Santander

2010

MEMORIA
DE SOSTENIBILIDAD

ALCANCE

La presente Memoria de sostenibilidad es el noveno documento anual que publica Banco Santander dando cuenta de sus compromisos en materia de responsabilidad social corporativa y se refiere al periodo comprendido entre el 1 de enero y el 31 de diciembre de 2010. Desde el año 2003, la Memoria de sostenibilidad ha sido verificada por Deloitte S L., una firma independiente que también ha auditado en los citados ejercicios las cuentas anuales del Grupo.

Este documento cubre las actividades relevantes del Banco en las áreas geográficas en las que está presente: Europa continental, Reino Unido, EE.UU. y Latinoamérica. La información económica se ha recogido siguiendo la definición de Grupo Santander a efectos contables; la información social y ambiental se ha elaborado siguiendo la misma definición, siempre y cuando estuviera disponible. Las limitaciones al alcance de la información y los cambios en los criterios aplicados con respecto al informe anterior se reflejan en el apartado correspondiente de la memoria y en la tabla de indicadores de desempeño del *Global Reporting Inititative* (GRI).

ESTÁNDARES INTERNACIONALES

Como en años anteriores, para la elaboración de esta Memoria, Santander ha tenido en cuenta las normas vigentes y las directrices y recomendaciones efectuadas por organizaciones internacionales de referencia como *Global Reporting Initiative* (GRI), *Global Compact y AccountAbility* AA1000. Igualmente, ha incluido información relevante para los índices de inversión socialmente responsable *FTSE4Good* y *DJSI* y agencias de rating (*Standard & Poor´s, Vigeo* e *ISS Europe*, entre otras).

PROCESO DE ELABORACIÓN

Para la elaboración de esta Memoria de sostenibilidad se ha realizado un estudio de materialidad. Previamente, se identificaron los grupos de interés relevantes para la organización, con quienes se ha mantenido durante todo el ejercicio un diálogo fluido. Los detalles de este proceso de elaboración, así como los resultados del estudio de materialidad, se detallan en las páginas 58 y 59 de este documento.

Olivo centenario, Ciudad Grupo Santander, Boadilla del Monte, Madrid

INFORME DE SOSTENIBILIDAD 2010

2 MENSAJE DEL PRESIDENTE
4 PRINCIPALES MAGNITUDES
6 GOBIERNO CORPORATIVO
8 MODELO DE NEGOCIO DE BANCO SANTANDER
10 SANTANDER Y LA SOSTENIBILIDAD
14 Cuadro de mando
16 SANTANDER Y LA EDUCACIÓN SUPERIOR
17 Santander Universidades
24 SANTANDER Y SU ENTORNO
25 Comunidad
32 Medio ambiente
38 SANTANDER Y SUS GRUPOS DE INTERÉS
40 Accionistas
44 Clientes
50 Empleados
56 Proveedores
58 PROCESO DE ELABORACIÓN DE LA MEMORIA
60 VERIFICACIÓN EXTERNA
62 ÍNDICE DE CONTENIDOS *GRI*

Santan

Emilio Botín

Tras cuatro años de crisis financiera internacional, Santander sigue siendo un referente en rentabilidad, solvencia y eficiencia. Y avanzamos también para convertirnos en referencia en el ámbito de la sostenibilidad. Para ello, es clave contar con una estrategia definida, con un foco claro y alineado con el propio negocio. Sólo de esta manera las actuaciones empresariales en materia de sostenibilidad serán medibles, consistentes y rentables.

La estrategia de sostenibilidad de Banco Santander se articula en torno a tres grandes ejes.

El primero de ellos y principal foco de actuación es la inversión en educación superior. Estamos convencidos de que la universidad y la empresa deben seguir estrechando su colaboración para construir una universidad más próxima y útil para la sociedad y que contribuya a mejorar la competitividad y la eficiencia económica en un marco de progreso social responsable.

En 2010, Banco Santander ha invertido 148 millones de euros en proyectos de responsabilidad social corporativa, de los que 100 millones se han invertido en educación superior a través de Santander Universidades, una alianza estratégica a largo plazo con las universidades que nos diferencia no sólo del resto de entidades financieras sino del resto de empresas del mundo. Y seguimos ampliando nuestro compromiso. Así, en mayo de 2010, con ocasión del II Encuentro de Rectores de Universia en Guadalajara (México), anunciamos que destinaremos 600 millones de euros durante los próximos 5 años a invertir en educación superior.

La importante inversión de Santander en la universidad se articula a través de más de 900 convenios de colaboración que permiten la puesta en marcha de proyectos destinados a la mejora de la educación y la investigación.

Destacan las 14.293 becas y ayudas al estudio concedidas a estudiantes, profesores e investigadores, muchas de ellas para impulsar su movilidad internacional, así como otros proyectos que impulsan la innovación y la transferencia de conocimiento a la sociedad. Asimismo, durante el año 2010 casi 180.000 universitarios consiguieron su primer empleo a través de la red Universia.

El segundo gran eje estratégico es la relación con el entorno, en particular el apoyo a las comunidades en las que estamos presentes y la protección del medio ambiente. Las grandes empresas no podemos permanecer ajenas a los problemas reales de la sociedad. Debemos involucrarnos, ofrecer respuestas y anticiparnos a las nuevas demandas.

En esta dirección, Santander lleva a cabo proyectos adaptados a las circunstancias sociales y económicas locales. Así, hemos puesto en marcha diferentes líneas de actuación relacionadas principalmente con los microcréditos, la educación financiera y el voluntariado, con especial foco en la educación infantil, que contribuyen además al cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo del Milenio promovidos por Naciones Unidas.

A través de las fundaciones del Grupo, Banco Santander mantiene también una firme apuesta por el arte y la cultura, una manifestación más de nuestro compromiso con el progreso social.

En el ámbito del medio ambiente, también estamos realizando importantes avances tanto a través de la medición y la reducción de nuestros principales consumos como mediante la integración de criterios socioambientales en los procesos de análisis de crédito.

El tercer eje lo constituye el compromiso a largo plazo con nuestros grupos de interés. Somos conscientes de que un negocio sostenible implica también saber responder en cada momento a las necesidades reales de:

– Accionistas: buscando siempre la mayor rentabilidad.
– Clientes: haciendo de la calidad de servicio nuestra prioridad.
– Empleados: apoyándoles con programas específicos dirigidos a impulsar su desarrollo profesional y personal.

Todas estas iniciativas y avances en los distintos ámbitos reflejan el firme compromiso del Banco con la sostenibilidad, un aspecto que cada vez cobra mayor relevancia no sólo para inversores y analistas, tal y como se ha puesto de relieve en las reuniones y *roadshows* mantenidos con ellos a lo largo del año, sino también para nuestros 180.000 empleados.

Afrontamos 2011 con ambición, preparados para seguir creando valor sostenible para nuestros accionistas, clientes y empleados así como para las comunidades en las que operamos. Estoy seguro de que lo conseguiremos.

Emilio Botín
PRESIDENTE

PRINCIPALES MAGNITUDES

VISIÓN

UN BANCO GLOBAL
Santander es un gran grupo financiero internacional, que busca dar una rentabilidad creciente a sus accionistas satisfaciendo las necesidades financieras de sus clientes. Para ello cuenta con una fuerte presencia en 10 mercados principales, 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.
- **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.
- **Innovación** - Búsqueda constante de productos, servicios y procesos que cubran las necesidades del cliente y nos permitan obtener incrementos de rentabilidad superiores a los de nuestros competidores.
- **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.
- **Orientación comercial y calidad de servicio**
  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, así como de una mayor calidad de servicio.
- **Ética y sostenibilidad** - Más allá del estricto cumplimiento de las leyes, de los códigos de conducta y de las normas internas, se exige a todos los profesionales de Banco Santander un comportamiento basado en criterios de sostenibilidad, marcado por los más altos estándares éticos tanto en su relación con la sociedad como con el medio ambiente.

Acceso de entrada a Ciudad Grupo Santander, Boadilla del Monte, Madrid

DATOS RELEVANTES

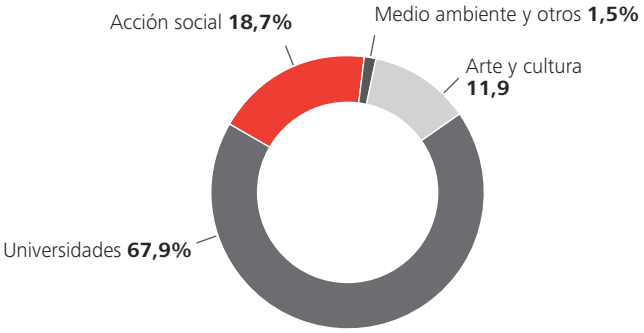
BALANCE Y RESULTADOS (millones de euros)	**2010**	2009	% 2010/2009	2008
Activo total	1.217.501	1.110.529	9,6	1.049.632
Créditos a clientes (neto)	724.154	682.551	6,1	626.888
Recursos de clientes gestionados	985.269	900.057	9,5	826.567
Fondos propios (después de distribución de dividendos)	75.273	70.006	7,5	63.768
Total fondos gestionados	1.362.289	1.245.420	9,4	1.168.355
Margen bruto	42.049	39.381	6,8	33.489
Margen neto	23.853	22.960	3,9	18.540
Resultado de operaciones continuadas	9.129	9.427	(3,2)	9.030
Beneficio atribuido al Grupo	8.181	8.943	(8,5)	8.876
RATIOS (%)				
Eficiencia (con amortizaciones)	43,3	41,7		44,6
ROE	11,8	13,9		17,1
ROA	0,8	0,9		0,9
Core capital	8,8	8,6		7,5
Ratio BIS	13,1	14,2		13,3
Créditos sobre depósitos	117	135		158
Tasa de morosidad	3,5	3,2		2,0
Cobertura de morosidad	73	75		91
OTROS DATOS				
Número de clientes (millones)	97,2	92,0	5,6	87,2
Número de accionistas (millones)	3,2	3,1	4,6	3,0
Número de empleados	178.869	169.460	5,6	170.961
Número de oficinas	14.082	13.660	3,1	13.390
INDICADORES SIGNIFICATIVOS DE SOSTENIBILIDAD				
Valor Económico Generado (margen bruto más ganacias netas en bajas de activos)	**42.083**	**40.575**	–	**33.047**
Margen bruto	42.049	40.204	–	30.896
Resultado neto de operaciones interrumpidas	-27	31	–	319
Ganancias en la baja de activos no clasificados como no corrientes en venta	350	1.565	–	101
Ganancias en la baja de activos no clasificados como operaciones interrumpidas	-290	-1.225	–	1.731
Valor Económico Distribuido	**22.509**	**20.153**	–	**18.314**
Dividendos	3.330	4.122	–	4.812
Otros gastos de administración	6.402	5.935	–	4.447
Gastos de personal	9.330	8.450	–	6.813
Impuesto sobre beneficios y tributos (1)	3.299	1.520	–	2.115
Cifra Inversión RSC	148	126	–	126
Valor Económico Retenido (Valor Económico Generado menos Distribuido)	**19.573**	**20.422**	–	**14.733**

(1) Incluye exclusivamente el gasto por impuesto sobre Beneficios y los tributos contabilizados en el ejercicio.

VALOR ECONÓMICO DISTRIBUIDO A LA SOCIEDAD
Millones de euros

INVERSIÓN EN RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA
Millones de euros

DISTRIBUCIÓN DE LA INVERSIÓN EN RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA
%



GOBIERNO CORPORATIVO

CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN

MODELO DE GOBIERNO CORPORATIVO DE BANCO SANTANDER

Consejo equilibrado y comprometido

- De los 20 vocales del consejo, 14 son externos y 6 ejecutivos.

Igualdad de derechos de los accionistas

- Principio *una acción, un dividendo, un voto*.
- Inexistencia de medidas estatutarias de blindaje.
- Fomento de la participación informada en las juntas.

Máxima transparencia, en particular, en materia de retribuciones

- Un modelo reconocido por entidades externas. Santander permanece en los índices *DJSI* y *FTSE4Good* desde 2000 y 2003, respectivamente.

Vocal Lord Terence Burns

Vocal D. Ángel Jado Becerro de Bengoa

Vocal Dª. Ana Patricia Botín-Sanz de Sautuola y O'Shea

Vocal D. Antonio Basagoiti García-Tuñón

Vocal D. Guillermo de la Dehesa Romero

Vocal D. Luis Ángel Rojo Duque

Vocal D. Abel Matutes Juan

Vocal D. Rodrigo Echenique Gordillo

La información completa relativa a gobierno corporativo está disponible en las páginas 58 a 87 del informe anual de 2010, en el informe anual de gobierno corporativo, así como en el informe de la comisión de auditoría y cumplimiento y el informe de la comisión de nombramientos y retribuciones, disponibles todos en la dirección www.santander.com

NÚMERO DE REUNIONES DE LAS COMISIONES EJECUTIVA, DELEGADA DE RIESGOS Y DE AUDITORÍA Y CUMPLIMIENTO

Comisiones	2006	2007	2008	2009	2010
Ejecutiva	51	55	59	56	55
Delegada de riesgos	100	98	102	99	99
Auditoría y cumplimiento	12	13	11	11	11
Total de reuniones	163	166	172	166	165

CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN

El gobierno corporativo de Banco Santander, que cumple con los más altos estándares internacionales, garantiza una gestión sostenible a largo plazo y vela por el cumplimiento de las mejores prácticas internacionales.

El consejo de administración es un órgano equilibrado, integrado por 20 miembros, de los que 6 son ejecutivos y 14 externos. Todos ellos se caracterizan por su capacidad profesional, integridad e independencia de criterio. Destacan el tiempo y la dedicación que los consejeros destinan a sus funciones, y en particular, a la gestión y supervisión de los riesgos.

El consejo de administración es el órgano que aprueba la estrategia corporativa de sostenibilidad del Grupo.

- ● Comisión ejecutiva
- ■ Comisión delegada de riesgos
- ▲ Comisión de auditoría y cumplimiento
- ● Comisión de nombramientos y retribuciones
- ■ Comisión internacional
- △ Comisión de tecnología, productividad y calidad

Vocal
D. Antonio Escámez Torres
● ■ ■ △

Presidente
D. Emilio Botín-Sanz de Sautuola y García de los Ríos
● ■ △

Vocal
Dª. Isabel Tocino Biscarolasaga

Vocal
D. Javier Botín-Sanz de Sautuola y O'Shea

Vocal
D. Luis Alberto Salazar-Simpson Bos
▲ △

Vocal
Assicurazioni Generali S.p.A. (Mr. Antoine Bernheim)

Vicepresidente cuarto
D. Manuel Soto Serrano
▲ ● △

Vicepresidente segundo y consejero delegado
D. Alfredo Sáenz Abad
● ■ △

Vicepresidente primero
D. Fernando de Asúa Álvarez
● ■ ▲ ● △

Vicepresidente tercero
D. Matías Rodríguez Inciarte
● ■

Vocal
D. Francisco Luzón López
● ■

Vocal
D. Juan Rodríguez Inciarte
■

Secretario general y del consejo
D. Ignacio Benjumea Cabeza de Vaca
● ■ ▲ ● ■ △

POLÍTICA RETRIBUTIVA

La política de retribuciones de los consejeros y alta dirección del Banco está basada en tres ejes de actuación:

1. Transparencia, como principio fundamental que el consejo ha impulsado desde hace años.
2. Anticipación y adaptación a los cambios regulatorios, dada la importancia que para Santander siempre ha tenido una gestión de riesgos rigurosa y una política retributiva transparente que expone los criterios y fundamentos en los que se basa el consejo para determinar las remuneraciones de sus correspondientes miembros.
3. Involucración del consejo, al ser éste el que, a propuesta de la comisión de nombramientos y retribuciones, aprueba el informe sobre política de retribuciones de los consejeros.

En 2010, el consejo sometió, por primera vez, el informe sobre política de retribuciones de los consejeros a voto consultivo de la junta general ordinaria de accionistas. El informe incluye los criterios y fundamentos en los que se basa el consejo para determinar las remuneraciones de sus miembros. Los accionistas valoraron muy favorablemente la iniciativa, que fue aprobada por cerca del 95% del quórum de la junta.

Esta medida se suma a otras adoptadas por el consejo en la última década y pone de relieve su capacidad para implantar las mejores prácticas internacionales en materia retributiva. Así, en 2002, el Banco fue pionero al publicar el detalle individualizado y desglosado por concepto de las retribuciones de los consejeros, incluidos los ejecutivos, y en 2005 lo fue por presentar por primera vez en la junta general de accionistas el informe de la comisión de nombramientos y retribuciones. Desde 2007, dicho informe incluye la política de retribuciones de los consejeros relativa al último ejercicio y al que se haya en curso. En 2008, el régimen de transparencia de las retribuciones de los consejeros se elevó al rango de obligación estatutaria.

MODELO DE NEGOCIO DE BANCO SANTANDER

EE.UU. - SOVEREIGN

Clientes (millones)	1,7
Oficinas	721
Empleados	8.647
Cuota de mercado[8]	3%

MÉXICO

Clientes (millones)	9,1
Oficinas	1.100
Empleados	12.500
Cuota de mercado[1]	15%
Ranking[1]	3º

BRASIL

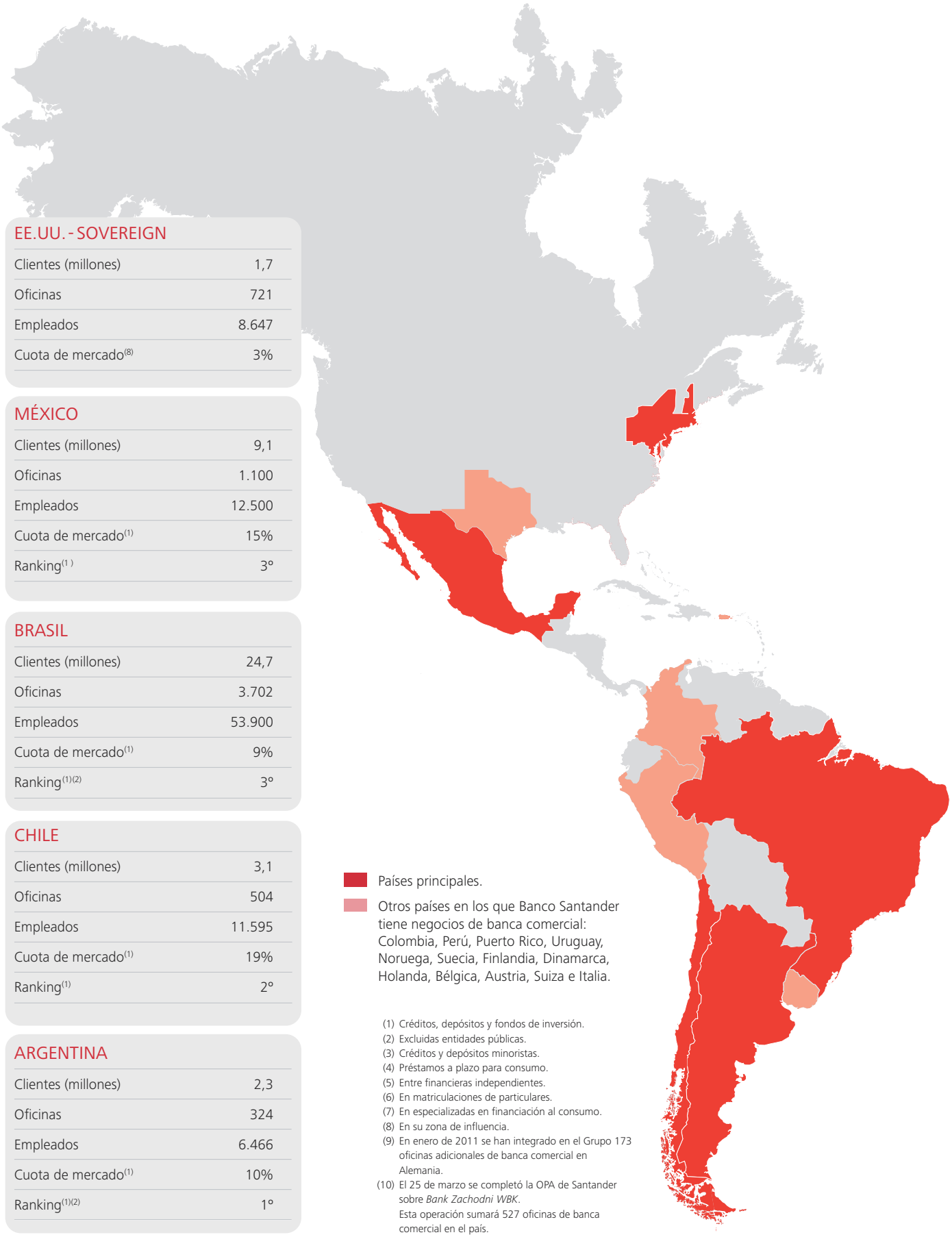
Clientes (millones)	24,7
Oficinas	3.702
Empleados	53.900
Cuota de mercado[1]	9%
Ranking[1][2]	3º

CHILE

Clientes (millones)	3,1
Oficinas	504
Empleados	11.595
Cuota de mercado[1]	19%
Ranking[1]	2º

ARGENTINA

Clientes (millones)	2,3
Oficinas	324
Empleados	6.466
Cuota de mercado[1]	10%
Ranking[1][2]	1º



Países principales.

Otros países en los que Banco Santander tiene negocios de banca comercial: Colombia, Perú, Puerto Rico, Uruguay, Noruega, Suecia, Finlandia, Dinamarca, Holanda, Bélgica, Austria, Suiza e Italia.

(1) Créditos, depósitos y fondos de inversión.
(2) Excluidas entidades públicas.
(3) Créditos y depósitos minoristas.
(4) Préstamos a plazo para consumo.
(5) Entre financieras independientes.
(6) En matriculaciones de particulares.
(7) En especializadas en financiación al consumo.
(8) En su zona de influencia.
(9) En enero de 2011 se han integrado en el Grupo 173 oficinas adicionales de banca comercial en Alemania.
(10) El 25 de marzo se completó la OPA de Santander sobre *Bank Zachodni WBK*. Esta operación sumará 527 oficinas de banca comercial en el país.

PILARES DEL MODELO

DIVERSIFICACIÓN GEOGRÁFICA

Es tener una posición de liderazgo en 10 mercados principales.

ORIENTACIÓN COMERCIAL

Es poner al cliente en el centro de la actividad de todo el Banco.

EFICIENCIA

Es transformar ahorro de costes en más valor para clientes y accionistas.

DISCIPLINA DE CAPITAL

Es ser uno de los bancos más sólidos del mundo tanto por la cantidad como por la calidad de los fondos propios.

PRUDENCIA EN RIESGOS

Es mantener niveles de morosidad y cobertura mejores que la media del sector.

MARCA

Es tener una marca potente y atractiva que expresa la identidad y el posicionamiento del Grupo.

REINO UNIDO

Clientes (millones)	25,6
Oficinas	1.416
Empleados	23.649
Cuota de mercado[1]	11%
Ranking[3]	2º

ALEMANIA[9]

Clientes (millones)	6,2
Oficinas	142
Empleados	3.483
Cuota de mercado[4]	13%
Ranking[5]	1º

POLONIA[10]

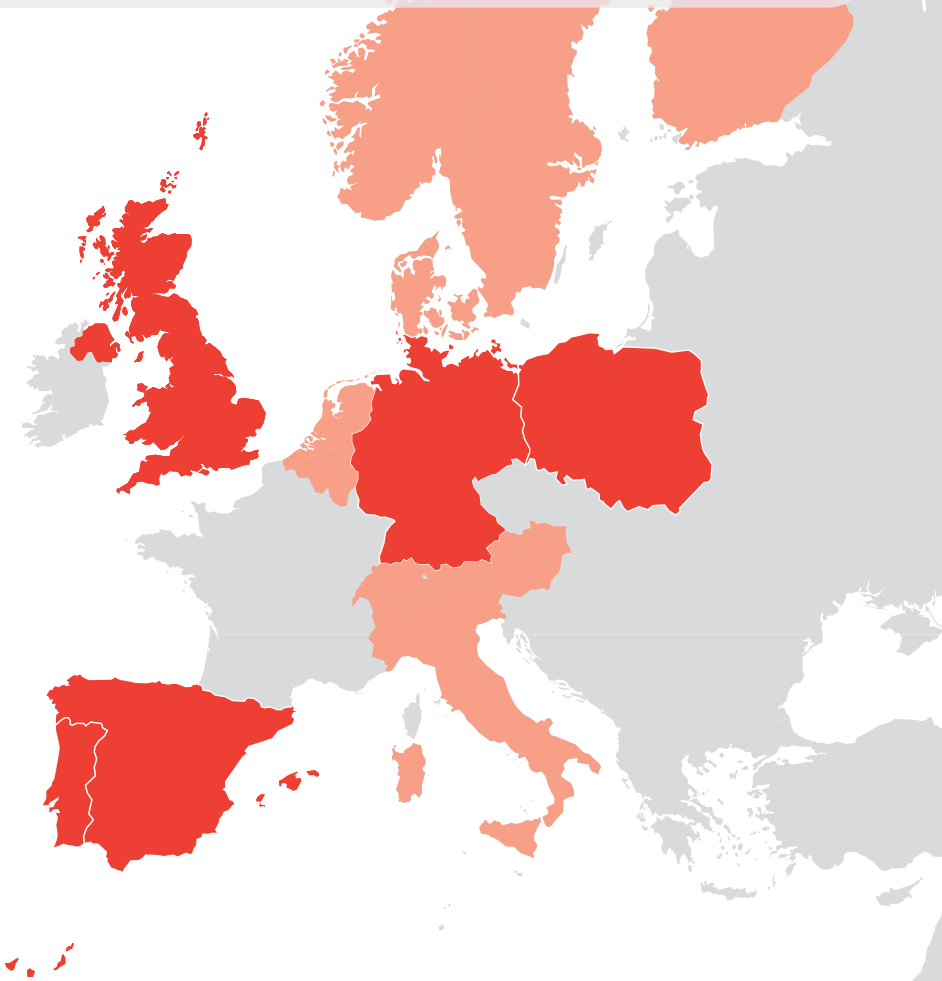
Clientes (millones)	1,8
Oficinas	213
Empleados	2.751
Cuota de mercado[6]	10%
Ranking[7]	2º

ESPAÑA

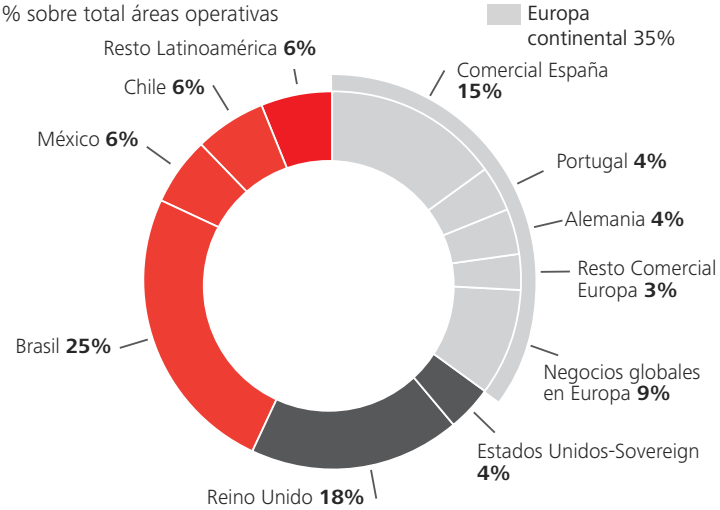
Clientes (millones)	14,4
Oficinas	4.848
Empleados	33.694
Cuota de mercado[1]	15%
Ranking[1]	1º

PORTUGAL

Clientes (millones)	1,9
Oficinas	759
Empleados	6.214
Cuota de mercado[1]	10%
Ranking[1][2]	3º



BENEFICIO ATRIBUIDO POR GEOGRAFÍAS
% sobre total áreas operativas



SANTANDER Y LA SOSTENIBILIDAD

Para Banco Santander sostenibilidad es el desempeño de su actividad empresarial contribuyendo al progreso económico y social de las comunidades y teniendo en cuenta su impacto en el medio ambiente

Este compromiso con la sostenibilidad implica la integración de criterios éticos, sociales y medioambientales en su gestión. Para ello es clave un gobierno corporativo sólido, impulsado por un consejo de administración con una composición equilibrada entre consejeros externos y ejecutivos, con gran capacidad profesional, integridad e independencia de criterio y con visión a largo plazo.

En un entorno muy difícil, Santander ha logrado mantenerse como uno de los principales bancos del mundo por beneficio durante los cuatro últimos años. Y lo ha conseguido gracias a un modelo de negocio sostenible basado en la diversificación geográfica, la fortaleza comercial de su red de oficinas, la disciplina de capital y la solidez financiera, el control de costes y la prudencia en riesgos.

Banco Santander desarrolla su compromiso con la sostenibilidad a través de tres grandes ejes:

- Inversión en educación superior. El principal foco de la estrategia de sostenibilidad de Banco Santander es la inversión en educación superior, convencido de que es la mejor manera de apoyar el progreso social y económico. Santander Universidades es un programa único en el mundo que se articula a través de acuerdos de colaboración con más de 900 universidades que permite la puesta en marcha de proyectos destinados a la internacionalización, la innovación, la investigación y la transferencia del conocimiento.
- Apoyo al entorno, en particular a la comunidad y a la preservación del medio ambiente. El Banco lleva a cabo proyectos de desarrollo local, adaptados a las circunstancias sociales y económicas de cada comunidad, así como iniciativas de apoyo al medio ambiente.
- Relaciones estables y duraderas con sus grupos de interés:
  - Accionistas: buscando siempre la mayor rentabilidad, con la máxima transparencia informativa mediante canales de diálogo continuos y fluidos y fomentando su participación en la marcha del Grupo.
  - Clientes: ofreciéndoles los mejores productos y servicios, con innovación constante y desarrollando productos socialmente responsables.
  - Empleados: con políticas de formación y desarrollo, fomentando la igualdad de oportunidades y la conciliación.
  - Proveedores: promoviendo la transparencia en las adjudicaciones, con relaciones basadas en el respeto mutuo.

En 2010, Banco Santander invirtió un total de 148 millones de euros en proyectos de responsabilidad social corporativa, de los cuales 100 millones se invirtieron en educación superior a través de Santander Universidades.

COMITÉ DE SOSTENIBILIDAD

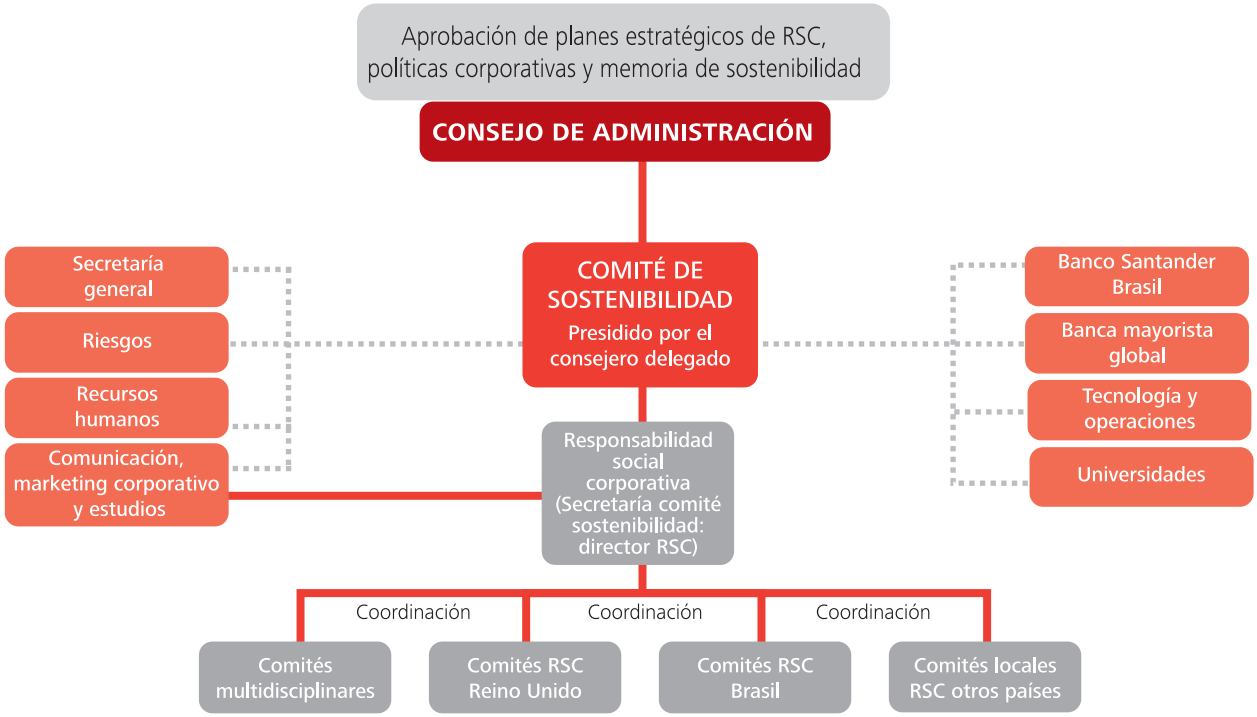
Con el fin de integrar la sostenibilidad en su modelo de negocio, Banco Santander cuenta con un comité de sostenibilidad cuya función es definir los planes estratégicos de responsabilidad social del Grupo y someterlos a la aprobación del consejo de administración. Este comité está presidido por el consejero delegado de Banco Santander y compuesto por las diferentes áreas de negocio y apoyo y se reúne con periodicidad semestral. En el comité están presentes, entre otras, las áreas de recursos humanos, riesgos o banca mayorista global, y países como Brasil, que mantiene una posición de liderazgo en el ámbito de la sostenibilidad.

En 2010, el comité aprobó seis proyectos corporativos estratégicos. Cada una de estas iniciativas está liderada y gestionada por la división correspondiente:

- Impulsar el análisis del riesgo social y ambiental en las operaciones de crédito, liderado por Riesgos.
- Plan de eficiencia energética: plan a tres años para la reducción del consumo eléctrico y las emisiones de CO_2, liderado por Santander Global Facilities.
- Proyecto corporativo de educación financiera: el objetivo es mejorar el conocimiento de la sociedad en general sobre aspectos básicos de la economía y las finanzas. Como principal medio para difundir este conocimiento Santander utilizará la amplia red de universidades que colaboran con Santander Universidades.
- Programa de voluntariado corporativo: Banco Santander ha firmado un acuerdo con Unicef como punto de partida de *Voluntarios Santander Comprometidos*, un programa de voluntariado corporativo que comenzará su desarrollo en España para luego extenderse a otros países. A través de este proyecto, el Banco y los empleados que participen en el mismo contribuirán a la alfabetización de 15.000 niños y jóvenes del estado de Oaxaca en México.
- La firma de los Principios de Inversión Socialmente Responsable por Santander Pensiones España.
- La aprobación de la política corporativa de derechos humanos. Recoge el compromiso del Banco en materia de derechos humanos y en relación con sus diferentes grupos de interés. Esta política se une al conjunto de normas internas que rigen el comportamiento del Banco y de sus empleados de acuerdo a los mejores criterios éticos, de gobierno corporativo, medioambientales y sociales.

La puesta en marcha de estas iniciativas ha permitido a Banco Santander avanzar de manera decisiva en el ámbito de la sostenibilidad. Especialmente relevante es también el papel que desarrollan Santander Brasil y Santander Reino Unido, claves para la difusión de mejores prácticas dentro del Grupo.

ESTRUCTURA DE LA FUNCIÓN DE LA SOSTENIBILIDAD EN GRUPO SANTANDER



El mercado internacional ha valorado y reconocido la gestión sostenible de Banco Santander. La acción Santander está presente en los índices de inversión socialmente responsable más prestigiosos en el ámbito internacional: el *DJSI* y el *FTSE4Good*.

Por otro lado, los inversores y analistas muestran un interés cada vez mayor en los aspectos relacionados con la sostenibilidad y quieren conocer mejor las claves no financieras del modelo de negocio de las empresas sostenibles. El mejor reflejo de este creciente interés son las reuniones mantenidas en 2010 por Banco Santander en distintos países con más de 50 inversores y analistas con el objetivo de explicar y analizar la estrategia de sostenibilidad de Banco Santander.

La Memoria de sostenibilidad es la herramienta de comunicación más destacada del Grupo en materia de responsabilidad social corporativa. Su objetivo es transmitir los principios y las actuaciones del Banco en la comunidad, el medioambiente y en sus relaciones con los grupos de interés. Se complementa con el apartado de sostenibilidad de la web www.santander.com y con los informes de sostenibilidad de los distintos países del Grupo.

Los capítulos que vienen a continuación desarrollan aquellos asuntos que se han identificado como relevantes de acuerdo con la estrategia del Banco y con las expectativas y demandas de los grupos de interés.

INICIATIVAS INTERNACIONALES A LAS QUE BANCO SANTANDER ESTÁ ADHERIDO / PRESENTE

Pacto mundial de Naciones Unidas
UNEP Finance Initiative
Principios del Ecuador
Consejo estatal de responsabilidad social empresarial del gobierno español
Carbon disclosure project
Forge Group
Instituto brasileiro de governança
Mesa redonda sobre soja responsable
Grupo Wolfsberg
Banking & Environment Initiative

SOSTENIBILIDAD Y REPUTACIÓN CORPORATIVA

Santander es una marca sostenible que refleja el compromiso del Banco con el progreso económico de las comunidades donde está presente. Santander es consciente del impacto de su actividad en la sociedad y el medio ambiente.

La marca Santander representa:

LIDERAZGO INTERNACIONAL Y LOCAL
Está situado entre las tres primeras entidades en sus diez mercados de referencia, y gracias a ello nos hemos mantenido entre los 12 primeros puestos de la banca mundial por valor en bolsa en los últimos años.

CONFIANZA Y SEGURIDAD
Santander es un banco seguro, fuerte y solvente. Esta es una de las características que más ha diferenciado a Banco Santander durante la actual crisis.

CERCANÍA AL CLIENTE
Santander es el banco internacional con más sucursales en el mundo (14.082).

CALIDAD DE SERVICIO
Santander ofrece a sus clientes los productos y servicios que mejor se ajustan a sus necesidades poniendo el foco en la calidad de servicio.

PRESTIGIO INTERNACIONAL
Santander es una marca global, con reconocimiento y prestigio en todo el mundo. Según *Brand Finance*, Santander es la cuarta marca con mayor valor del sector financiero internacional. Además, *InterBrand* ha incluido a Banco Santander en su ranking de las 100 TOP marcas del mundo.

CAPACIDAD PARA ATRAER Y RETENER A LOS MEJORES PROFESIONALES
Santander ofrece las mejores oportunidades de desarrollo.

SOSTENIBILIDAD
Santander se compromete con la comunidad, con foco en la educación superior y apuesta por la protección y conservación del medio ambiente.

GESTIÓN DEL RIESGO REPUTACIONAL Y CUMPLIMIENTO NORMATIVO

La prudencia en riesgos ha acompañado a Banco Santander durante sus más de 150 años de historia. Este enfoque ha sido decisivo en el crecimiento recurrente de sus resultados y para generar valor para sus grupos de interés.

La comisión delegada de riesgos es el órgano responsable de la gestión global del riesgo en el Grupo, así como de proponer al consejo, para su aprobación, la política de riesgos y, en particular, identificar y valorar los distintos tipos de riesgos (financieros, operativos, tecnológicos, legales y reputacionales, entre otros).

Banco Santander define el riesgo reputacional como aquél que deriva de la percepción que tienen del Banco los distintos grupos de interés con los que se relaciona, tanto internos como externos, en el desarrollo de su actividad, y que puede tener un impacto adverso en los resultados o las expectativas de desarrollo de los negocios.

La División de Auditoría Interna realiza, según lo previsto en su planificación, comprobaciones de la suficiencia y correcto funcionamiento de los procedimientos y controles anti fraude establecidos en las distintas unidades del Grupo, destacando la revisión de los controles contables, el monitoreo a distancia y las auditorías presenciales en las sucursales y las revisiones sobre la seguridad informática de las plataformas tecnológicas.

Incluye, entre otros, aspectos jurídicos, económico-financieros, éticos, sociales y ambientales.

El riesgo de cumplimiento es el riesgo de recibir sanciones, económicas o no, o de ser objeto de otro tipo de medidas disciplinarias por parte de organismos supervisores como resultado de incumplir las leyes, regulaciones, normas, estándares de auto-regulación de la organización y códigos de conducta aplicables a sus actividades.

La función de cumplimiento sitúa su foco en aquellos ámbitos operativos en los que la exposición del Grupo a los riesgos reputacionales y de cumplimiento es mayor:

- Conducta en los mercados de valores.
- Comercialización de productos y servicios.
- Prevención del blanqueo de capitales y de la financiación del terrorismo.
- Relación con reguladores y supervisores.
- Elaboración y difusión de información institucional del Grupo.

Prevención del blanqueo de capitales y de la financiación del terrorismo

Para Banco Santander, como organización socialmente responsable, constituye un objetivo estratégico disponer de un sistema de prevención tanto de blanqueo de capitales como de la financiación del terrorismo. Este sistema debe ser avanzado y eficaz y estar permanentemente adaptado a las últimas regulaciones internacionales y con capacidad de hacer frente a la aparición de nuevas técnicas por parte de las organizaciones criminales.

Durante 2010, ninguna unidad del Grupo en el mundo ha sido objeto de medidas correctivas o sancionadoras dictadas por las autoridades de supervisión o regulación, como consecuencia de incumplimientos o debilidades en materia de prevención de blanqueo de capitales o financiación del terrorismo.

La organización de la prevención del blanqueo de capitales y de la financiación del terrorismo descansa en tres figuras: el departamento central de prevención del blanqueo de capitales (DCPBC), los responsables de prevención y el comité de análisis y resolución.

Durante 2010, el DCPBC ha tomado las medidas necesarias para alcanzar la completa adaptación de las unidades a las normas que transponen la tercera directiva de la Unión Europea, principalmente en lo relativo a la exigencia de segmentación por riesgo de los clientes en el proceso de contratación y el establecimiento de actuaciones concretas en función del riesgo (reforzada, estándar o simplificada).

PRINCIPALES INDICADORES DE ACTIVIDAD 2010

Filiales revisadas	171
Expedientes investigación	70.102
Comunicaciones a autoridades	16.830
Empleados formados	84.820

Una de las actuaciones prioritarias del Grupo en esta materia es la adopción de las medidas necesarias para que todo su personal tenga conocimiento de las exigencias derivadas de la normativa vigente en estas materias. Su objetivo es que las acciones formativas capaciten a los empleados en la detección de estas operaciones, dándoles a conocer la manera de proceder en tales casos.

Durante 2010, se han impartido cursos de formación en materia de prevención del blanqueo de capitales a un total de 84.820 empleados, que han dedicado un total de 126.863 horas lectivas.

Establecimientos *off-shore*

En relación a este aspecto, la política del Grupo es no crear o adquirir participaciones en entidades de propósito especial o domiciliadas en países o territorios que tengan la consideración de paraísos fiscales sin autorización específica del consejo —o, cuando razones de urgencia así lo aconsejen, de la comisión ejecutiva, dando cuenta posteriormente al consejo—, previo informe de la comisión de auditoría y cumplimiento, y siempre tras un análisis de las circunstancias concretas del caso y de la justificación de su oportunidad.

La comisión de auditoría y cumplimiento está puntualmente informada por las distintas áreas competentes en esta materia de las actividades realizadas y resultados obtenidos por las sucursales y sociedades *off-shore* del Grupo, y supervisa el control interno ejercido sobre las mismas, conforme a las recomendaciones del Banco de España contenidas en la memoria de la supervisión bancaria en España, correspondiente a 2003.

La comisión recibe información pormenorizada de las actuaciones llevadas a cabo por el Grupo, en el marco de su política de reducción del número de unidades en paraísos fiscales, así como del trabajo de revisión realizado por la división de auditoría interna y la dirección de cumplimiento. Las conclusiones de esta revisión fueron satisfactorias aunque señalaron algunas recomendaciones de mejora, recogiendo el calendario para su implantación.

La información detallada sobre la gestión de riesgo se encuentra en las páginas 150-207 del informe anual 2010.

AVANCES/INICIATIVAS DESTACADAS 2010

ENERO 2010

- Ayuda a Haití.

MARZO

- Ayuda al terremoto de Chile.
- Santander Totta apoya la reconstrucción de Madeira.
- El Banco apagó las luces en sus edificios corporativos en la Hora del Planeta 2010.

ABRIL

- Creación de la Escuela Corporativa de Banca Comercial.
- Grupo Santander Brasil consigue la certificación según la norma internacional *ISO 14001*, que reconoce las buenas prácticas de las empresas en la gestión ambiental.

MAYO

- II Encuentro de Rectores Universia, en Guadalajara, México. Más de 1.000 universidades debatieron "Por un espacio iberoamericano del conocimiento socialmente responsable".

JUNIO

- Publicación Memoria sostenibilidad 2009.
- III Semana Santander eres tú.
- Adhesión al *Banking & Environment Initiative.*

CUADRO DE MANDO DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA DE BANCO SANTANDER SIGUIENDO ESTÁNDARES INTERNACIONALES

	Aspectos	Auto-evaluación	Observaciones
GOBIERNO CORPORATIVO			
	Derechos de los accionistas	●	Pioneros en igualdad plena de los accionistas
	Funcionamiento del consejo	●	Consejo equilibrado, dedicado y profesional
	Transparencia informativa	●	Anticipación a los más altos estándares
	Derechos humanos	●	Aprobación y publicación de la política corporativa de derechos humanos
EDUCACIÓN SUPERIOR			
Universidades	Apoyo a la educación superior	●	Alianza con universidades única en el mundo
	Programa de becas	●	Se han concedido 14.293 becas en 395 universidades
	Primer empleo	●	174.728 nuevos empleos a través de Universia
	Innovación	●	Impulso nuevas tecnologías 25 millones de euros invertidos
	Transferencia del conocimiento	●	40 proyectos de incubación de empresas, lo que permitió la puesta en marcha de 400 empresas universitarias
ENTORNO			
Comunidad	Apoyo a las comunidades locales	●	Iniciativas sociales adaptadas a circunstancias locales
	Cooperación internacional al desarrollo	●	Proyectos de cooperación y canalización de ayuda internacional a países en desarrollo
	Microcréditos	●	Más de 200.000 emprendedores beneficiados
	Educación financiera	●	Aprobación del plan corporativo de educación financiera
	Cultura	●	Firme compromiso con el arte y la cultura a través de las fundaciones del Grupo
Medio ambiente	Análisis de riesgo social y ambiental en financiación	●	Aplicación en *project finance*; *corporate banking* y *private banking*, en Brasil y banca comercial, en España
	Productos financieros que apuestan por la protección del medio ambiente	●	Líderes en financiación y promoción de energías renovables en *project finance* y capital semilla
	Plan de eficiencia energética	●	Reducción del 3% en emisiones de CO_2 Presentación plan trianual 2011-2013
	Medición de consumos y emisiones propias	●	Segunda medición huella ambiental del Grupo
	Conservación y recuperación del medio ambiente	●	Numerosos programas locales
	Formación y concienciación	●	Campañas de concienciación y sensibilización Foros Fundación Banco Santander

JULIO

- Comité de sostenibilidad: aprobación de seis proyectos corporativos.

OCTUBRE

- Aprobación y publicación de la política corporativa de derechos humanos.

NOVIEMBRE

- Santander Pensiones España se adhiere a los Principios de Inversión Responsable de Naciones Unidas (PRI).
- Nace Santander Microcrédito. Tras la integración de Santander Brasil y Banco Real se refuerzan las líneas de préstamos de microcréditos.

DICIEMBRE 2010

- Santander cierra la financiación del mayor parque solar europeo.

	Aspectos	Auto-evaluación	Observaciones
GRUPOS DE INTERÉS			
Accionistas	Índices bursátiles sostenibles	●	Rentabilidad de la acción por encima de la media del sector Presencia en *DJSI* en el top 3 y *FTSE4Good*
	Relación con inversores	●	Transparencia. Elegido "Mejor Banco de Europa" en relación con inversores según la revista *Institutional Investor*
Clientes	Satisfacción del cliente	●	Iniciativas locales para aumentar la satisfacción
	Calidad de servicio	●	Consolidación plan Meta 100
	Formación de equipos comerciales	●	Lanzamiento de la escuela corporativa de banca comercial
	Productos y servicios sostenibles y para colectivos vulnerables	●	Programas locales de microcréditos y productos para inmigrantes
	Inversión socialmente responsable	●	Productos ISR locales (Brasil y España) Firma de los PRI en 2010
Empleados	Estabilidad del empleo	●	99% contratos indefinidos en el Grupo
	Formación	●	7,72 millones de horas de formación en todo el Grupo
	Apoyo al talento	●	Políticas corporativas de desarrollo, evaluación y compensación
	Diversidad y conciliación	●	Iniciativas pioneras en los distintos países
	Voluntariado corporativo	●	Aprobación del plan de voluntariado corporativo Convenio de colaboración con Unicef
Proveedores	Igualdad de oportunidades	●	Unificación criterios de homologación
	Transparencia de los procesos de compras	●	Plataforma electrónica de adjudicación/licitación vía electrónica y gestión
	Requerimientos sociales y ambientales en productos y servicios	●	Exigencia cumplimiento *Global Compact* Implementación auditorías externas prevista para 2011

Nivel de consecución: ● Alto ● Medio ● Bajo

SANTANDER
Y LA EDUCACIÓN SUPERIOR

II Encuentro de Rectores de Universia, Guadalajara, México

SANTANDER UNIVERSIDADES

COMPROMISO

Para Banco Santander, la educación superior es el eje fundamental del progreso social y económico de los países. Este compromiso con la Universidad constituye una de las señas de identidad del Banco.

BALANCE 2010

- Celebración del **II Encuentro de Rectores de Universia en Guadalajara, México**, con la participación de 1.057 universidades de 33 países.
- Anuncio del **compromiso de invertir 600 millones de euros en el periodo 2011-2015** en proyectos de colaboración con las universidades.
- Lanzamiento de 2 nuevos programas de becas, que han permitido que 2.000 nuevos universitarios se beneficien de ellos.
- 174.728 universitarios han conseguido su primer empleo a través de Universia en 2010.
- Santander Universidades ha concedido 14.293 becas y ayudas al estudio, de las que 11.232 son becas de movilidad y 3.061 son becas de acceso, investigación y especialización docente.
- Ampliación de la colaboración con las universidades de Argentina, Brasil, EE.UU., México, Reino Unido, y Singapur.
- Fuerte apoyo a la difusión de la lengua española en colaboración con el Instituto Cervantes, la Real Academia de la Lengua y la Fundación Comillas.
- Edición del libro *La Universidad: Una historia ilustrada* en el que han participado 45 autores de 17 países.
- "Reconocimiento de Santander Universidades como agente del espacio iberoamericano del conocimiento" por la Cumbre Iberoamericana de Jefes de Estado de Mar de Plata.
- Más de 4 millones de universitarios iberoamericanos como usuarios de la tarjeta universitaria inteligente (TUI).
- Desarrollo del proyecto de atención al universitario para su consolidación a lo largo del ejercicio 2011.

OBJETIVOS 2011

- Puesta en marcha de los programas de becas Santander Universidades Iberoamérica, presentados en el II Encuentro de Rectores de Guadalajara: 15.000 becas para estudiantes de grado y 3.000 becas para jóvenes profesores e investigadores. Una inversión de 600 millones de euros en cinco años.
- Lanzamiento de nuevos programas de becas destinados a evitar el abandono de los estudios universitarios, fomentar la movilidad internacional de jóvenes doctores e investigadores y reforzar el intercambio de estudiantes entre Asia e Iberoamérica.
- Desarrollo y puesta en marcha del programa de educación financiera.

UN PROGRAMA ÚNICO EN EL MUNDO

El Grupo desarrolla desde hace 13 años un programa de colaboración con las universidades que le distingue del resto de los bancos e instituciones financieras del mundo.

Esta colaboración se asienta en el convencimiento de que la mejor manera de contribuir al crecimiento y al progreso económico y social es apoyar al sistema de educación superior, ciencia e investigación.

La aportación de Banco Santander a proyectos de colaboración con las universidades sumó 100 millones de euros en 2010. La división global Santander Universidades, con un equipo de 2.047 profesionales distribuidos en 14 países, coordina y gestiona el compromiso de Banco Santander con la educación superior, habiendo conseguido desde su creación una alianza estratégica a largo plazo con las universidades que es única en el mundo.

Esta alianza con las universidades permite colaborar con ellas en la puesta en marcha de proyectos destinados a la mejora de la educación, así como la internacionalización, la innovación y la transferencia de conocimiento a la sociedad.

El Banco mantiene acuerdos de colaboración con 938 universidades de Argentina, Brasil, Chile, China, Colombia, EE.UU., España, México, Portugal, Puerto Rico, Reino Unido, Rusia, Singapur y Uruguay.

Visita de Emilio Botín a *Kings College London*. Reino Unido.

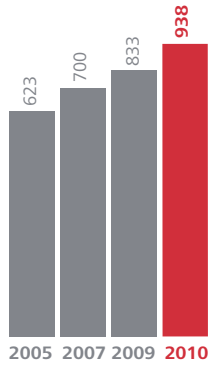
En 2010 Banco Santander invirtió 100 millones de euros en proyectos de colaboración con las 938 universidades con las que mantiene acuerdos estratégicos de colaboración

LÍNEAS DE ACTUACIÓN

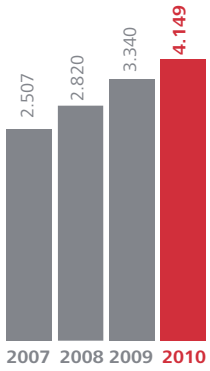
La colaboración de Banco Santander con la universidad se articula a través de cuatro palancas de actuación:

- Los convenios integrales de colaboración, que han permitido contribuir en 4.149 proyectos de contenido docente, investigador, tecnológico, de gestión y de transferencia en 2010 con las universidades.
- El apoyo a **programas internacionales de cooperación inter-universitaria**, como es el caso de los programas de movilidad nacional e internacional de estudiantes y profesores, que promueven el espacio iberoamericano del conocimiento, fortalecen la relación entre estudiantes y profesores de Asia, Europa y América y permiten el intercambio de experiencias entre los universitarios e investigadores de todo el mundo.
- El impulso y la colaboración con redes académicas internacionales, como la **Red Universitaria Iberoamericana de Incubación de Empresas (Red Emprendia)**.
- El respaldo a proyectos globales, como Universia, la mayor red de cooperación universitaria de habla hispana y portuguesa, y la Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes, el mayor fondo digitalizado en internet sobre las letras hispanas.

EVOLUCIÓN DE LOS CONVENIOS CON UNIVERSIDADES
Número



EVOLUCIÓN DE LOS PROYECTOS DE COLABORACIÓN
Número



SANTANDER UNIVERSIDADES EN CIFRAS EN 2010

100.000.000
de euros dedicados a universidades

938
convenios de colaboración con universidades en 14 países de 4 continentes

4.149
proyectos conjuntos con las universidades en 2010

4.629.655
tarjetas universitarias inteligentes (TUI) en 201 universidades

1.216
universidades forman parte de Universia

14.293
becas y ayudas al estudio concedidas en 2010

25.000.000
de euros destinados en 2010 para proyectos de innovación y fomento de la cultura emprendedora

174.728
nuevos empleos a través de Universia

PROGRAMA DE BECAS SANTANDER

En 2010, el programa de becas y ayudas al estudio de Banco Santander ha beneficiado a 14.293 universitarios de 395 universidades.

Del total de las becas de estudio concedidas, 9.847 becas son de movilidad internacional, y de éstas, 5.657 están destinadas a fomentar la movilidad entre países de Iberoamérica. Además, se han entregado 1.385 becas de movilidad nacional en Colombia y México.

Por otro lado, se ha celebrado la 2ª edición del programa *Top China* en el que 103 universitarios brasileños, seleccionados entre 1.600 solicitudes, realizaron una estancia académica en China. Dado el éxito de esta iniciativa, en el año 2010 se ha lanzado el programa de becas *Top Brasil* en el que estudiantes de las 9 universidades más prestigiosas de China han viajado a 5 universidades brasileñas.

Estas iniciativas permiten que Santander se haya convertido en una de las instituciones pioneras en contribuir a la consolidación del espacio iberoamericano del conocimiento a través de la movilidad de los estudiantes, profesores e investigadores.

En mayo de 2010, en el marco del II Encuentro de Rectores de Guadalajara, Banco Santander anunció el lanzamiento de dos nuevos programas de becas para un periodo de cinco años:

- Un programa de un total de 15.000 becas de intercambio y movilidad internacional entre países de Iberoamérica. Son becas de un semestre con un importe de 3.000 euros.
- Un programa de un total de 3.000 becas para investigadores con una dotación de 5.000 euros.

PRINCIPALES PROGRAMAS DE BECAS

- Programa Fórmula Santander.
- Programa Movilidad EE.UU.
- Becas Santander UK.
- Becas ECOES (México).
- Programa Becas Luso-Brasileño.
- Becas CRUE: Movilidad Iberoamericana.
- Becas Grupo Montevideo.
- Top China / Top Brasil.
- Programa de becas Red de Macrouniversidades.

Programa TOP CHINA, Universidad Shangai JiaoTong. Shanghai

INNOVACIÓN Y TRANSFERENCIA DE CONOCIMIENTO

En los últimos años, las universidades han puesto gran empeño en dar un fuerte impulso a la investigación orientada a la transferencia al sector productivo, a la creación de empresas de origen universitario y al desarrollo de una cultura emprendedora.

En esta misma línea, Banco Santander apoya desde hace años iniciativas relacionadas con la innovación y el fomento de la cultura emprendedora, con especial interés en aquellas actividades relacionadas con la formación de profesores en emprendimiento y el reconocimiento de la actitud emprendedora en los universitarios.

Durante 2010, Santander ha colaborado en 40 proyectos de incubación de empresa universitaria lo que permitió la puesta en marcha de 400 nuevas empresas universitarias.

Los premios Santander a la innovación y el fomento de la cultura emprendedora de Argentina, Brasil, Chile, Colombia, México y Uruguay, se han consolidado como una referencia internacional, habiéndose presentado más de 6.000 proyectos universitarios a la convocatoria de 2010.

Destaca también la colaboración con la Secretaría General Iberoamericana (SEGIB) con quien, en 2010, el Banco ha entregado los premios iberoamericanos del Emprendimiento.

Por último, el desarrollo de la Red Emprendia es también un buen ejemplo del impulso de Banco Santander al espíritu emprendedor.

RED EMPRENDIA

La Red Universitaria Iberoamericana de Incubación de Empresas (Red Emprendia) fue creada a iniciativa de las universidades de Barcelona y Santiago de Compostela, con el apoyo de Santander Universidades, para promover y desarrollar dinámicas aceleradoras de una nueva cultura y un entorno institucional y financiero favorable al emprendimiento responsable a partir del conocimiento generado y compartido por los miembros de la comunidad universitaria y específicamente para apoyar la generación de nuevas empresas de base tecnológica a partir de los resultados de investigación.

En la actualidad la Red está formada por 15 de las universidades iberoamericanas más dinámicas e innovadoras en el terreno de la incubación de empresas: de México, el Instituto Tecnológico de Monterrey, Instituto Politécnico Nacional y la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), de Portugal, la U.Coimbra, de Chile, la Universidad Pontifica Católica de Chile, de Brasil: la Universidad Estadual de Sao Paulo (USP) y la Estadual de Campinas (Unicamp), de Argentina, la U.Buenos Aieres (UBA) y de España, la U.Politécnica de Cataluña, U.Cantabria, U.Valencia, Complutense y Autónoma de Madrid, junto a Universia y las entidades promotoras. Estas universidades acogen en sus incubadoras de empresas, anualmente, más de 400 nuevos proyectos empresariales.

Es objetivo de esta red alcanzar las 30 universidades socias en cinco años como requisito para hacer real la dimensión emprendedora del espacio iberoamericano del conocimiento en colaboración con las instituciones y redes ya existentes en cada uno de los países.

La apuesta de Red Emprendia pretende compartir e intercambiar (www.redemprendia.org) las mejores prácticas universitarias en el ámbito del emprendimiento, establecer programas de internacionalización de las *spin-offs* universitarias mediante esquemas de hospedaje entre sus diferentes parques científicos e incubadoras de empresas, diseñar programas de formación y actualización para gestores de innovación universitaria en centros internacionales especializadas, así como promover programas de sabáticos para profesores e investigadores emprendedores o de becas para prácticas de emprendedores en empresas innovadoras y establecer nuevos referentes para la inserción profesional de los estudiantes universitarios. RedEmprendia colabora directamente con la secretaría general iberoamericana y con el Santander en la promoción de los premios iberoamericanos de emprendimiento dirigido al mundo universitario.

REDEMPRENDIA

Mario Vargas Llosa, Premio Nobel de Literatura 2010
y presidente de la Fundación Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes, y Emilio Botín.

CÁTEDRAS UNIVERSITARIAS SANTANDER

Banco Santander promueve desde hace años la creación de cátedras universitarias de investigación y docencia, compuestas, en muchos casos, por equipos multidisciplinares de varias universidades.

En 2010, más de 130 cátedras contaron con el apoyo de Banco Santander para el desarrollo de sus proyectos, que están relacionados, principalmente, con la responsabilidad social, la empresa familiar, la innovación y el fomento de la cultura emprendedora. Entre las cátedras patrocinadas por Banco Santander se encuentran nueve cátedras UNESCO, siete cátedras conjuntas de la Universidad Nacional Autónoma de México con distintas universidades españolas, ocho cátedras de empresa familiar, una dedicada a la pequeña y mediana empresa, cuya sede se encuentra en la Universidad de Cantabria, y nueve cátedras de sostenibilidad.

Especialmente relevante es la red de cátedras de responsabilidad social corporativa, integrada por la Universidad de Alcalá, la Universidad de Salamanca, la Universidad Antonio de Nebrija, la Universidad de Castilla la Mancha y la Universidad Francisco de Vitoria. El objetivo de la red es promover un foro de encuentros que estimule la interacción entre los distintos equipos investigadores en el ámbito de la responsabilidad social corporativa.

BIBLIOTECA VIRTUAL MIGUEL DE CERVANTES

La Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes fue creada por iniciativa de la Universidad de Alicante, con el patrocinio de Banco Santander y la Fundación Botín con el fin de difundir la cultura iberoamericana en el mundo.

Desde su nacimiento, hace 10 años, ha incorporado más de 130.000 registros bibliográficos a sus fondos, que están disponibles en internet de forma gratuita.

En 2010, con ocasión de la conmemoración de los bicentenarios de la independencia de los países iberoamericanos, la Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes prestó una atención especial a los creadores de la literatura fundacional de Iberoamérica.

Esta dedicación especial a Iberoamérica ha guiado a la entidad en la creación de uno de sus proyectos más importantes, la Biblioteca Virtual de las Letras Mexicanas, inaugurada el pasado mes de junio en Guadalajara durante el II Encuentro Internacional de Rectores de Universia.

Más información: www.cervantesvirtual.com

BIBLIOTECA VIRTUAL
MIGUEL DE CERVANTES
www.cervantesvirtual.com

SANTANDER UNIVERSIDADES BRASIL. DESAFÍO SOSTENIBLE

¿Qué ideas sostenibles tienes para tu universidad? Esta es la pregunta que Santander lanza a los universitarios brasileños en el Desafío Santander de Sostenibilidad. A través de esta iniciativa, los universitarios interesados tienen la oportunidad de proponer, en la página web del proyecto, ideas viables que generen impactos ambientales, económicos y sociales positivos en sus universidades y en otras instituciones educativas.

Banco Santander apoya a los participantes, proporciona formación en materia de sostenibilidad y da la oportunidad de intercambiar experiencias con expertos en las distintas etapas del proceso de selección. Al final, el ganador, junto con el profesor orientador del proyecto, tendrá la oportunidad de estudiar un curso para emprendedores en el *Babson College*, Boston (EE.UU.), una de las escuelas más prestigiosas en esta especialidad.

DESAFIO SANTANDER

UNIVERSIA CUMPLE 10 AÑOS

2000 — Fundación de Universia como portal de las universidades iberoamericanas.

2001 — Acuerdo con Microsoft y el Gobierno de España para impulsar el desarrollo de la sociedad de la información.

2002 — Lanzamiento de Universia en los 10 primeros países.

2003 — Primeros acuerdos con universidades norteamericanas. Creación del consejo asesor internacional.

2004 — Presentación de la primera revista académica. ***Universia Knowledge@Wharton***

2005 — I Encuentro Internacional de Rectores en Sevilla (España). Declaración de Sevilla y presencia de 400 universidades de 22 países.

2006 — Centralización de la plataforma tecnológica. Evolución a red de universidades.

UNIVERSIA

En 2010 Universia cumplió 10 años. En este tiempo, se ha consolidado como la mayor red universitaria del mundo. Engloba a 1.216 universidades de 23 países, que representan 14 millones de estudiantes y profesores universitarios.

Una de las claves del éxito de Universia es que contribuye a conectar el ámbito universitario con el resto de la sociedad, atendiendo no sólo necesidades de formación sino también otras importantes demandas como el primer empleo, la relación universidad-empresa, las redes sociales o el ocio responsable.

En materia de empleo, Universia mantiene un compromiso estratégico con las universidades para impulsar y facilitar la incorporación de los universitarios al mercado laboral. A la vez, favorece la movilidad ya que permite el acceso de los candidatos a ofertas de trabajo y a prácticas nacionales e internacionales. En 2010, 174.728 universitarios con menos de un año de experiencia laboral han conseguido su primer empleo a través de Universia; adicionalmente, Universia ha empezado a gestionar otras categorías de empleo como son las prácticas profesionales en empresas, *part-time,* y, profesionales con más de un año de experiencia. De esta forma, el total de profesionales que han conseguido empleo a través de Universia en 2010 es de 293.031.

EMPLEO A TRAVÉS DE UNIVERSIA*

Universitarios que han conseguido su primer empleo	174.728
Prácticas profesionales en empresas	17.335
Part-time	43.215
Profesionales mayor experiencia	57.753
Total empleos a través de Universia	293.031
Currícula presentados	4.585.226
Vacantes de empleo publicadas	916.460
Empresas que han publicado vacantes de empleo	154.824

* La información de empleos conseguidos a través de Universia es una estimación en base al 40% de las vacantes ofertadas

II ENCUENTRO DE RECTORES EN GUADALAJARA, MÉXICO

En mayo de 2010 se celebró el II Encuentro de Rectores en Guadalajara, México, que reunió a 1.057 universidades de 33 países y puso de relieve que Universia, como mayor red universitaria del mundo, constituye un elemento decisivo para el impulso del espacio iberoamericano del conocimiento socialmente responsable.

Previamente al encuentro, se realizaron numerosas reuniones a través de foros en internet en los que participaron rectores, académicos, expertos universitarios y estudiantes.

En el encuentro se valoró el papel estratégico que corresponde a las universidades en la sociedad, reconociendo que la educación y el conocimiento son los instrumentos más poderosos de transformación y progreso, de desarrollo, de igualdad de oportunidades, de cohesión y de movilidad social.

Las principales conclusiones del encuentro fueron:

1. La universidad ha de tener un papel central en una sociedad como la actual, en cambio permanente.
2. El Espacio Iberoamericano del Conocimiento debe ser una apuesta estratégica de futuro.
3. La universidad ha de estar comprometida con la integración y la cohesión social.
4. Son fundamentales las nuevas tecnologías y la inversión en I+D+i como instrumento clave para facilitar el acceso al conocimiento y disminuir la brecha entre la universidad y la empresa.
5. La internacionalización es un reto que debe afrontar la universidad iberoamericana, que Banco Santander apoyará a través de los dos nuevos programas de becas de movilidad internacional.

Datos del encuentro:

- **985** rectores.
- **1.057** universidades representadas.
- **33** países involucrados. Amplia cobertura mediática y presencia de más de 100 periodistas.

2007

Definición de las líneas estratégicas 2008-2010. Se superan las 1.000 universidades socias.

2008

Alianza estratégica con *trabajando.com* para gestionar prácticas de estudiantes y empleo para universitarios.

2009

Presencia en 23 países de habla hispana y portuguesa. Se alcanza el *Page Rank* 10 de Google.

2010

II Encuentro Internacional de Rectores en Guadalajara (México). Agenda de Guadalajara y presencia de 1.057 universidades de 33 países.

1.216
universidades socias de 23 países de Iberoamérica

14
millones de estudiantes y profesores universitarios

1.412.007
usuarios registrados

174.728
universitarios han conseguido su primer empleo a través de Universia

17.335
universitarios han conseguido prácticas profesionales

1.223
asignaturas y 110 universidades en *OpenCourseWare*

12.612
convocatorias de ayuda al estudio en el portal de becas

4.241
investigadores registrados en Innoversia

FUNDACIÓN UNIVERSIA

El objetivo de la Fundación Universia es contribuir a la inclusión social y laboral de las personas con discapacidad, impulsando la formación superior y la igualdad de oportunidades.

La actividad de la Fundación se estructura en torno a cuatro grandes programas:

- Programa de información, orientación y difusión. Impulsa la realización de estudios avanzados universitarios relacionados con la inserción laboral de las personas con discapacidad.
- Programa Red. Fomenta la cooperación y el trabajo en red. Para ello, la Fundación Universia ha establecido contactos y actúa como puente entre diferentes entidades (servicios y programas de atención y apoyo a universitarios con discapacidad, asociaciones y fundaciones, centros especiales de empleo, empresas) relacionadas con el ámbito de la discapacidad, la formación y el empleo.
- Programa de igualdad de oportunidades e inclusión. En el marco de este programa, Fundación Universia desarrolla iniciativas como las *becas capacitas*, para promover el acceso a la formación superior de las personas con discapacidad; o el programa *sin barreras para todos*, un programa piloto innovador y pionero en España para favorecer el aprendizaje de idiomas en el extranjero a personas con discapacidad.
- Programa de Empleo. Para facilitar la inserción laboral de las personas con discapacidad, Fundación Universia ha creado un Portal de Empleo y ha puesto en marcha distintas iniciativas como el *programa incluye*, que promueve el desarrollo de prácticas profesionales de personas con discapacidad.

Más información: www.universia.net

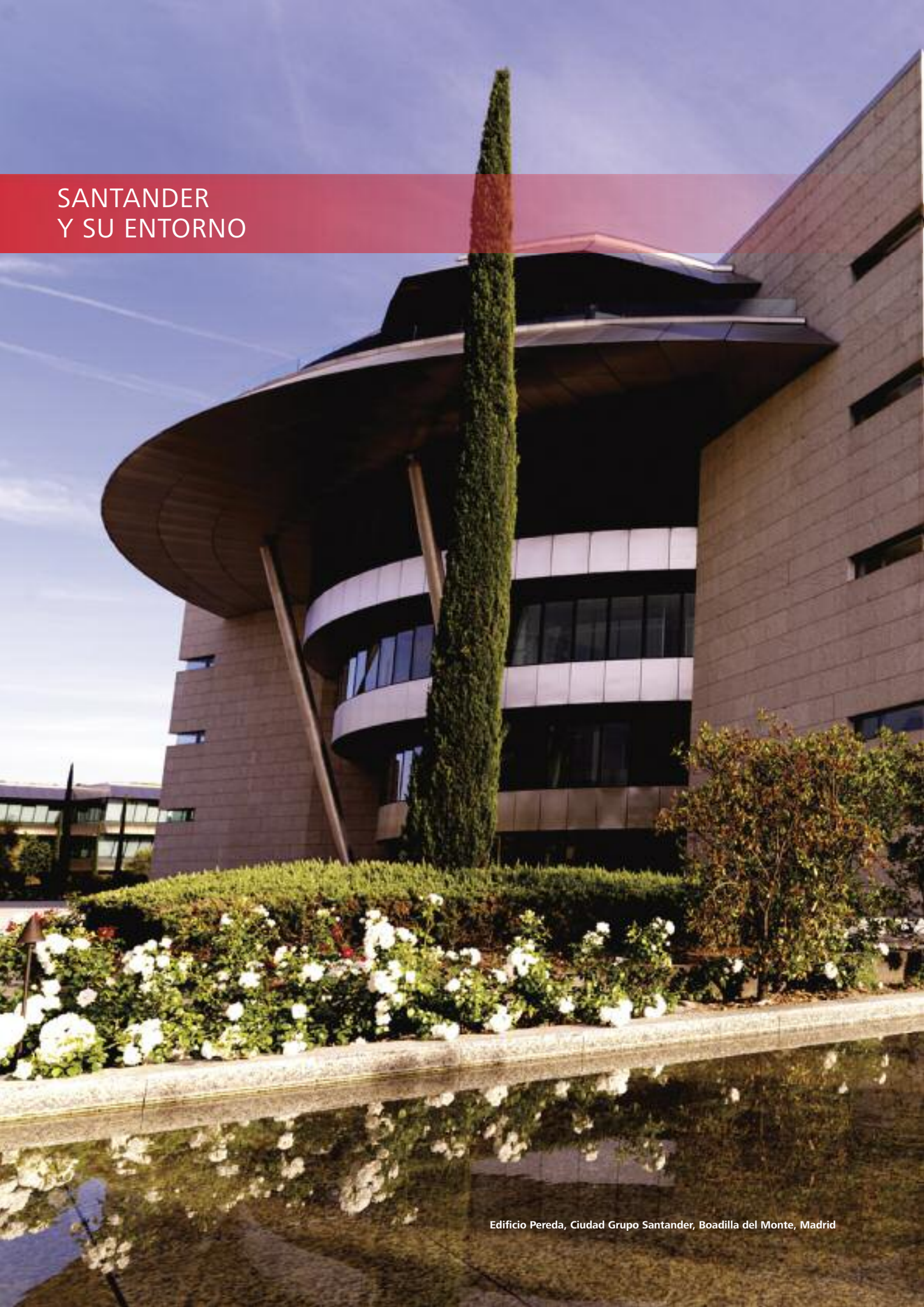
BANCO DE PRODUCTOS DE APOYO

El Banco de Productos de Apoyo es un programa de la Fundación Universia cuya finalidad es facilitar la autonomía de las personas con discapacidad en el ámbito de la formación y del empleo.

Para ello, pone a disposición de los beneficiarios la solución tecnológica que mejor se adapte a sus necesidades, a través de un préstamo temporal y gratuito. Entre los materiales prestados destacan sintetizadores de voz, ordenadores portátiles de diferentes dimensiones, bolígrafos digitales, etc. En 2010 se han atendido 202 solicitudes.

Este programa incluye también a profesores, investigadores y personal de administración y servicios de las universidades, así como titulados universitarios que soliciten el producto para utilizarlo en su primer empleo.

SANTANDER Y SU ENTORNO



Edificio Pereda, Ciudad Grupo Santander, Boadilla del Monte, Madrid

COMUNIDAD

Santander impulsa y apoya programas que contribuyen al desarrollo de las comunidades locales

COMPROMISO

Contribuir al desarrollo y crecimiento económico, social y sostenible de las comunidades donde el Banco está presente.

BALANCE 2010

- Aprobación en el comité de sostenibilidad de 2010 de proyectos corporativos de voluntariado y educación financiera.
- Implementación de nuevos programas para la cooperación al desarrollo.
- Aplicación de la metodología internacional *London Benchmarking Group* (LBG) para la medición y evaluación de programas e impactos en la comunidad.
- Mayor transparencia y comunicación de las diversas iniciativas.

OBJETIVOS 2011

- Fomento de proyectos de educación financiera, tanto a nivel corporativo como en distintos países.
- Promoción de los microcréditos y aumento del número de beneficiarios.
- Avances en el posicionamiento de las Fundaciones del Grupo como referentes internacionales en el ámbito del arte y la cultura.

INVERSIÓN EN LA COMUNIDAD

Santander impulsa iniciativas y proyectos que tienen como finalidad cubrir las necesidades básicas de los colectivos más desfavorecidos y con menor poder adquisitivo, como son la infancia, la inmigración o las personas con discapacidad. Este impulso se lleva a cabo en ámbitos como la educación, la salud, el desarrollo económico, el bienestar social, la cultura y la ayuda humanitaria.

Para el desempeño de estas iniciativas Banco Santander actúa en estrecha colaboración con el tercer sector (ONG y otras entidades sin ánimo de lucro) con el que, el Banco ha mantenido en 2010 un diálogo fluido y constante mediante reuniones, entrevistas, foros y jornadas de sensibilización. Todo ello a fin de identificar posibles vías de colaboración que permitan a Banco Santander contribuir a las necesidades reales de la sociedad.

Las principales líneas de actuación son:

- Impulso de programas locales para contribuir al desarrollo de las comunidades en las que el Grupo está presente.
- Apoyo a iniciativas de cooperación internacional en países en vías de desarrollo.
- Fomento del voluntariado corporativo.
- Inclusión financiera: microcréditos y educación financiera.

Asimismo, el Grupo a través de sus fundaciones desarrolla una intensa actividad en distintos ámbitos, especialmente en arte y cultura.

Con el impulso de estas iniciativas, algunas en estrecha colaboración con empleados y clientes, Santander contribuye en dos de los Objetivos de Desarrollo del Milenio promovidos por Naciones Unidas: erradicar la pobreza extrema en el mundo y lograr la enseñanza primaria universal. En este sentido, a lo largo del año 2010 ha promovido proyectos relacionados con educación infantil.

LA INVERSIÓN DE GRUPO SANTANDER EN LA COMUNIDAD

47.000.000

euros en inversión social

38.844

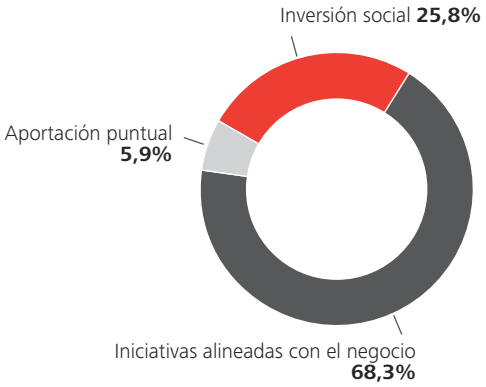
empleados voluntarios en acciones directas con la comunidad

DATOS RELEVANTES

El Banco, en 2010, ha implementado en su sistema de *reporting* corporativo, la metodología *London Benchmarking Group* (LBG), un sistema de medición de impactos para clasificar y gestionar su inversión en la comunidad.

DISTRIBUCIÓN DE LA INVERSIÓN TOTAL POR TIPO*

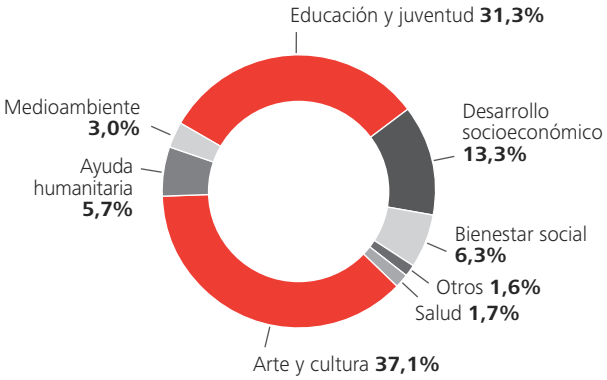
%



* (148 millones de euros. Incluye el programa Santander Universidades)

DISTRIBUCIÓN DE LA INVERSIÓN SOCIAL POR ÁMBITO*

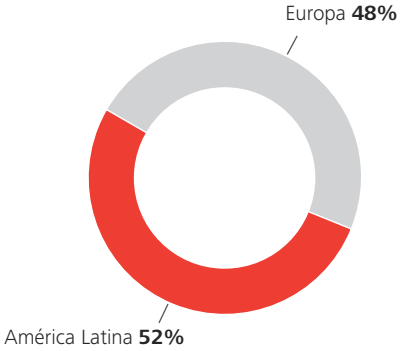
%



* (47 millones de euros. No incluye el programa Santander Universidades)

DISTRIBUCIÓN DE LA INVERSIÓN SOCIAL POR REGIÓN (Por origen de fondos)*

%



* (47 millones de euros. No incluye el programa Santander Universidades)

Jornadas de la Fundación Teletón, Uruguay

Programa *Un techo para mi país*, Argentina

PROGRAMAS LOCALES

Santander desarrolla programas locales a medio y largo plazo que se articulan a través de aportaciones directas y convenios de colaboración con entidades sin ánimo de lucro.

En todos los casos, son planes de desarrollo local adaptados a las circunstancias sociales y económicas de cada comunidad.

Algunos ejemplos de este tipo de iniciativas locales en el ámbito educativo son:

- El programa *Amigo do Valor* en Brasil, que facilita a los clientes, empleados y proveedores de Banco Santander dirigir recursos financieros para los fondos municipales por los derechos de los niños y los adolescentes. El objetivo es apoyar iniciativas que permitan promover, defender y garantizar los derechos de los jóvenes en las ciudades donde las condiciones de vida son más críticas.
- La *Fundación CEBI* en Portugal, de la cual Santander Totta es miembro fundador desde 1995, tiene como principal actividad la promoción de la educación a través de subvenciones que facilitan el acceso a la escuela. A ella acuden a diario 1.600 alumnos, de los cuales cerca de 400 estudian con becas.
- El programa *Bécalos* en México, que apoya a estudiantes y a profesores de escuelas públicas a través de la concesión de becas educativas;
- La iniciativa *becas escolares* en Argentina, que permite el acceso a la educación formal a niños en situación de pobreza.

En España, Banco Santander forma parte del Patronato de la Fundación Madrid Vivo, una institución que nace con motivo de la celebración de las Jornadas Mundiales de la Juventud que tendrán lugar en Madrid, del 16 al 21 de agosto de 2011, con ocasión de la visita del Papa Benedicto XVI. Las Jornadas serán un acontecimiento de enorme transcendencia desde el punto de vista religioso, social y económico, que convertirán a Madrid en la capital de los jóvenes del mundo.

COOPERACIÓN INTERNACIONAL AL DESARROLLO

Santander colabora desde distintos países en proyectos de cooperación internacional al desarrollo con instituciones y entidades públicas y privadas.

Entre otros, destaca la colaboración del Grupo y sus empleados en un proyecto para luchar contra la desnutrición infantil en Colombia, y la colaboración en un proyecto para la construcción de un orfanato para niños con VIH en la India.

En el ámbito de la ayuda humanitaria, destaca la rápida respuesta del Grupo, sus empleados y clientes ante las grandes tragedias ocurridas en 2010. Son los casos, entre otros, de los terremotos de Haití y Chile, donde el Banco, tanto a nivel corporativo como desde distintos países, ha colaborado en la reconstrucción de las comunidades afectadas a través de aportaciones dinerarias directas (1 y 1,2 millones de euros, respectivamente) y mediante el impulso de la recaudación de donativos y ayudas entre sus clientes y empleados.

FIDEICOMISO POR LOS NIÑOS DE MÉXICO

Desde hace 16 años, los empleados y jubilados de Santander México, junto con el Banco, colaboran con más de 30 entidades dedicadas al apoyo a la infancia más necesitada, en ámbitos como la educación, la salud y la alimentación. La mayoría de estas entidades son propuestas por los empleados, cuya colaboración consiste, no sólo en aportaciones dinerarias, sino en su implicación directa a través de actividades de voluntariado.

VOLUNTARIADO CORPORATIVO

El Grupo fomenta la participación de sus empleados en los proyectos que impulsa, a través de diversas iniciativas de voluntariado corporativo.

Algunos programas destacados son:

- En Reino Unido, Santander ofrece a sus empleados, a través del programa *Community days*, la posibilidad de participar y realizar voluntariado en organizaciones benéficas locales. Durante 2010 más de 600 empleados han participado en actividades que van desde la enseñanza de habilidades financieras en las escuelas, al acompañamiento de personas de edad avanzada y el apoyo a proyectos de conservación del medio ambiente.
- En Argentina y Chile, a través de los programas *Un techo para mi país y Un techo para Chile*, los empleados colaboran a erradicar las viviendas precarias de los colectivos más desfavorecidos y a construir nuevas viviendas definitivas.
- A través de la iniciativa *Convocatoria de proyectos sociales*, los empleados del Grupo en España presentan proyectos sociales que son sometidos a votación por todos los empleados. Los proyectos ganadores se financian mediante un fondo formado por las aportaciones de los empleados, a través del programa *Euros de tu nómina*.

  El Banco, por su parte, contribuye también al fondo con una aportación igual a la de los empleados. En el programa *Euros de tu nómina* participan cerca de 1.000 empleados en España.

Además, en febrero de 2011, Santander firmó un convenio de colaboración con Unicef, como punto de partida de *Voluntarios Santander Comprometidos*, un programa de voluntariado corporativo que comenzará su desarrollo en España, para luego extenderse a otros países. Durante los dos próximos años, los profesionales apoyarán, a través de diversas iniciativas de voluntariado, un proyecto que gestiona Unicef en el estado de Oaxaca, en México, donde se han identificado más de 15.000 niños y adolescentes con problemas de escolarización.

Voluntarios ayudando a la construcción de viviendas. Chile.

PRINCIPALES PROGRAMAS DE VOLUNTARIADO

País	Programa	Nº de empleados voluntarios
Argentina	*Un techo para mi país*	150
Brasil	*Amigo do valor*	26.486
	Projeto Escola	1.797
Chile	*Un techo para Chile*	500
España	*Convocatoria de proyectos y Euros de tu nómina*	611
	Portal Microvoluntarios	1.000
Mexico	*Fideicomiso por los niños de Mexico*	6.400
	Reforestación San Jerónimo	450
Portugal	*Pão para todos*	350
Reino Unido	*Community days*	1.100
Total		**38.844**

ESCOLA BRASIL

El programa tiene como objetivo contribuir a la mejora de las escuelas públicas, acercando los colegios a las comunidades en las que se encuentran.

Se trata de un programa de voluntariado corporativo de Santander Brasil en el que más de 1.800 empleados participan en las actividades que las escuelas realizan con los alumnos, relacionadas con el deporte, el ocio, la cultura y el medio ambiente.

En el programa participan 170 escuelas públicas y 703 educadores. El número de estudiantes que se benefician con el programa asciende ya a 142.000.

INCLUSIÓN FINANCIERA

Grupo Santander favorece la inclusión financiera, con iniciativas que se adaptan a las necesidades y demandas de las comunidades en las que está presente.

MICROCRÉDITO

Grupo Santander cuenta con productos, como los microcréditos, que facilitan el acceso de los colectivos más desfavorecidos al mercado financiero, mejorando su inclusión social, su nivel de vida y también el de su entorno local.

En Argentina, Brasil, Chile y El Salvador, el Grupo financia los proyectos de más de 200.000 emprendedores para ayudar a familias de bajas rentas a acometer actividades empresariales sostenibles que a su vez contribuyan también a generar empleo y renta al resto de la comunidad.

Cabe destacar el programa de microemprendimiento iniciado en Chile en 1992 por Santander Banefe, líder destacado en este ámbito en el mercado chileno y modelo de referencia en desarrollo sostenible. Fruto de esta estrategia, el Grupo patrocina el *premio nacional a la mujer microempresaria* desde 2001.

EDUCACIÓN FINANCIERA

A través de sus programas de educación financiera el objetivo del Grupo es impulsar el conocimiento financiero, enseñar a utilizar los servicios bancarios de manera efectiva y generar mayor confianza y seguridad en el uso de los mismos.

En 2010 el comité de sostenibilidad, en su reunión del mes de julio aprobó, un proyecto corporativo de educación financiera, que lidera Santander Universidades y que abarcará distintas iniciativas enfocadas, en una primer etapa, al público universitario.

Entre los programas que ya se han puesto en marcha, destacan:

- *Santander in schools*, *My Money, My Rights* o *Student Money Manual* en Reino Unido, a través de los cuales se instruye a jóvenes e inmigrantes en conceptos básicos como la importancia del ahorro, la inversión o el acceso al crédito.
- *Programa Contigo* en Puerto Rico, programa de charlas y talleres que tiene como propósito ayudar a los participantes adquirir conocimientos financieros.
- *Brincando na rede* (Jugando en la Red) en Brasil, que está dirigida al público infantil y ofrece contenidos interactivos, herramientas y juegos con el objetivo de desarrollar en los niños el espíritu emprendedor y enseñarles a ahorrar.

PRINCIPALES PROGRAMAS DE MICROCRÉDITOS[1]

País	Programa	Clientes	Créditos*
Brasil	Santander Microcréditos	93.637	53
Chile (Banefe)	Microfinanzas en Chile	100.000	147
El Salvador	Enlace	30.158	5.9

(1) Datos de clientes y créditos vivos a 31.12.2010.
* Millones de Euros

SANTANDER *IN SCHOOLS* (REINO UNIDO)

Programa creado en 2010 con la participación de empleados de la red comercial, lo que favorece las relaciones del Banco con su comunidad, y que tiene como objetivo educar a estudiantes de secundaria en habilidades financieras.

A través de módulos formativos con actividades y juegos interactivos los estudiantes aprenden conceptos básicos como el ahorro, el control del gasto o la inversión.

SANTANDER MICROCRÉDITOS BRASIL

Santander Microcréditos impulsa el crecimiento de pequeños negocios, que permiten a los sectores más desfavorecidos y con menor nivel de vida salir de la pobreza. Principalmente, se conceden a microempresas informales que no tienen acceso al crédito. Más del 80% de los microcréditos están destinados a mujeres empresarias que, en grupos solidarios formados por 5-6 personas, reciben préstamos de un importe medio de entre 300-500 euros sin necesidad de garantías adicionales.

En 2010, el volumen de préstamos alcanzó los 123 millones de reales. Y desde 2002 han sido concedidos un total de 780 millones de reales en estas líneas.

Exposición *Entretiempos. Instantes, intervalos, duraciones*, Fundación Banco Santander, Teatro Fernán Gómez-Centro de Arte, Madrid

FUNDACIÓN BANCO SANTANDER

A través de las diversas fundaciones del Grupo, Banco Santander desarrolla una intensa actividad en distintos ámbitos con especial foco en la difusión del arte y la cultura.

La Fundación Banco Santander desarrolla su actividad de mecenazgo en España en los ámbitos del arte, la música, las humanidades, la ciencia y la sostenibilidad, destacando el importante programa de la recuperación del Patrimonio Natural (ver capítulo de medio ambiente).

En el campo del arte, además de gestionar la Colección Santander, organiza exposiciones en la *sala de arte Santander*, destinadas a dar a conocer importantes colecciones de arte contemporáneo, al tiempo que promueve exposiciones de arte en diversas instituciones y museos, cursos para especialistas y programas didácticos. Dentro del ámbito pedagógico, destacan las visitas-taller para familias que la Fundación ofrece en la *sala de arte Santander* con el fin de acercar el arte a los niños.

En música, apoya diversos proyectos pedagógicos y colabora con instituciones tan importantes como la Fundación Albéniz, el Gran Teatro del Liceo o el Teatro Real de Madrid.

Además, organiza ciclos de conferencias y debates sobre historia, patrimonio y ciencia y tiene una interesante actividad editorial, entre la que destaca la publicación de la *Colección Obra Fundamental* y de la revista *Moneda y Crédito*. También es remarcable su apoyo a dos proyectos de investigación científica sobre el cáncer desarrollados por el CNIO y el Hospital Universitario Puerta de Hierro.

Más información: www.fundacionbancosantander.com

FOTOTALENTOS '10

Es un concurso online de fotografía impulsado por la Fundación Banco Santander con la colaboración de Universia. Tiene como objetivo vincular a la comunidad universitaria iberoamericana con el mundo del arte. En esta tercera edición se recibieron más de 2,3 millones de votaciones *on-line*.

Las 24 fotografías más votadas por el público se expusieron en las universidades y un jurado especializado tomó la decisión final entre las 125 fotos finalistas. Los premios se entregaron en San Fernando, Cádiz, coincidiendo con la junta de accionistas de Universia.

Edificio Santander Cultural, Porto Alegre, Brasil

FUNDACIÓN BANESTO

El principal objetivo de la Fundación Banesto es promover la creación de empleo mediante el fomento del espíritu emprendedor, la innovación y la adopción de nuevas tecnologías en las pymes. Algunos de sus principales proyectos son:

- ***Turismo solidario y sostenible***. Su objetivo es promover una red de turismo solidario y sostenible en África. El proyecto contempla la formación y asistencia técnica a las mujeres emprendedoras, la introducción progresiva de tecnologías y la financiación de proyectos viables que puedan generar empleo sostenible. Asimismo, los empleados de Banesto participan como voluntarios en el proyecto.
- ***Yuzz.*** Persigue fomentar el talento de jóvenes con ideas innovadoras de base tecnológica. Los jóvenes seleccionados reciben el soporte y apoyo necesarios para desarrollar sus ideas como proyecto empresarial. Existen Centros Yuzz en 18 ciudades españolas.
- ***Emprendedorestv.com.*** Este canal recoge más de 600 experiencias de empresarios españoles y se ha convertido en una importante referencia audiovisual para emprendedores y pymes.
- ***Global Business trip.*** Es un proyecto para la promoción de encuentros empresariales en EE.UU., en especial, en Silicon Valley. El objetivo es apoyar a empresas españolas, desde *start-ups* hasta empresas maduras, a introducirse en el mercado americano con éxito. Para ello, se organizan viajes a EE.UU., a fin de conocer el mercado y establecer contactos.

Más información: www.fundacionbanesto.com

SANTANDER FOUNDATION UK

La Fundación Santander en Reino Unido ayuda a los más necesitados a través de sus programas sociales de beneficiencia. Desde su creación en 1990, ha aportado más de 28 millones de libras a organizaciones benéficas en Reino Unido. La fundación también lleva a cabo diversas actividades de formación y desarrollo de habilidades profesionales dirigidas a colectivos en riesgo de exclusión, así como iniciativas orientadas a mejorar la educación financiera de la sociedad en general.

Más información: www.santanderfoundation.org.uk

SANTANDER CULTURAL BRASIL

Su actividad se centra en la integración y difusión de la diversidad de idiomas y el contenido artístico y cultural. Comprometida con la cultura contemporánea y con el desarrollo socio-económico, actúa fundamentalmente en los ámbitos de las artes visuales, la música, el cine y la reflexión.

Desde su creación en 2001, Santander Cultural ha mostrado 20 grandes exposiciones de artes visuales, miles de proyecciones, festivales, seminarios, cursos, y cientos de conciertos, talleres y clases magistrales. Asimismo, ha desarrollado actividades educativas para más de 412.000 estudiantes y profesores.

Durante 2010 se han desarrollado iniciativas tales como *Santander Cultural Instrumental*, el patrocinio de la *III Bienal Brasileira de Design*, *Vestigios de Brasilidade*, o la *Mostra de Artes Visuais do Mercosul*.

Más información: www.santandercultural.com.br

MEDIO AMBIENTE

Banco Santander apoya la preservación del medio ambiente y la lucha contra el cambio climático mediante el control de riesgos sociales y ambientales y el apoyo a las energías renovables en su actividad financiera; y la ejecución de un plan de eficiencia energética en sus instalaciones

COMPROMISO

Contribuir a la preservación del medio ambiente a través de iniciativas como la reducción de consumos y emisiones en un plan de eco-eficiencia, el análisis de los riesgos sociales y ambientales en diferentes ámbitos del negocio bancario y la financiación de las energías renovables.

BALANCE 2010

- Consolidación de la política social y ambiental general del Grupo y de políticas sectoriales para la financiación de operaciones en sectores sensibles (agua, energía, defensa y forestal).
- Integración y auditoría interna del análisis del riesgo social y ambiental en las operaciones de *project finance* de acuerdo a los Principios del Ecuador.
- Ampliación del ámbito geográfico de la actividad de financiación de energías renovables.
- Desarrollo de un plan de eficiencia energética para la reducción de consumos y emisiones en todas las instalaciones del Grupo.

OBJETIVOS 2011

- Alcanzar los objetivos establecidos para el primer año del plan de eficiencia energética.
- Monitorización trimestral del plan de eficiencia energética.
- Sistematización del proceso de análisis del riesgo social y ambiental en las operaciones de *project finance*, que se incorpora en las herramientas informáticas (plataformas NILO /AQUA).

SANTANDER ANTE EL COMPROMISO MEDIOAMBIENTAL

Banco Santander impulsa la protección, la conservación y la recuperación del medio ambiente y la lucha contra el cambio climático. Para ello define acciones concretas en materia de sostenibilidad que se integran dentro de su modelo de negocio.

Además, Banco Santander tiene asumidos distintos compromisos internacionales en materia ambiental como los Principios del Ecuador, *UNEP FI y Carbon Disclosure Project* entre otros.

A través de su política social y ambiental, disponible en www.santander.com, Banco Santander fija una serie de criterios de funcionamiento que velan por la protección del medio ambiente. Adicionalmente, se han desarrollado políticas específicas que fijan los criterios a los que se debe ceñir la actividad de *project finance* en los sectores de defensa, energía, agua y forestal, que identifican el impacto social y ambiental de estas actividades.

Las iniciativas del Banco en el ámbito del medio ambiente siguen tres grandes líneas de trabajo:

- Medición de la huella ambiental del Grupo y elaboración de un plan de eficiencia energética para la reducción del impacto derivado de los consumos y emisiones.
- El análisis del riesgo social y ambiental en las operaciones de crédito, considerando así los aspectos sociales y ambientales en los procesos de análisis de riesgos y toma de decisión en sus operaciones de financiación.
- El desarrollo e impulso de soluciones financieras que apuestan por la protección del medio ambiente, como son las energías renovables, donde el Santander tiene una posición de liderazgo a nivel internacional.

Voluntarios colaboran en la reforestación. México

PLAN DE EFICIENCIA ENERGÉTICA Y MEDICIÓN DE LA HUELLA AMBIENTAL

Reducción del impacto derivado de consumos y emisiones

El cálculo de los consumos y emisiones de las instalaciones del Banco ha posibilitado conocer la huella ambiental del Grupo en 2010. Esto ha permitido fijar objetivos comunes de mejora y reducción a medio y largo plazo para los próximos tres años e intercambiar las mejores prácticas entre los diferentes países y unidades del Grupo.

Dentro de este plan se contempla también la exigencia de requerimientos y la formación especial en medio ambiente a los proveedores cuyas actividades tienen un impacto ambiental significativo. También incluye actuaciones formativas para los empleados del Grupo.

Asimismo, destacar que en 2010 en Santander Brasil fueron recertificados según la norma ISO 14001, que reconoce las buenas prácticas de las empresas en la gestión ambiental, los ocho centros de trabajo más relevantes del Grupo en este país.

Indicadores ambientales Grupo Santander

CONSUMOS	2010	2009	var. 09/10 (%)
Agua (m^3)	3.887.834	3.699.876	5,1%
Agua (m^3) / empleado	21,7	21,8	-0,4%
Energía eléctrica (millones de kWh)	1.257,3	1.208,6	4,0%
Energía eléctrica (miles de kWh) / empleado	7,03	7,13	-1,4%
Consumo directo de energía (GJ)(3)	533.773	513.407	4,0%
Papel (t)	29.838	35.313	-15,5%
Papel (t) / empleado	0,17	0,21	-20,6%

RESIDUOS	2010	2009	var. 09/10 (%)
Papel y cartón (Kg)	14.139.643	15.030.191	-5,9%
Papel y cartón (Kg) /empleado	79,05	88,69	-10,9%
Envases, plásticos y latas (Kg)	5.280.167	6.136.714	-14,0%
Envases, plásticos y latas (Kg) /empleado	29,52	36,21	-18,5%
Tóners (unid.)	172.228	193.468	-11,0%
Tóners (unid.) / empleado	0,96	1,14	-15,8%
Vidrio (Kg)	105.936	121.701	-13,0%
Vidrio (Kg) /empleado	0,59	0,72	-17,7%
Residuos eléctricos y electrónicos (unid)	67.850	213.480	-68,2%

EMISIONES DE GASES DE EFECTO INVERNADERO	2010	2009	var. 09/10 (%)
Emisiones directas e indirectas de CO_2 (t)(1)	515.056	497.570	3,5%
Otras emisiones indirectas de CO_2 (t)(2)	67.052	49.350	35,9%
Total emisiones de CO_2 (t)(3)	582.108	546.920	6,4%

OBJETIVOS PLAN DE EFICIENCIA ENERGÉTICA 2011-2013

Reducir la emisión de CO_2: un 3,5 % el primer año y un 9% hasta 2013.

Foco en los países con mayor impacto en emisión de CO_2: Brasil, Chile, España, México y UK, que representan el 76% del total de emisiones.

Reducir el consumo de electricidad: un 3% el primer año en el global de los 19 países.

El consumo de electricidad supone el 86% del consumo energético total del Grupo.

PROGRAMA PAPA-PILHAS

Desarrollado por Santander Brasil desde 2006, es un programa de recogida selectiva y gestión de pilas y baterías usadas a través de la red de oficinas del Banco. En él colaboran tanto empleados como clientes del Banco. Es el programa de reciclaje de este tipo de residuos más importante del país. Demuestra cómo es posible integrar estas iniciativas en el día día de la actividad bancaria.

Toneladas de pilas usadas y puntos de recogida en la red comercial de Brasil.

(1) Estas emisiones incluyen las emisiones derivadas del consumo directo de energía (gas natural, gasoleo y otros combustibles), las emisiones derivadas del consumo de electricidad y las emisiones derivadas de los viajes de negocio de los empleados en avión y en coche. Se han adaptado los datos de 2009 para considerar los mismos conceptos en ambos ejercicios.

(2) Estas emisiones en 2010 incluyen las emisiones derivadas del desplazamiento de los empleados al puesto de trabajo en coche individual, en vehiculo colectivo y en ferrocarril. El desplazamiento de los empleados en vehículo individual se ha calculado teniendo en cuenta el número de plazas de aparcamiento en los edificios de SSCC de cada país, por lo que solo incluye la información de los países en los que existe dicho aparcamiento, que son: Alemania, Austria, Bahamas, Bélgica, Brasil, Chile, Colombia, España, Estados Unidos, Holanda, Italia, Méjico, Miami, Polonia, Portugal, Puerto Rico, Suiza y Uruguay. El desplazamiento de los empleados en vehículo colectivo se ha calculado a partir de la distancia media recorrida por los vehículos alquilados por el Grupo Santander para el transporte colectivo de sus empleados al puesto de trabajo y en el interior de los SSCC de España (CGS), existiendo este servicio de transporte colectivo en los siguiente países: Alemania, Bélgica, Brasil, España, Italia y Méjico.El incremento en 2010 obedece, fundamentalmente a la inclusión de Alemania y Estados Unidos, que no disponían de estos datos en 2009.

(3) Los factores de emisión aplicados en 2010 se han obtenido de los últimos disponibles en la International Energy Agency, que corresponden a 2008. Los factores de emisión de 2009 se han adaptado para aplicar también el mismo criterio. Asimismo, el consumo directo de energía de 2009 se ha actualizado con la mejor información disponible de dicho ejercicio.

ANÁLISIS DEL RIESGO SOCIAL Y AMBIENTAL EN OPERACIONES DE CRÉDITO

Banco Santander es consciente de que una forma de preservar el medio ambiente es analizar y valorar correctamente las operaciones de financiación que se presentan, para su aprobación, a la comisión delegada de riesgos y/o a los comités locales de riesgos correspondientes. En este proceso de decisión, se tienen en cuenta también los aspectos sociales y ambientales. Para ello, el Grupo además imparte formación, en el ámbito social y ambiental, tanto a los equipos de riesgos como a los responsables de negocio.

Santander Brasil, además tiene en marcha procedimientos específicos para evaluar con criterios socioambientales a los clientes de banca corporativa y banca privada.

Durante el ejercicio 2010 no se ha realizado ninguna actividad formativa específica en la materia ya que no se produjeron suficientes incorporaciones para generar una nueva convocatoria. Por este motivo, dicha información se pospuso y fue impartida finalmente en el mes de marzo de 2011.

También se mantiene un diálogo constante con los grupos de interés, principalmente ONG, analistas e inversores, que permite adecuar y actualizar los procesos y herramientas de análisis de los riesgos socioambientales y ajustarlos para que reflejen los aspectos técnicos más relevantes.

PRINCIPIOS DEL ECUADOR

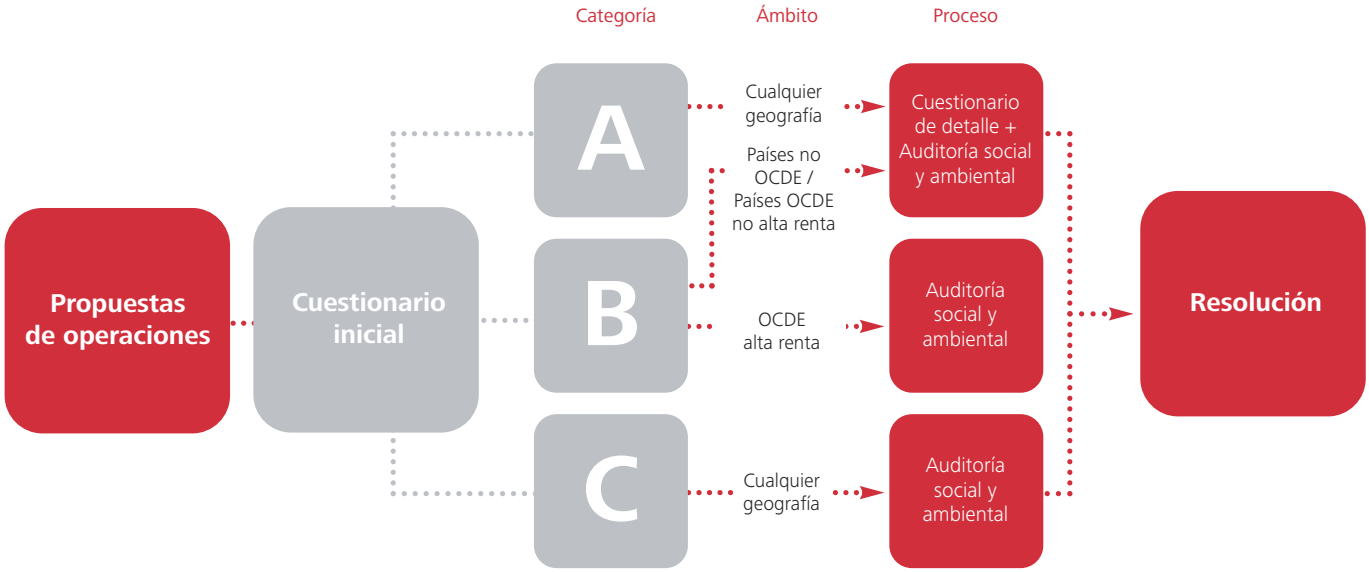
Santander ha incorporado los aspectos sociales y ambientales en los procesos de análisis de riesgos y toma de decisión en sus operaciones de *project finance*.

Las unidades corporativas de riesgos son las responsables de la evaluación de los riesgos ambientales y sociales de los proyectos presentados por las áreas de negocio, para su aprobación de conformidad con las políticas del Grupo.

La adopción de los Principios del Ecuador para las actividades de *project finance* tiene por objetivo identificar y evitar los impactos sociales y ambientales negativos de los proyectos susceptibles de financiación y, en caso de ser inevitables, reducirlos, mitigarlos o compensarlos adecuadamente.

Merece especial mención el esfuerzo que ha realizado el Grupo en estos últimos años, para la implantación de un proceso sistemático global de análisis de riesgos sociales y ambientales, que se explica en el siguiente cuadro:

PROCEDIMIENTO DEL ANÁLISIS DEL RIESGO SOCIAL Y AMBIENTAL SEGÚN LOS PRINCIPIOS DEL ECUADOR EN ***PROJECT FINANCE***
Importe superior a 10 millones de dólares

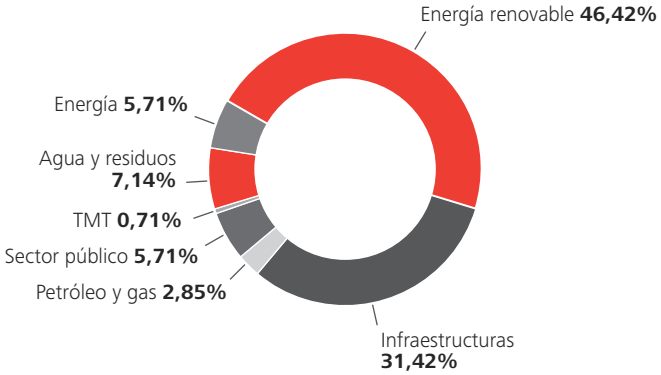


A: *Project finance* con un impacto negativo significativo y de mayor riesgo.
B: *Project finance* con un impacto negativo medio y de menor riesgo.
C: *Project finance* con un impacto sobre el medio ambiente muy pequeño o nulo.

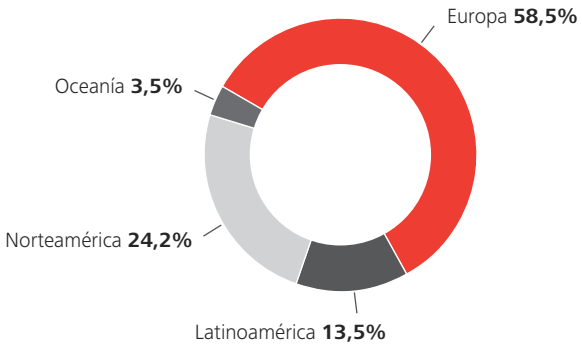
Parque Fotovoltaico en Campania, Italia

Grupo Santander aplica de manera rigurosa los Principios del Ecuador a todas las operaciones de *project finance* de importe igual o superior a 10 millones de dólares

CARACTERIZACIÓN DE LOS PROYECTOS ANALIZADOS POR SECTOR DE ACTIVIDAD
(Importes superiores a 10 millones de dólares)



CARACTERIZACIÓN DE LOS PROYECTOS ANALIZADOS POR GEOGRAFÍA
(Importes superiores a 10 millones de dólares)



DESGLOSE DE OPERACIONES FINANCIADAS *(PROJECT FINANCE)* EN 2010 SEGÚN GEOGRAFÍA Y CATEGORIZACIÓN DE PRINCIPIOS DEL ECUADOR
(Importes superiores a 10 millones de dólares)

Geografía	Nº de operaciones y categoría Principios del Ecuador			Total
	A	**B**	**C**	
Europa	0	12	12	24
Norteamérica	0	4	7	11
Latinoamérica	1	8	4	13
Oceanía	0	1	0	1
Nº total proyectos	**1**	**25**	**23**	**49**
Valor total proyectos (millones de euros)	**176**	**7.542**	**3.959**	**11.677**

Banco Santander se sitúa entre los líderes internacionales en la financiación de energías renovables

SOLUCIONES FINANCIERAS PARA EL DESARROLLO DE ENERGÍAS RENOVABLES

Banco Santander contribuye al objetivo global de la lucha contra el cambio climático aportando soluciones financieras y con una posición de liderazgo en materia de energías renovables a nivel internacional. Además, Santander ha sabido adaptarse a los cambios del mercado, aprovechando las nuevas oportunidades de negocio que han surgido. Así lo ha reconocido *Bloomberg Markets* al nombrar a Banco Santander como "el banco más verde del mundo" en 2010.

Este compromiso se plasma a través de distintos productos financieros:

PROJECT FINANCE

Financiación de la construcción y operación de parques eólicos, plantas fotovoltaicas, centrales termosolares, hidráulicas y mini-hidráulicas con una potencia total instalada de 3.500 MW. Durante 2010 el equipo de energía de *project finance* fue reconocido como *2010 Global Lender of the Year* por *Euromoney*. También fue galardonado con el *Clean Energy Deal of the Year* de la revista *Euromoney* por liderar la financiación de la construcción de dos plantas termosolares en España.

INVERSIÓN DE CAPITAL SEMILLA Y CAPITAL RIESGO

En estos proyectos el Banco actúa como promotor. En 2010 Santander invirtió en proyectos que, una vez construidos, tendrán una capacidad total instalada aproximada superior a los 1.000 MW, fundamentalmente en Brasil, EE.UU., España e Italia.

LEASING FOTOVOLTAICO

Financiación mediante *leasing*. El Banco colabora, además, en la elaboración y ejecución del proyecto, en la resolución de trámites administrativos y en el mantenimiento de la instalación durante la vida de la operación.

FONDO DE CARBONO

El Fondo de Carbono para la Empresa Española (FC2E) está participado por Santander junto con otras entidades públicas y privadas. La actividad del Fondo es la compra de créditos de carbono generados por proyectos de energía renovable y eficiencia energética en países en desarrollo, poniéndolos a disposición de la industria española para facilitar el cumplimiento de sus obligaciones de reducción de emisiones, de acuerdo al plan nacional de asignación (PNA).

A través de sus actividades en el Fondo de Carbono, Santander contribuye a impulsar la trasferencia de tecnología de los países desarrollados a los emergentes, la financiación en energías renovables y el cumplimiento de reducción de emisiones de las industrias europeas de acuerdo con el plan nacional de asignación de cada país.

Al cierre de 2010, el Grupo sigue teniendo una cartera de alrededor de 2 millones de toneladas equivalentes de CO_2 , a través de Certificados de Reducción de Emisiones (CER) y Unidades de Reducción de Emisiones (ERU). En 2010 el Fondo incluyó en su cartera dos nuevos proyectos de biomasa en China.

MONETIZACIÓN DE CRÉDITOS DE CARBONO (CER)

El Grupo compra por adelantado los derechos que generarán proyectos de energías renovables, de modo que el promotor del proyecto recibe por anticipado fondos que le ayudan a financiar la inversión. Durante 2010 Santander ha monetizado con fondos de Bancomext *(Banco Nacional de Comercio Exterior de México)* 4,56 millones de CER de dos parques eólicos (324 MW de capacidad instalada) en México.

Cuadernos de sostenibilidad de la Fundación Banco Santander, Madrid, España

FUNDACIÓN BANCO SANTANDER Y EL MEDIO AMBIENTE

La Fundación dedica una atención prioritaria a la sostenibilidad y a la conservación del patrimonio natural a través de dos líneas específicas: difusión de ideas sobre desarrollo sostenible y actuaciones de recuperación de espacios naturales degradados.

En el primer ámbito, en 2010 organizó un *Foro de Economía y Sostenibilidad* sobre la sostenibilidad como generadora de empleo y su capacidad para favorecer el cambio ante la crisis, al tiempo que publicó dos nuevas entregas de los *Cuadernos de Sostenibilidad y Patrimonio Natural* y un *Manual de Desarrollo Sostenible*.

Dentro del programa de recuperación de espacios naturales en España, continuaron los proyectos emprendidos en la Turbera de Roñanzas (Asturias), en la Reserva ornitológica de El Planerón (Zaragoza), en la Tejeda del Barranco del Hocino (Guadalajara), en las praderas marinas de Almería, en la cuenca alta del río Salobre (Albacete), en la Reserva biológica de La Trapa (Mallorca) y en el entorno del embalse de Talaván (Cáceres); y se inició un nuevo proyecto de restauración ambiental en Canarias, para reforestar y repoblar más de diez hectáreas de bosque de laurisilva en espacios naturales de la isla de Tenerife incluidos en la red Natura 2000.

SANTANDER UNIVERSIDADES Y EL MEDIO AMBIENTE

AMAZONIA 2020

En noviembre de 2010, Santander Universidades firmó un acuerdo de colaboración con nueve universidades de la región amazónica, para lanzar iniciativas centradas en la protección del medio ambiente y el apoyo a las comunidades locales como:

- Creación de un premio al emprendimiento para reconocer proyectos con énfasis en la conservación del medio ambiente.
- Concesión de becas para fomentar la educación escolar en las comunidades indígenas, con especial foco en el medio ambiente y la sostenibilidad.

El objetivo es que en los próximos 10 años, el programa Amazonia 2020 beneficie a alrededor de 100.000 estudiantes y profesores.

JORNADA DE SENSIBILIZACIÓN AMBIENTAL

En diciembre de 2010 tuvo lugar en la Ciudad Grupo Santander, una jornada de sensibilización ambiental con los 7.000 profesionales del Grupo que trabajan en esta sede. A través de esta iniciativa se trató de concienciar a los empleados acerca de aquellas buenas prácticas medio ambientales que todos pueden aplicar en su propio puesto de trabajo y en sus domicilios.

Siguiendo el lema *"El medio ambiente es cosa de todos"*, la iniciativa involucró a los profesionales del Grupo en la mejora de la ecoeficiencia de los distintos procesos y actividades.

La cartelería derivada de esta jornada de sensibilización permanece expuesta a fin de prolongar los efectos de esta iniciativa.

SANTANDER Y SUS GRUPOS DE INTERÉS

Oficina banca comercial, Madrid, España

Uno de los elementos clave de la política de sostenibilidad de Banco Santander es la relación estable y duradera con todos sus grupos de interés.

En este sentido, Banco Santander mantiene desde hace años un diálogo fluido y constante con sus grupos de interés, lo que le permite dar respuesta en cada momento a aquellos asuntos que se han identificado como relevantes de acuerdo con la estrategia del Banco y las demandas y expectativas de cada uno de ellos.

ACCIONISTAS

Generar valor para los 3,2 millones de accionistas y ofrecer la máxima transparencia informativa.

CLIENTES

Alcanzar el máximo nivel de satisfacción y reducir el número de reclamaciones ofreciendo a sus 97 millones de clientes productos adecuados a sus necesidades a través de la máxima calidad de servicio.

EMPLEADOS

Ofrecer oportunidades de desarrollo para los casi 180.000 profesionales, impulsando el talento a través de programas formativos de referencia, promoviendo la diversidad y facilitando medidas de conciliación de la vida profesional y personal.

PROVEEDORES

Garantizar la igualdad de oportunidades con la máxima transparencia en las adjudicaciones.

ACCIONISTAS

Banco Santander considera la rentabilidad, solvencia, transparencia e igualdad de derechos como los elementos básicos en su relación con sus accionistas

NUESTRO COMPROMISO

El compromiso de Banco Santander con sus accionistas se fundamenta en la creación de valor a largo plazo, garantizando la igualdad de derechos, ofreciendo la máxima transparencia informativa y fomentando el diálogo continuo a través de los canales existentes.

BALANCE 2010

- Mantenimiento de la política de aplicar alrededor del 50% del beneficio atribuido del Grupo a la retribución total al accionista.
- Apertura de oficinas de accionistas en aquellos países donde el Banco está presente: Chile y Portugal.
- Programas 2º y 3º de *Santander Dividendo Elección*: el 84% y el 87% del capital optó por recibir los importes equivalentes al segundo y tercer dividendo a cuenta de 2010 en acciones.
- Implicación de los accionistas en proyectos solidarios, como por ejemplo el *golf solidario*.

OBJETIVOS 2011

- Implantación del foro electrónico previo a la celebración de la junta general del Banco, como medida de fomento de la participación informada de los accionistas en las juntas generales.
- Lanzamiento de la web comercial www.yosoyaccionista.santander.com a nivel global.
- Extensión de iniciativas solidarias corporativas, como los torneos solidarios de golf en países con oficina de accionistas operativa.

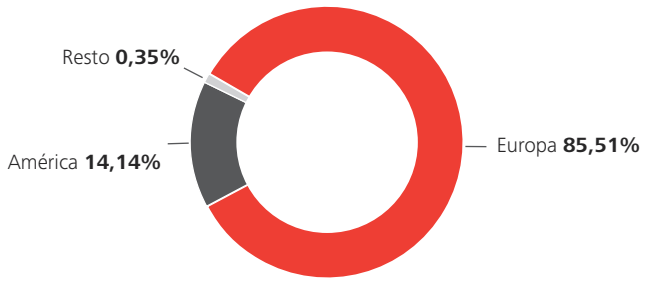
PERFIL DE LOS ACCIONISTAS

El número de accionistas de Banco Santander se sitúa al cierre del mes de diciembre en 3,2 millones. El consejo de administración posee 253.156.054 acciones que suponen un importe elevado de participación de este órgano en el capital frente a otros bancos, lo que contribuye a alinear los intereses del consejo con los de los accionistas. El 37,81% del capital restante está en manos de los accionistas minoristas y el 59,15% está en propiedad de inversores institucionales.

ESTRUCTURA DE CAPITAL

	ACCIONES	%
Consejo	253.156.054	3,04
Minoristas	3.149.068.382	37,81
Institucionales	4.926.897.662	59,15
Total	8.329.122.098	100,00

CAPITAL SOCIAL
Distribución geográfica



DATOS RELEVANTES 2010

4.999
millones de euros de retribución total a los accionistas

1º
banco de la eurozona por capitalización bursátil

0,60
euros de retribución por acción

66.033
millones de euros de capitalización bursátil a cierre de 2010

12º
banco del mundo por valor en bolsa

3,2
millones de accionistas, cifra máxima histórica

CANALES PARA ACCIONISTAS E INVERSORES

El Banco se relaciona con sus más de 3,2 millones de accionistas individuales a través del área de relación con accionistas que tiene como funciones fundamentales facilitar la máxima transparencia informativa y estimular el interés y la participación de los accionistas en los asuntos del Banco.

Por su parte, el área de relaciones con inversores tiene como objetivo facilitar información a los inversores institucionales y analistas tanto nacionales como internacionales.

Los canales de comunicación con que cuentan los accionistas son:

- Las líneas de atención en España, Portugal, Reino Unido, Chile, Brasil, México y EE.UU., que este año han atendido 253.969 consultas.
- El *buzón del accionista*, canal cada vez más utilizado y a través del que se informa puntualmente de cualquier noticia del Grupo a los 173.260 accionistas suscritos. En este año se han atendido 23.991 e-mails de accionistas.
- *El foro del accionista*, reuniones periódicas para poner a disposición de los accionistas la información sobre el Grupo, sus perspectivas, y atender todo tipo de consultas y sugerencias que se presenten. En este año se han realizado 214 foros, a los que han asistido 18.190 accionistas. Con el fin de ofrecer un mayor valor añadido, especialistas de prestigio han participado en algunos foros de accionistas en los que han aportado su análisis y experiencia.
- Además, se han atendido 692.095 escritos de nuestros accionistas. Las respuestas del área de relación con accionistas son individualizadas y su contenido se comunica al consejo de administración para algunas de las cuestiones y sugerencias planteadas.
- Se han enviado 172.656 alertas sms.
- La *unidad de grandes accionistas* ofrece una atención más personalizada a un colectivo de accionistas reducido en número, pero de gran importancia en términos de propiedad de capital del Banco. La unidad estimula la participación de los grandes accionistas en la toma de decisiones.
- Web exclusiva para los accionistas www.yosoyaccionista.santander.com

Junta general de accionistas el 11 de junio de 2010. Santander. España.

LA ACCIÓN SANTANDER Y LA RETRIBUCIÓN AL ACCIONISTA

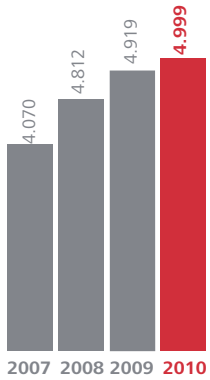
La acción Santander cerró 2010 con una cotización de 7,928 euros por título, lo que supone un descenso del 31,4% respecto al cierre del 2009 por las dudas sobre la consolidación de la recuperación económica y por la presión de los mercados sobre las entidades financieras de los países periféricos europeos después de los rescates de Grecia e Irlanda.

Desde cierre de 2008, poco después de la quiebra de *Lehman Brothers*, la acción Santander ha tenido una revalorización de un 17,5%, mejor que la registrada por el Ibex-35 (+7,2%) y *Eurostoxx Banks* (+8,9%) e inferior al índice de referencia europeo, *Dj Stoxx Banks* (+29,9%).

Santander ha mantenido durante 2010 la retribución a los accionistas gracias a la buena evolución de sus resultados. El Banco ha destinado 4.999 millones de euros a este concepto, un 2% más que en 2009 y en línea con su política de aplicar al pago de dividendos alrededor del 50% del beneficio atribuido al Grupo.

La retribución por acción en 2010 será de 0,60 euros en acciones, la misma cantidad que en 2009. La rentabilidad por dividendo en acciones del Banco se situó en 2010 en el 6,4%. Santander ha vuelto a ofrecer a sus accionistas, a través del programa *Santander Dividendo Elección*, la posibilidad de optar por recibir un importe equivalente al segundo dividendo a cuenta de 2010 en efectivo o en acciones y amplió esta posibilidad al tercer dividendo a cuenta de (enero/febrero 2011). Así, el Banco aumenta la flexibilidad en la retribución permitiendo a sus accionistas beneficiarse de ventajas fiscales. El resultado del programa ha sido un éxito, ya que han optado por acciones el 84% y el 87% en el segundo y tercer pago, respectivamente.

RETRIBUCIÓN TOTAL AL ACCIONISTA
Millones de euros



FOMENTO DE LA PARTICIPACIÓN EN LA JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS

Entre las medidas adoptadas por el Banco para el fomento de la participación informada de los accionistas en las juntas destacan las siguientes:

- Posibilidad de asistir a las juntas siendo titular de una sola acción.
- Inexistencia de un sistema de bloqueo de acciones para la identificación de las personas que pueden asistir a la junta. El único requisito es tener inscrito a nombre del accionista cualquier número de acciones con una antelación de cinco días a la celebración de la junta.
- Asistencia remota por medios telemáticos y ejercicio del derecho de voto por correspondencia postal, medios físicos y de comunicación electrónica.
- Posibilidad de que los accionistas puedan ejercitar su derecho de información a través de correo electrónico dirigido a la dirección junta.accionistas@santander.com a partir de la fecha de convocatoria de la junta general.
- Votación separada de asuntos como el nombramiento de los consejeros y de artículos o grupos de artículos que resulten sustancialmente independientes en el caso de modificaciones de los estatutos o del reglamento de la junta, salvo votaciones de textos completos de estatutos o del reglamento de la junta. Además, está previsto que en la junta general ordinaria de 2011 se voten bajo puntos distintos del orden del día las cuentas anuales y la gestión social del Banco y de su grupo consolidado, todo ello referido al ejercicio 2010.
- Delegación de voto en cualquier persona, sea o no accionista.

El Banco convoca habitualmente las juntas generales con una antelación que supera los 30 días a los que está obligado, poniendo a disposición de los accionistas a través de la página web del Grupo, y desde la fecha de publicación del anuncio, toda la información relevante, incluidas las propuestas de los acuerdos que se someten a la junta.

Junta general de accionistas, 11 de junio de 2010, Santander, España

PRESENCIA EN ÍNDICES DE SOSTENIBILIDAD

DJSI World es un índice bursátil que incorpora el 10% de las 2.500 empresas con el mejor comportamiento en materia económica, ambiental y social del índice general *Dow Jones World Index*. Por su parte, el *DJSI Stoxx* está compuesto por el 20% de las empresas líderes en sostenibilidad del índice europeo Dow Jones Stoxx Index. La evaluación del comportamiento de las empresas se realiza a partir de un cuestionario anual que incluye todos los aspectos de sostenibilidad clasificados en tres dimensiones: económica, ambiental y social. Posteriormente, la agencia de *rating Sustainability Asset Management* (SAM) realiza un análisis para su calificación.

Tras los resultados de la revisión anual del índice en 2010, Santander ha logrado mantener su presencia en ambos índices. Como muestran los gráficos, la puntuación del Banco se encuentra muy por encima de la media del sector financiero en todas las dimensiones valoradas.

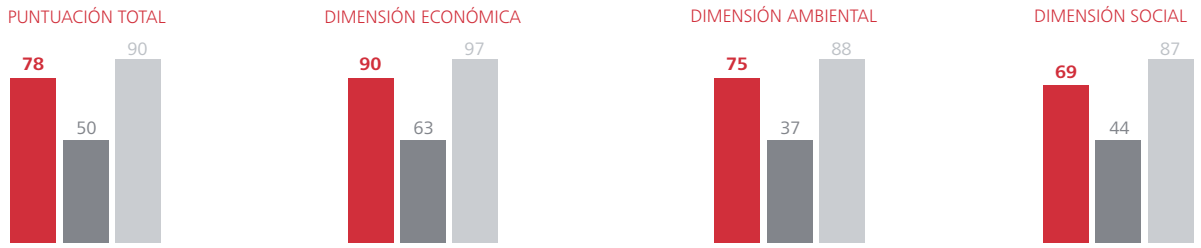
Banco Santander también forma parte, desde hace años, del prestigioso índice *FTSE4Good*.

Además, el Banco está incluido en otros índices de inversión responsable como *ASPI Eurozone, Ethibel Excellence Europe* y *Ethibel Excellence Global Index*.

LA ACCIÓN SANTANDER EN EL ***DJSI WORLD*** EN 2010

%

- Santander
- Media del sector financiero
- Mejor empresa del sector financiero



CLIENTES

El cliente es el eje principal de la estrategia de Banco Santander

COMPROMISO

La calidad de servicio al cliente es una prioridad para el Grupo. Aspiramos a mejorar de manera continua la satisfacción y la vinculación de los clientes a través de una amplia oferta de productos y servicios y de la mejor calidad de servicio.

BALANCE 2010

- Expansión del modelo global de mejoras de calidad META 100:
  - En España, en toda la red comercial, incluida la red de agentes, en internet y en seguros.
  - En México, en los *contact center* y en seguros.
  - En Reino Unido, en internet y en tarjetas.
- Mejora de los ratios de calidad en los negocios globales en seguros y medios de pago.
- Consolidación del modelo corporativo de incidencias MIRO en Santander España y puesta en marcha del mismo en Openbank y Reino Unido.
- En la Escuela de Banca Comercial se han compartido todas las *best practices* del Grupo en el ámbito de calidad de servicio.

OBJETIVOS 2011

- Implantación de un modelo de *governance* en todo el Grupo de seguimiento de calidad con involucración de la alta dirección.
- Incorporación de indicadores adicionales de calidad en los objetivos e incentivos tanto en áreas de negocio como en áreas de apoyo.
- Desarrollo continuo de las mejores prácticas del Grupo en el ámbito de calidad de servicio.
- Creación de la figura del *Brand Customer Experience Manager* para velar por la coherencia entre la experiencia del cliente y la promesa de marca.
- Compromiso de la marca Santander de situarse a medio plazo en la media de su *peer group* en calidad de servicio en los mercados que opera.

NUESTROS CLIENTES

El cliente es el eje principal de la actividad del Banco. La orientación al cliente, el foco en el servicio y la búsqueda de la máxima satisfacción son prioridades para el Grupo.

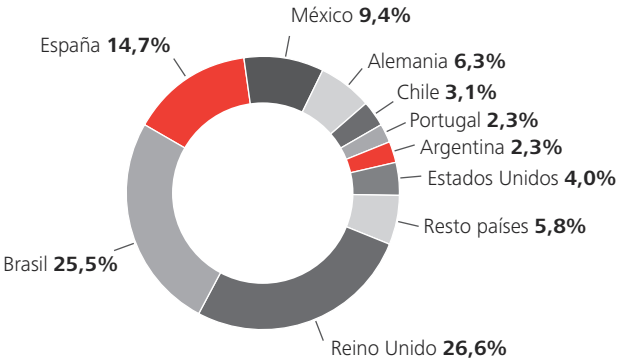
La base de clientes del Grupo Santander ha crecido de forma muy notable en los últimos años y, en concreto, se ha incrementado más del doble entre 2004 y 2010. A finales de 2010 Santander atendía a 97,2 millones de clientes, distribuidos por áreas geográficas de la siguiente manera: el 41% en Latinoamérica, el 27% en Reino Unido, el 28% en el resto de Europa y el 4% en Estados Unidos.

El enfoque de negocio es el segmento minorista, lo que se refleja en que el 99,7% de los clientes corresponden a banca comercial y de consumo.

Banco Santander dispone de una amplia gama de productos y servicios financieros con los que busca satisfacer las necesidades de sus clientes. El Grupo se caracteriza, en todos los mercados en los que está presente, por su anticipación y dinamismo a la hora de lanzar nuevas ofertas de valor. Por ejemplo en 2010 el *Depósito Ganador* en España, la *Santander Zero Current Account* en Reino Unido y la *Conta Integrada* dirigida a comercios y empresas en Brasil.

Asimismo el Grupo también desarrolla productos y servicios ligados de forma específica a su compromiso con los colectivos más vulnerables y con el desarrollo sostenible.

CLIENTES POR PAÍSES
%



QUINTO ANIVERSARIO DE
QUEREMOS SER TU BANCO

En 2010 se cumplió el quinto aniversario del lanzamiento de *Queremos ser tu banco* en España, un plan por el que los clientes vinculados no pagan comisiones de servicio. Durante este periodo Santander ha dado un salto cuantitativo en la captación y vinculación de clientes y ha multiplicado por dos los clientes beneficiados por el plan, que ya alcanzan casi 4,3 millones.

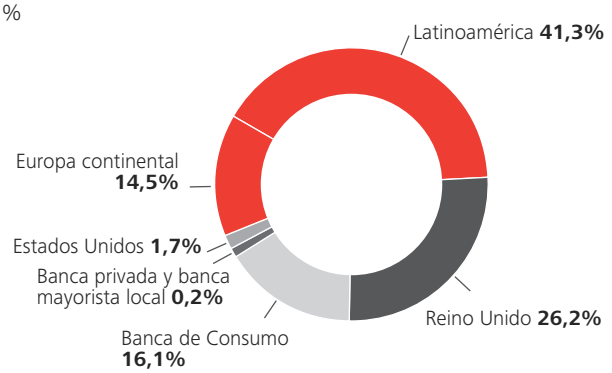
Esta iniciativa se ha hecho extensiva a otros países como es el caso de la *Zero Current Account* en Reino Unido.

TOTAL CLIENTES GRUPO
Clientes en miles

Red Santander	9.258
Banesto*	2.503
Openbank	418
Santander Totta	1.932
Total Europa continental	**14.111**
Total Estados Unidos	**1.654**
Total Reino Unido	**25.467**
Brasil	24.757
México	9.095
Chile	3.063
Argentina	2.277
Colombia	297
Puerto Rico	397
Uruguay	258
Total Latinoamérica	**40.144**
Total banca privada	**177**
Total banca mayorista global	**33**
Total banca consumo	**15.643**
Total clientes	**97.229**

* Este dato difiere del publicado de Banesto ya que ésta última considera clientes activos e incluye i-Banesto.

DISTRIBUCIÓN DE CLIENTES POR ÁREAS GEOGRÁFICAS Y DE NEGOCIO
%



CERCANÍA AL CLIENTE

Las relaciones más duraderas y de mayor valor añadido con los clientes se generan y se mantienen en las oficinas. Santander cuenta con 14.082 oficinas, distribuidas en su mayor parte en 10 mercados principales y que constituyen la mayor red de sucursales de la banca internacional. A esta oferta se suma el servicio que presta el Grupo a través de otros canales, disponibles, como la banca por internet, la banca telefónica y la banca móvil.

En 2010, Banco Santander amplió su capacidad de distribución en 422 oficinas como consecuencia de los planes de apertura de nuevas oficinas en países de alto crecimiento como Brasil y México.

Además, cuenta con una red de gestores que reciben formación continua para informar con transparencia y rigor a los clientes y darles el mejor servicio. Todo ello contribuye a fomentar la seguridad y la responsabilidad en el desarrollo de las relaciones con sus clientes.

Para Santander es clave tener un conocimiento integral de sus clientes. Para ello, cuenta con la plataforma tecnológica más avanzada e innovadora de la banca comercial internacional, que le permite ofrecer a sus clientes los productos y servicios más adecuados a sus necesidades y adaptados al perfil de riesgo de cada uno de ellos, con innovación y rigor técnico.

La apuesta de Banco Santander por facilitar la comunicación y diálogo con los clientes se pone de manifiesto también en la utilización de las redes sociales como Twitter, Facebook y Youtube.

CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN DE CLIENTES

La calidad de servicio es un eje fundamental de la estrategia de Banco Santander.

Para asegurar e impulsar de forma continua la calidad de servicio y satisfacción del cliente, el Banco cuenta con un modelo corporativo de clientes y calidad, denominado META 100, creado en 2005.

Los objetivos de META 100 son:

- Recoger y aportar la voz del cliente a los negocios y otros foros del Banco. Para ello, se han definido métricas operativas de calidad y de percepción del cliente, recogidas todas ellas con rigurosa metodología.
- Establecer una cultura de calidad, cuyos principales ejes son el servicio, la confianza y la proximidad con el cliente.
- Generar dinámicas de mejora continua. Para conseguirlo, se han creado mesas de calidad en los diferentes países del

Grupo. Se trata de grupos interdisciplinares de trabajo, que analizan las métricas e identifican las principales palancas a mover para impulsar así posibles planes de mejora.

La unidad corporativa de clientes y calidad es la responsable de realizar el seguimiento de la aplicación y resultados del modelo en todo el Grupo, así como adaptarlo a las distintas condiciones del mercado, con el objetivo de maximizar la satisfacción del cliente.

Santander cuenta con estrategias corporativas dirigidas a aumentar la satisfacción de sus clientes en todos los países y canales en los que desarrolla su actividad. El 85,7% de los clientes declaran estar satisfechos, lo que genera una mayor vinculación y fidelidad.

Durante el año 2010, y debido al proceso de integración de los bancos en Brasil, se ha llevado a cabo un proyecto específico en el ámbito de calidad de servicio en este país. Los objetivos se pueden resumir en:

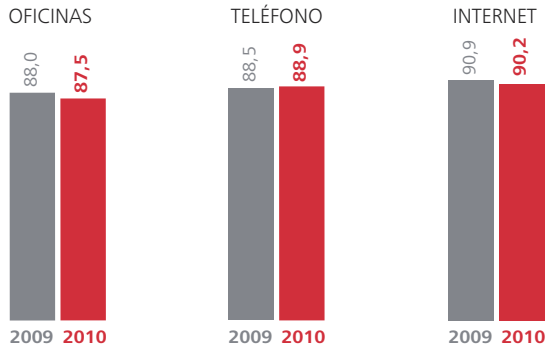
- Asegurar que durante el proceso de integración se mantuvieran los niveles de servicio de los indicadores de calidad operativa internos, comparando de forma periódica con sus referencias antes de la integración.
- Mantener los niveles de percepción de calidad de servicio prestado a los clientes provenientes de ambas instituciones financieras (Real y Santander).

La metodología utilizada para ello se basó principalmente en un cuadro de mando de indicadores de calidad operativa y encuestas internas a clientes, que reflejan la situación de distintos ámbitos del servicio: disponibilidad de canales, niveles de servicio en *call center*, relación transaccional con el cliente, incidencias y reclamaciones, así como la realización de un *benchmark* en el mercado para identificar la posición relativa a calidad de servicio del banco en su mercado, y las distancias con respecto a sus competidores. Todo ello bajo el impulso permanente de la alta dirección.

SATISFACCIÓN CLIENTES
% clientes particulares activos satisfechos

Banco	**2010**	2009	2008
España, Santander	**89,1**	85,8	88,7
España, Banesto	**91,8**	89,9	89,1
Portugal	**91,7**	91,4	90,9
Reino Unido	**80,7**	84,8	84,0
Argentina	**94,5**	94,4	95,1
Brasil	**86,0**	85,7	81,9
Chile	**89,2**	86,4	88,1
México	**89,2**	94,0	92,5
Total	**86,0**	**87,0**	**86,2**

SATISFACCIÓN CLIENTES
% clientes particulares activos satisfechos



INCIDENCIAS Y RECLAMACIONES

Banco Santander cuenta con un modelo corporativo de gestión de incidencias, MIRÓ, innovador y avanzado. Ello ha permitido realizar significativos avances durante 2010 en la gestión de las incidencias y reclamaciones de los clientes. MIRÓ mejora el control y seguimiento de las reclamaciones, la agilidad de las respuestas así como la claridad y transparencia de la información facilitada al cliente.

Los principales objetivos de MIRÓ son:

- Recoger y resolver ágilmente todas las quejas e incidencias.
- Gestionarlas en unidades especializadas, manteniendo una comunicación fluida con los clientes.
- Identificar y eliminar las principales causas de insatisfacción.

Santander Brasil destaca por su posición de liderazgo en calidad de servicio en el país. Durante 2010, completó con éxito la unificación a la marca Santander y siguió avanzando en la implementación de una plataforma tecnológica única, lo que afectó, como suele ser habitual en este tipo de transiciones, al número de reclamaciones.

En el caso de Reino Unido, en enero de 2010, las redes comerciales de Abbey, Alliance&Leicester y Bradford&Bingley se unificaron bajo la marca Santander y el proceso de integración tecnológica se llevó a cabo en un tiempo récord. El cambio de perímetro y la implantación completa del método corporativo de cómputo de quejas se reflejó en un aumento de la cifra de reclamaciones. Desde su compromiso de avanzar en la calidad de servicio, Santander UK ha puesto en marcha un importante plan que ya está dando resultados positivos: durante el segundo semestre de 2010, el ratio de quejas por cada mil cuentas corrientes descendió a 5,0 desde el 7,6 del semestre anterior.

RECLAMACIONES
% sobre clientes particulares activos

	2010	2009	2008
Europa Continental	**0,1**	0,2	0,2
Reino Unido	**0,5**	0,3	0,2
Latinoamérica	**0,3**	0,3	0,5
Total	**0,3**	**0,3**	**0,4**

RECLAMACIONES POR PAÍSES

Banco	**2010**	2009	2008
España, Santander	**4.511**	5.541	6.743
España, Banesto	**3.828**	4.452	2.808
Portugal	**5.375**	6.123	5.227
Reino Unido	**70.320**	53.002	21.407
Colombia	**2.498**	2.443	2.212
Chile	**6.507**	5.787	4.481
México	**5.953**	6.157	6.960
Brasil	**71.303**	64.962	64.807
Argentina	**1.154**	1.448	1.262
Puerto Rico	**185**	116	322
Total	**171.634**	**150.031**	**116.229**

Fuente: Modelo corporativo META 100

Oficina banca comercial, São Paulo, Brasil

COMITÉ CORPORATIVO DE COMERCIALIZACIÓN

Para Banco Santander es clave que los productos que ofrece a sus clientes se adapten a su perfil de riesgo, así como hacer un seguimiento riguroso de las distintas etapas de la comercialización de estos productos.

Para ello, cuenta con un comité corporativo que vela por la adecuación del producto o servicio al marco donde va a ser comercializado. El comité corporativo de comercialización (CCC), presidido por el secretario general del Grupo, presta especial atención a:

- *Que cada producto o servicio se venda por quien sepa cómo venderlo.*
- *Que el cliente sepa en lo que invierte y el riesgo que comporta el producto o servicio en el que invierte y que ello pueda acreditarse documentalmente.*
- *Que el producto o servicio se ajuste al perfil de riesgo del cliente.*
- *Que cada producto o servicio se venda donde puede venderse, no sólo por su encaje en el régimen legal y fiscal de cada país, sino en atención a la cultura financiera de la población local.*
- *Que al aprobarse un producto o servicio se establezcan volúmenes máximos de distribución.*

A nivel local, existen a su vez comités de comercialización que presentan al comité corporativo propuestas de nuevos productos y sus correspondientes campañas de comercialización.

Durante el ejercicio 2010 se han celebrado 21 sesiones del comité corporativo de comercialización (CCC), en las que se han analizado un total de 237 productos/servicios (197 han sido productos/servicios nuevos sometidos al CCC y 40 han sido sometidos al CLC al tratarse de productos/servicios no nuevos que encajaban en lo autorizado previamente por el CCC).

ESCUELA CORPORATIVA DE BANCA COMERCIAL

En 2010 se ha puesto en marcha la escuela corporativa de banca comercial. Su objetivo es recopilar y codificar el profundo conocimiento que tiene el Grupo del negocio de banca comercial, identificando las mejores prácticas.

Todo ello con tres fines muy claros:

- Extender las mejores prácticas en todos los países donde el Grupo está presente.
- Facilitar y agilizar el proceso de adaptación e integración de las nuevas adquisiciones, ya que los equipos dispondrán desde el primer momento de acceso al conocimiento y mejores prácticas del Grupo.
- Mejorar el conocimiento de los clientes y la adecuación de productos y servicios a sus necesidades.

La escuela, que cuenta con el respaldo e implicación de miembros de la alta dirección del Banco, tiene una gran importancia estratégica.

A lo largo de 2010 se desarrolló la fase de codificación de los modelos y prácticas de los países que en una primera etapa participan en la Escuela (Argentina, España —con Santander y Banesto—, Brasil, Chile, México, Portugal y Reino Unido). Esta información ya está siendo utilizada para encontrar áreas de oportunidad para la mejora de las bancas comerciales del Grupo.

Además, con el objetivo de aprender, conocer y compartir experiencias en equipo, *Santander Learning*, la plataforma corporativa de formación de Banco Santander, ha creado para la *Escuela Corporativa de Banca Comercial* 32 comunidades virtuales. Estos nuevos espacios potencian la comunicación e intercambio de conocimiento entre los profesionales que operan en todo el mundo.

LA SOSTENIBILIDAD EN PRODUCTOS Y SERVICIOS

Banco Santander desarrolla desde hace años productos y servicios ligados de forma específica a su compromiso con los colectivos más vulnerables y con el desarrollo sostenible.

Entre otros, destacan:

MICROCRÉDITOS

Producto financiero que permite la prestación de productos y servicios financieros a los colectivos más desfavorecidos y vulnerables con el objeto de mejorar no solo su nivel de vida sino también el de su entorno local.

En Argentina, Brasil, Chile y El Salvador el Grupo financia proyectos a más de 200.000 emprendedores. Más información en la página 29 de esta memoria.

PRODUCTOS DESTINADOS A ESTUDIANTES

El Banco desarrolla productos y servicios financieros para los estudiantes, con unas condiciones preferentes que les permitan desarrollar sus estudios universitarios. Destacan la financiación de programas de formación y de movilidad internacional así como de los costes universitarios para matrícula, libros, transporte y alojamiento.

Por otra parte, Santander implementa en las universidades la tarjeta universitaria inteligente (TUI), cada vez más presente en los campus universitarios, como medio de acreditación y acceso de los alumnos a las instalaciones y sirve para realizar gestiones *on-line* y préstamos bibliotecarios. Además, la tarjeta funciona también como billete de transporte público y puede vincularse opcionalmente a servicios bancarios, incluidas operaciones en cajeros o con tarjeta de débito.

EN COLABORACIÓN CON ONG

Santander ofrece productos y servicios en colaboración con ONG como, entre otros, el servicio de gestión de donaciones por internet, que permite a los clientes realizar aportaciones a favor de las entidades sin ánimo de lucro de forma rápida, cómoda y segura, a la vez que la ONG dispone de toda la información on line de las operaciones realizadas por medio de este servicio.

Algunas de las ONG que participan en esta iniciativa son: Cruz Roja, Unicef y Caritas.

PRODUCTOS DEDICADOS A INMIGRANTES

El Grupo a través de la red comercial ofrece en todas sus oficinas productos y servicios especiales para inmigrantes.

Algunos ejemplos son:

- *Santander envíos*, el servicio de remesas que facilita envíos de dinero gratuitos a más de 25 países de América, África y Europa.
- *Programa Welcome* de Banesto, cuyo objetivo es facilitar la integración de este colectivo en el sistema bancario español.

INVERSIÓN SOCIALMENTE RESPONSABLE

Banco Santander apuesta por el desarrollo de productos de inversión socialmente responsable (ISR). Para ello cuenta con varios productos con perfiles distintos que se ajustan a las demandas de inversión de sus clientes. Estos productos no sólo atienden a criterios de rendimiento financiero sino también a criterios sociales, ambientales y de prácticas recomendadas de gobierno corporativo y transparencia.

Además, Banco Santander cuenta con un servicio de gestión de carteras que presta una atención personalizada a los clientes para la gestión de sus carteras con criterios de ISR. Este servicio aglutina 13 carteras y el volumen total gestionado en 2010 fue de 38 millones de euros.

Santander es cofundador de SPAINSIF, una asociación multisectorial que aspira a constituirse como la principal referencia de la ISR en el mercado español y en la que están representados todos los actores implicados en este ámbito en España.

En 2010 Santander Pensiones España se adhirió a los Principios de Inversión Responsable de Naciones Unidas (PRI). Además, el plan de pensiones Santander Empleados ha firmado los principios.

Los Principios de Inversión Responsable de Naciones Unidas han sido creados con el objetivo de ayudar en las decisiones de inversión a largo plazo, a través de un mejor análisis de los criterios ambientales, sociales y de gobierno corporativo.

La experiencia de Banco Santander en España en inversión socialmente responsable (ISR) se inició en el año 1995 con el lanzamiento del primer fondo de inversión de estas características y, en 2006, fue pionero en la implantación de un servicio global de ISR para los mandatos institucionales. Hoy, Santander en España gestiona tres fondos ISR dirigidos a todo tipo de inversores y más de 10 mandatos para clientes institucionales, lo que implica más de 125 millones de euros en activos gestionados con criterios socialmente responsables. Santander Pensiones da un nuevo paso con la firma de los PRI y crea un proceso de inversión que incluye el análisis ASG (ambiental, social y de gobierno corporativo) como herramienta de valoración de cualquier empresa en la que los fondos de pensiones puedan invertir.

Banco Santander cuenta con fondos de inversión socialmente responsable, entre los que se encuentran:

- *Inveractivo confianza FC* (lanzado en 1995) y *Santander responsabilidad conservador FI* (lanzado en 2003): Fondos de inversión ética que invierten de acuerdo a los valores de la Iglesia católica.
- *Santander Solidario Dividendo Europa* (lanzado en 1999): Fondo que centra sus inversiones en empresas 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 partícipe entre las 19 que forman parte del fondo.
- *Fundo de Investimento em Participações FIP Caixa Ambiental:* Santander ha asumido en 2010 la gestión del *FIP Caixa Ambiental*. El fondo con una capacidad de inversión de 172 millones de euros, tiene como objetivo colaborar en el desarrollo de infraestructuras en Brasil. Su cartera incluye participaciones en empresas del sector de las energías renovables, saneamiento y servicios ambientales.
- *Gestão de renda fixa:* En 2010, Santander Asset Management innovó al adoptar criterios socioambientales en la composición de sus carteras de renta fija y multimercados en Brasil. De esta manera, los mismos criterios anteriormente utilizados para la compra de acciones pasan a ser considerados en la colocación de títulos de deuda de empresas, tales como bonos y otros instrumentos de crédito privado.
- *Fundo Ethical Brasil*: Primer fondo de inversión socialmente responsable de Latinoamérica que invierte en empresas que apuestan por aplicar políticas de medio ambiente, responsabilidad social y gobierno corporativo. El volumen gestionado asciende a 170 millones de euros. En 2011 el *Fondo Ethical* cumplirá diez años

PRINCIPIOS DE INVERSIÓN RESPONSABLE DE NACIONES UNIDAS

1. Incorporar las cuestiones ASG (*) en los procesos de análisis y adopción de decisiones en materia de inversiones.
2. Incluir sistemáticamente las cuestiones ASG en nuestras prácticas y políticas de identificación.
3. Pedir a las entidades en las que invirtamos que publiquen las informaciones apropiadas sobre las cuestiones ASG.
4. Promover la aceptación y aplicación de los principios en la industria de las inversiones.
5. Colaborar para mejorar nuestra eficacia en la aplicación de los principios.
6. Notificaremos nuestras actividades y progresos en la aplicación de los principios.

(*) ASG: ambiental, social y de gobierno corporativo

EMPLEADOS

Banco Santander impulsa el liderazgo con talento, el conocimiento y la cultura corporativa, que constituyen los tres grandes ejes de actuación del modelo de gestión de personas

COMPROMISO

Asegurar a través de las políticas corporativas que el Banco atrae, desarrolla y compromete al mejor talento internacional.

BALANCE 2010

- Implantación del nuevo código general de conducta.
- Desarrollo de la política corporativa de igualdad de género.
- Desarrollo del liderazgo con programas corporativos como *Liderando el crecimiento*.
- Puesta en marcha de la Escuela Corporativa de Banca Comercial que garantiza la transmisión del conocimiento estratégico del Grupo.
- Consolidación de *Santander eres tú* como canal para transmitir la cultura corporativa.
- Inversión de 103,4 millones de euros en programas de formación, 7 millones de horas impartidas con 179.372 participantes.

OBJETIVOS 2011

- Puesta en marcha del programa de voluntariado corporativo.
- Extensión del estudio *Great Place to Work* a España.
- Integración de Alemania y Polonia en el programa *Santander eres tú*.
- Mejora de la herramienta de recogida de sugerencias en España.
- Mayor presencia en redes sociales.

MODELO DE GESTIÓN DE PERSONAS

Banco Santander cuenta con casi 180.000 profesionales en todo el mundo. Se trata de una plantilla multicultural, en la que están representadas más de 95 nacionalidades.

Santander apoya el desarrollo de las personas, con independencia de su sexo, edad, nacionalidad, religión o creencias.

En 2010, Banco Santander ha avanzado en la implantación del modelo de gestión de personas, orientado a atraer, desarrollar y comprometer al mejor talento a nivel internacional, con el fin de apoyar el liderazgo del Grupo y un crecimiento sostenible del negocio.

Este modelo está basado en tres grandes pilares: liderazgo con talento, conocimiento y cultura corporativa.

EMPLEADOS POR ENTIDADES

Entidades	Nº de empleados	% hombres	% mujeres	% Tít. universitarios
España, Santander	19.787	61	39	70
España, Banesto	8.696	62	38	56
Santander Totta, Portugal	5.770	54	46	43
Santander UK	19.681	38	62	8
Sovereign Bank Corp USA	8.307	30	70	21
SCF Alemania	2.090	48	52	25
SCF Italia	745	58	42	40
SCF Estados Unidos	3.340	37	63	20
Brasil, Santander	50.578	42	58	59
Grupo Santander, México	11.875	49	51	57
Grupo Santander, Chile	9.795	46	54	37
Santander Argentina	6.281	54	46	18
Santander Puerto Rico	1.807	34	66	34
Santander Colombia	1.304	47	53	N/D
Otras Entidades	28.813	49	51	55
Total	**178.869**	**47**	**53**	**47**

LIDERAZGO CON TALENTO

Para Banco Santander el talento es la combinación de la capacidad de sus profesionales, su aspiración a llegar más lejos y su compromiso con el Banco. Por ello, Santander realiza una labor constante para identificar el talento interno, atraer el talento externo, asegurar su desarrollo y compromiso, evaluarlo y compensarlo.

La identificación del talento interno se lleva a cabo a través de diversas vías como el comité de desarrollo y movilidad, el proceso de evaluación del desempeño, la valoración ascendente, o a través de los máximos responsables de los países y miembros de los comités de dirección.

El comité de desarrollo y movilidad tiene como principal objetivo conocer en profundidad el potencial y talento de los directivos del Grupo. El comité estudia, de forma rigurosa y objetiva, el perfil de los directivos y propone planes concretos y personalizados para impulsar la trayectoria de cada uno. El comité se reúne periódicamente y cuenta con el impulso y la participación del consejero delegado, así como de directores de división y altos directivos.

Santander cuenta con varios programas dirigidos a desarrollar el talento de las personas con mayor potencial, fomentando la movilidad y el desarrollo de carreras internacionales.

- *Santander Training Executive Programme* (STEP). Se trata de un programa corporativo para futuros directivos del Grupo, que contó en 2010 con la participación de 82 profesionales. El programa, que tiene una duración de tres años, permite a los participantes rotar por diferentes funciones y países a la vez que reciben formación.
- *Programa Mundo Santander.* Es una iniciativa que ofrece a los profesionales la posibilidad de trasladarse a un país del Grupo distinto al suyo de origen para realizar un proyecto de trabajo en una estancia de cuatro meses de duración. Se han beneficiado de esta iniciativa corporativa 156 empleados en 2010, con lo que ya son 347 los participantes en sus tres ediciones.
- *Atenea*. Primera convocatoria del programa para profesionales de Tecnología y Operaciones.
- 20ª edición del programa *Futuros Directivos* (FUDIS) de la división América.
- *Apolo*, programa específico de la división de banca comercial España, que celebró su sexta edición en 2010.

DISTRIBUCIÓN DE EMPLEADOS

Distribucion funcional por género y área geográfica

Top y Dir Red	Hombres	Mujeres	Total
Europa continental	1.239	248	**1.487**
Reino Unido	109	21	**130**
Latinoamérica y resto	707	108	**815**
Total Grupo	2.055	377	**2.432**
Resto directivos			
Europa continental	6.342	2.844	**9.186**
Reino Unido	414	197	**611**
Latinoamérica y resto	3.681	2.750	**6.431**
Total Grupo	10.437	5.791	**16.228**
Colaboradores			
Europa continental	21.855	19.815	**41.670**
Reino Unido	9.235	15.244	**24.479**
Latinoamérica y resto	39.905	54.155	**94.060**
Total Grupo	70.995	89.214	**160.209**

MOVILIDAD

Empleados con nacionalidad distinta a la del país (%)*

Top y Dir Red	Hombres	Mujeres	Total
Europa	6,6	4,5	**6,3**
Latinoamérica y resto	16,6	1,2	**14,7**
Total Grupo	10,1	3,6	**9,1**
Resto directivos			
Europa	3,4	3,3	**3,4**
Latinoamérica y resto	4,3	2,3	**3,5**
Total Grupo	3,7	2,8	**3,4**
Colaboradores			
Europa	2,7	3,0	**3,0**
Latinoamérica y resto	0,6	0,5	**0,5**
Total Grupo	1,3	1,1	**1,1**
Total			
Europa	3,1	3,1	**3,1**
Latinoamérica y resto	1,2	0,6	**0,8**
Total Grupo	1,9	1,2	**1,6**

* No incluye Reino Unido y Sovereign.

IGUALDAD DE GÉNERO

Banco Santander cuenta con una política de igualdad de género dirigida a desarrollar el talento dentro de la organización, con independencia de su género.

En España, esta política se lleva a cabo a través del programa *Avanzamos Juntos* que abarca distintas iniciativas:

- Un cuadro de mando corporativo de igualdad de género que incluye indicadores que permiten medir el cumplimiento de la política de igualdad.
- Un curso *on-line* de formación sobre igualdad de género, dirigido a más de 16.000 empleados.
- Sesiones formativas sobre igualdad de género en los distintos programas corporativos para los directivos del Grupo.

El *Plan Alcanza* potencia a las mujeres con talento a través de diferentes iniciativas:

- *Programa Engánchate*, dirigido a las nuevas generaciones y que en 2010 ha contado con 86 participantes.
- *Programa Impulsa* para apoyar el desarrollo de mujeres con aspiración y aptitudes que en la actualidad ocupan puestos intermedios. En 2010 han participado 30 mujeres.
- *Programa Supera* para dar visibilidad a mujeres con cargos directivos y facilitarles el acceso a puestos de máxima responsabilidad. Han sido seleccionadas 18 mujeres.

Entre otras acciones, Santander Totta ha puesto en marcha *Red en Femenino* una plataforma de comunicación para las directivas del Banco.

En Reino Unido, el Banco ha creado el *Premio Santander* en el marco de los prestigiosos premios *Opportunity Now* para fomentar la igualdad de oportunidades.

Destacan también los planes específicos de *mentoring* interno para mujeres desarrollados por el Banco en Brasil y en Estados Unidos.

PROMOCIONES

	Hombres	Mujeres	Total
Europa Continental	2.198	1.894	**4.092**
Reino Unido	824	1.181	**2.005**
Latinoamérica y resto	7.014	8.629	**15.643**
Total Grupo	**10.036**	**11.704**	**21.740**

APUESTA POR EL CONOCIMIENTO

Santander cuenta con un modelo propio de formación y conocimiento que persigue su consolidación como un referente internacional en este ámbito y es una de las palancas para su crecimiento y liderazgo. En 2010, Banco Santander ha invertido un total de 40 horas de formación por empleado.

En 2010 se puso en marcha la escuela corporativa de banca comercial (ver p. 47). El consejo rector de esta escuela está presidido por el consejero delegado de Banco Santander, y está formado por miembros de la alta dirección del Banco. Esta escuela se suma a la ya existente escuela corporativa de riesgos, que en 2010 cumplió su quinto aniversario.

Otras novedades destacadas del año son:

- *Executive Private Banking Programme*, dirigido a los profesionales de banca privada del Grupo.
- *GB&M Leadership Programme*, para los equipos directivos de la división de Global Banking & Markets.
- Primer programa de formación en política universitaria.

Por otro lado, la plataforma corporativa de formación *Santander Learning* alcanza ya los 47.000 usuarios y cuenta con más de 40 comunidades *on-line* de aprendizaje activas. Esta práctica innovadora permite intercambiar y compartir el conocimiento de los diferentes programas de formación, escuelas corporativas y proyectos del Grupo.

En 2010, el Banco ha puesto en marcha el programa de formación *Liderando el Crecimiento del Grupo*, dirigido a la alta dirección. A lo largo del año también se han celebrado tres nuevas ediciones del ciclo de conferencias *Ideas para Liderar*, cuyo objetivo es compartir reflexiones sobre capacidades y cuestiones estratégicas más allá del negocio.

PROGRAMAS DE FORMACIÓN PARA DIRECTIVOS

Centro de desarrollo directivo	Colectivo	Participantes
Liderando el crecimiento del Grupo	Top Red	173
Liderazgo de alto rendimiento (LAR)	Top Red	31
Strategic comunnication programme	Top Red	6
Programa corporativo de apoyo estratégico	Dir Red	419
El rol del líder	Dir Red	54
Programa corporativo de dirección (CLP)	Dir Red	25
Liderazgo en la gestión y desarrollo del talento	Dir Red	54
Comunicación	Dir Red	47
Strategic finance in banking	Dir Red	25
Strategic risk management	Dir Red	92
Programa corporativo de desarrollo (CDP)	Directivos superiores	28
STEP (Santander executive training programme)	Jóvenes alto potencial	82
Programa de responsabilidad social para un Grupo global	Directivos superiores	27
Corporate managerial curriculum (CMC)	Directivos y futuros directivos	1.392
El reto de la mujer directiva	Mujeres directivas	213
Plan Alcanza	Mujeres directivas y futuras directivas	137
Taller de graduados	Destacados del programa de futuros directivos	17
Ciclo de conferencias Ideas para Liderar	Directivos y futuros directivos	2.626
Programa futuros directivos América	Jóvenes alto potencial	90
Programa Apolo	Banca Comercial (España, Banco Santander)	30
Programa de desarrollo para directores de zona a+	Banca Comercial (España, Banco Santander)	29
Programa superior de desarrollo directivo (PDD)	Directivos superiores España	40

II Carrera Santander eres tú. Santiago. Chile.

CULTURA CORPORATIVA

Para Banco Santander es muy importante contar con una cultura corporativa homogénea, basada en los valores de Grupo.

Asimismo, la información periódica que reciben los empleados sobre la estrategia y marcha de los negocios a través de intranet, revistas internas y retransmisiones *webcast* contribuye también a la difusión de los mensajes y la cultura corporativa.

Santander cuenta con dos programas específicos para potenciar la cultura corporativa y transmitir los valores del Grupo tanto a sus profesionales como a potenciales empleados. Son los programas *Santander eres tú* y *Santander puedes ser tú*.

SANTANDER ERES TÚ

Es un programa que tiene como objetivo fomentar la cultura corporativa y transmitir los valores del Grupo. Se trata de una iniciativa clave en un gran grupo internacional como Banco Santander, que incorpora en sus equipos a personas de distintos países y culturas. En 2010, ha tenido lugar la *III Semana Santander eres tú*: contó con participación de la mayoría de los empleados en más de 300 actividades relacionadas con la solidaridad, el medio ambiente, el deporte, la salud y el bienestar, que se llevaron a cabo en la misma semana del año en todos los países en los que el Banco está presente. También se celebró la *II Carrera Santander eres tú*, en Chile, en la que participaron 60 profesionales del Grupo.

SANTANDER PUEDES SER TÚ

En competencia por el mejor talento, Santander también transmite su cultura corporativa a potenciales empleados a través del programa *Santander puedes ser tú*. Por segundo año consecutivo, con el fin de identificar el mejor talento internacional, el Grupo ha visitado las principales escuelas de negocios de Estados Unidos, Europa y Asia, como son *Harvard, MIT, Columbia, INSEAD, CEIBS* o *London Business School*. Otra forma de identificar y atraer el mejor talento internacional son las *Becas Talento Santander*. Esta iniciativa, en su tercera edición, ha seleccionado a 33 estudiantes universitarios de todo el mundo a los que el Banco ofrece una completa formación ajustada a las necesidades de un banco comercial.

FORMACIÓN

	2010	2009
Total de horas de formación	**7.080.733**	7.717.000
Empleados formados (participantes)	**179.372**	167.849
Horas de formación por empleado	**39,85**	46
Inversión total en formación (euros)	**103.400.000**	93.500.000
Inversión por empleado (euros)	**578,97**	593,4
Coste por hora (euros)	**14,60**	12,1
% mujeres participantes	**53**	59
% formación *e-learning*	**30,5**	35
Evaluación de satisfacción	**8,5**	8,4
% horas con formadores internos	**65**	22

EDAD MEDIA DE LA PLANTILLA

Años

	Hombres	Mujeres	Total
Europa continental	42,5	37,5	**40,4**
Reino Unido	33,5	36,1	**35,1**
Latinoamérica y resto	36,3	34,5	**35,3**
Total Grupo	**38,1**	**35,4**	**36,6**

ANTIGÜEDAD MEDIA DE LA PLANTILLA

Años

	Hombres	Mujeres	Total
Europa continental	16,9	11,4	**14,6**
Reino Unido	5,9	8,5	**7,5**
Latinoamérica y resto	8,7	7,2	**7,9**
Total Grupo	**11,2**	**8,3**	**9,7**

TIPOS DE CONTRATO

	Fijos	Temporales	Total
Europa continental	50.808	1.535	**52.343**
Reino Unido	24.700	520	**25.220**
Latinoamérica y resto	101.145	161	**101.306**
Total Grupo	**176.653**	**2.216**	**178.869**

TIPOS DE EMPLEO

	Tiempo completo	Tiempo parcial	Total
Europa continental	51.743	600	**52.343**
Reino Unido	20.376	4.844	**25.220**
Latinoamérica y resto	99.734	1.572	**101.306**
Total Grupo	**171.853**	**7.016**	**178.869**

Actividad de voluntariado durante la II carrera Santander eres tu. Chile.

Programa *Supera*, Centro Corporativo "El Solaruco", *Ciudad Financiera*, Boadilla del Monte. España

VOLUNTARIADO CORPORATIVO

La solidaridad forma parte, cada vez más, de la cultura corporativa del Banco.

En esta línea, en 2010, el comité de sostenibilidad de Banco Santander aprobó un plan de voluntariado corporativo cuya puesta en marcha está prevista para 2011. Su objetivo es impulsar, junto con Unicef, la educación infantil y juvenil en los países en los que Santander está presente, especialmente en Latinoamérica.

El programa arrancará en España y se irá extendiendo, de forma progresiva, al resto de países donde opera Santander. Durante los dos próximos años, los profesionales apoyarán a Unicef, a través de diversas iniciativas de voluntariado, para impulsar el acceso a la escuela de niños y adolescentes con problemas de escolarización.

CÓDIGO GENERAL DE CONDUCTA

Santander incorpora la ética como parte de su cultura y valores corporativos.

Este código ha sido comunicado a todos los profesionales y está disponible en la intranet del Grupo.

Además, existe un canal de comunicación, de carácter confidencial, a través del cual los empleados pueden poner en conocimiento del Banco posibles prácticas cuestionables en materia de contabilidad y auditoría pudiendo además cualquier empleado denunciar los incumplimientos del código general de conducta que conozcan.

SANTANDER Y LOS DERECHOS HUMANOS

Dentro de los canales habituales de comunicación que mantiene el Banco, en 2010 no se ha tenido conocimiento de ningún incidente relevante relacionado con el incumplimiento de los derechos humanos.

No se han detectado actividades que impliquen que el derecho a la libertad de asociación y de acogerse a convenios colectivos corra riesgos. Tampoco se identificaron incidentes de explotación infantil ni episodios de trabajo forzado o no consentido.

El Banco, además, ofrece a los empleados cursos en responsabilidad social corporativa, que incluyen, entre otros, formación específica sobre derechos humanos.

PLAN DE COMPENSACIÓN FLEXIBLE

Santander impulsa un sistema de compensación total que, además de una retribución fija, comprende otros conceptos adicionales como la retribución variable, y distintos beneficios a favor de los profesionales y sus familias, que varían en función del país o sociedad a la que pertenezcan.

En España, los profesionales de Santander han visto ampliadas las posibilidades de optimizar su retribución fija a través del nuevo *plan flexible*, lanzado en 2010 y que pone a disposición de los profesionales productos y servicios en condiciones ventajosas (ordenadores, cheques guardería, seguros médicos, etc). Existen otras iniciativas en el marco de este sistema de compensación flexible, como el *Pasaporte Santander,* un plan de beneficios para el empleado y su familia desarrollado por Santander Colombia.

INDICADORES DE CAPITAL HUMANO

Nuevas incorporaciones en el Grupo	26.239
Total altas empleados	32.587
Total bajas empleados	26.268
% personal promocionado/total plantilla	12,1
Nº de empleados con contrato a tiempo parcial	7.016
% empleados con convenio colectivo	85,6
% directivos que trabajan en su país de origen (*)	90,9
% empleados que trabajan en su país de origen (*)	98,9

(*) No incluye Reino Unido y Sovereign

SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO

Banco Santander cuenta con un área corporativa de salud y prevención de riesgos laborales, que vela por el bienestar de los empleados con el objetivo básico de reducir al máximo la probabilidad de que un determinado riesgo se materialice en un accidente de trabajo o enfermedad profesional.

SALUD Y SEGURIDAD LABORAL	
Gravedad	0,8
Nº empleados fallecidos en accidente laboral	4
Horas no trabajadas por enfermedad común y accidente no laboral	8.942.829 horas
Tasa de absentismo laboral	3,45

Modelo de salud Santander: prevención de riesgos laborales y promoción de la salud

- Modelos asistenciales y de reconocimiento estandarizados.
- Protocolos de medicina preventiva: cardiovascular, escuela de espalda, rehabilitación, oftalmología.
- Campañas de promoción de hábitos saludables.
- Política y control nutricional en restaurantes.
- Servicios asistenciales de valor añadido: accesibilidad a las especialidades más demandadas.
- Formación en prevención de riesgos laborales y cultura sanitaria.
- Evaluación, seguimiento y control del absentismo laboral.
- Control de riesgos laborales: espacios, iluminación, asesoramiento en el mobiliario...

SANTANDER POR TU CORAZÓN

Banco Santander y la Fundación Botín patrocinan el estudio PESA (*Progression of Early Subclinical Astherosclerosis*), liderado por el Consejo Nacional de Investigaciones Cardiovasculares (CNIC). Se trata de una investigación pionera en la identificación precoz del riesgo de sufrir enfermedades cardiovasculares, especialmente la aterosclerosis, bajo la dirección del prestigioso cardiólogo Valentín Fuster.

Bajo el lema *Santander por tu corazón*, Santander ofrece la posibilidad de participar en esta investigación a más de 2.000 profesionales de edades comprendidas entre 40 y 54 años y que no sufran enfermedades cardiovasculares. Las primeras pruebas, que comenzaron en junio de 2010, se han realizado ya a 449 profesionales. En 2011 estarán instaladas las máquinas de última generación para completar el estudio que se realizará a los empleados durante 9 años.

Además de representar un beneficio para los empleados del Banco, este estudio supone una importante contribución a la investigación y generación de conocimiento en el ámbito de las ciencias de la salud.

Este programa incluye:

- Valoración cardiovascular.
- Analítica completa.
- Un plan dietético.
- Pautas de ejercicio adecuadas a cada paciente.
- Seguimiento periódico.

PROVEEDORES

Santander mantiene con sus proveedores un firme compromiso en materia social y ambiental

COMPROMISO

Asegurar la igualdad de oportunidades, con la máxima transparencia en los procesos de adjudicación.

BALANCE 2010

- Desarrollo del Modelo Corporativo de Gestión Integral del Gasto e implantación del mismo en nuevas geografías.
- Puesta en marcha de diversas iniciativas encaminadas a reforzar la comunicación con proveedores.
- Implantación de Aquanima como central de compras en Santander Totta incluyendo el proceso de homologación de proveedores.
- Aumento en el porcentaje de negociaciones *on-line*.
- Optimización de la base de potenciales proveedores respetando los criterios de homologación.

OBJETIVOS 2011

- Seguir avanzando en la implantación de Aquanima como central de compras y en el proceso de homologación de proveedores.
- Establecer un sistema de control de cumplimiento de los compromisos asumidos por los proveedores en los protocolos de responsabilidad social corporativa.
- Extender el intercambio de mejores prácticas de gestión de proveedores en los países donde el banco está presente.
- Incorporar nuevas funcionalidades al portal del proveedor que favorezcan los canales de comunicación con el Grupo.

PERFIL DE LOS PROVEEDORES

Grupo Santander mantiene relaciones estables con sus proveedores basadas en la ética, la transparencia y el respeto mutuo, de manera que se garanticen la calidad y disponibilidad de los productos y servicios.

En los principales paises en los que opera el Grupo, la mayor parte de los contratos incluye una declaración por la que el proveedor se compromete a respetar y cumplir los 10 Principios del Pacto Mundial de Naciones Unidas al que el Grupo está adherido, relativo a los derechos humanos, las normas laborales, la protección al medio ambiente y lucha contra la corrupción y, en la medida de sus posibilidades, a agregar valor a la gestión de sus negocios.

A través de Aquanima y Negociaciones Globales, Banco Santander mantiene relaciones comerciales con una base de 3.185 proveedores homologados, cada uno de los cuales factura una cantidad anual superior a 50.000 euros. De estos proveedores, el 98% son locales, es decir, empresas que operan en el mismo ámbito geográfico en el que se realiza la compra y la facturación.

De este volumen, 1.271 millones de euros se gestionaron a través de la plataforma *on-line*, lo que supone un incremento del 20% respecto al año anterior.

Asimismo, Banco Santander continúa la contratación de muchos de sus servicios a través de centros especiales de empleo, cuya plantilla está formada, al menos, en un 70% por personas con discapacidad en un grado igual o superior al 33%. Para ello, se valoran alternativamente las ofertas de proveedores que puedan ofrecer sus servicios a través de este tipo de centros.

Centro de logística, Ciudad Grupo Santander, Madrid, España

Zona vending, Ciudad Grupo Santander, Madrid, España

THE GLOBAL COMPACT
WE SUPPORT

GESTIÓN DE PROVEEDORES

Aquanima es la central de compras de Banco Santander que tiene como objetivo la selección y la negociación con los proveedores y la incorporación de todos los países al perímetro de negociación y a los procesos de homologación establecidos. A lo largo de 2010, Aquanima ha implantado el modelo de gestión de proveedores en Santander Totta y ha continuado la implantación del modelo en otras sociedades del Grupo.

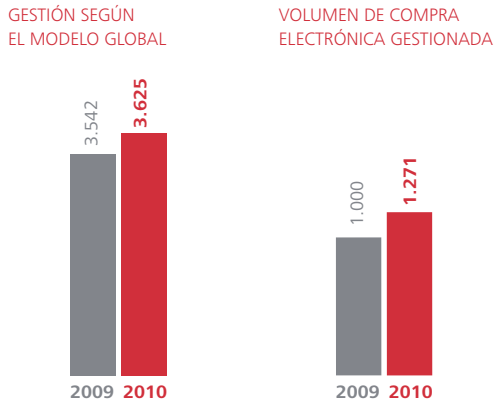
CANALES DE COMUNICACIÓN

Banco Santander tiene establecidos una serie de canales de comunicación con sus proveedores con el objetivo de mantener una relación fluida y transparente y buscar nuevas fórmulas de interacción.

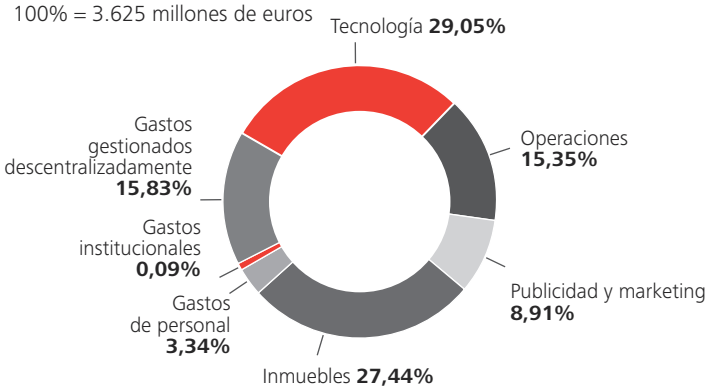
Entre las nuevas iniciativas que se han llevado a cabo en 2010, destacan:

- Celebración de *I Forum de Fornecedores* Banco Santander Totta en el que se dio a conocer a los proveedores el modelo de gestión integral del gasto.
- Celebración de almuerzos de trabajo con los proveedores en las instalaciones del Grupo, con el objetivo de conocer las necesidades y sugerencias de los mismos.
- Desarrollo de proyecto con el objetivo de que cualquier comunicación con los proveedores dentro de un marco de negociación sea realizado de forma electrónica y a través de la plataforma habilitada a tal efecto, de forma que sigamos mejorando la transparencia y comunicación en nuestros procesos. Esta iniciativa se inicia en 2010 y tiene su continuidad y desarrollo a lo largo de 2011.
- Asistencia como expositores a una feria en México, en la que se habilitó una consola donde los proveedores se podrían registrar a través del portal de Aquanima, con objeto de incrementar la base potencial de proveedores.

COMPRAS
Millones de euros



VOLUMEN NEGOCIADO SEGÚN EL MODELO GLOBAL POR CATEGORÍA DE GASTO
100% = 3.625 millones de euros



PRINCIPALES PROVEEDORES
por volumen adjudicado en 2010

	España	Portugal	Reino Unido	Brasil	México	Chile	Resto	**Total**
< 50.000 €	67	101	56	364	119	275	197	**1.179**
> 50.000 € < 300.000 €	122	24	82	210	84	46	141	**709**
> 300.000 € < 1.000.000 €	54	10	70	105	41	14	60	**354**
> 1.000.000 €	112	14	51	153	24	12	64	**430**
Total	355	149	259	832	268	347	462	**2.672**

PROCESO DE ELABORACIÓN DE LA MEMORIA

La Memoria de sostenibilidad tiene como objetivo recoger las principales actuaciones del Banco en materia de responsabilidad social corporativa y en relación con cada uno de sus grupos de interés.

A través de un análisis de identificación de los aspectos materiales en el ámbito económico, social y ambiental, un año más se han generado diversos contenidos e indicadores, centrales y sectoriales, a los cuales se les da respuesta en los distintos capítulos establecidos en este informe. Asimismo, la memoria está considerada como un fiel reflejo de las relaciones que el Banco mantiene con sus grupos de interés internos y externos (accionistas, clientes, empleados, proveedores y la sociedad) a través de diferentes canales de comunicación tanto internos como externos.

Para lograrlo, se han utilizado los estándares internacionalmente reconocidos *Global Reporting Initiative* (GRI) y los principios de inclusividad, relevancia y capacidad de respuesta que propone la *Norma AA1000 APS de AccountAbility*. En el caso del cumplimiento del estándar *GRI*, por segundo año consecutivo se ha dado respuesta a los indicadores del suplemento sectorial financiero y se ha ampliado significativamente el perímetro de la información medioambiental, dando así mejor respuesta a los aspectos relevantes puestos de manifiesto por los grupos de interés.

PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS E IDENTIFICACIÓN DE ASUNTOS MATERIALES

Banco Santander mantiene un diálogo activo con sus grupos de interés a través de diferentes mecanismos y canales de comunicación gestionados, en su mayoría, por diferentes áreas del Banco tales como la unidad corporativa de clientes y calidad, el área de accionistas, el área de relaciones con inversores, recursos humanos, riesgos, el área de gestión integral del gasto, Santander Universidades, Asset & Capital Structuring y las unidades comerciales del Banco en cada país.

Adicionalmente y dentro del proceso de elaboración de la memoria se han llevado a cabo las siguientes iniciativas:

- Proceso consultivo: se han realizado diferentes reuniones de trabajo con clientes, medios de comunicación, accionistas, sindicatos, proveedores y ONGs y fundaciones así como entrevistas individuales con representantes de organizaciones especializadas en cada uno de los temas relevantes identificados. En este proceso continuo de consulta se pretende conocer tanto la opinión de los grupos de interés acerca de la calidad de la información contenida en la Memoria de sostenibilidad de 2009 y su facilidad de uso como su opinión acerca de las estrategias en materia de responsabilidad social corporativa del Grupo.
- Análisis e identificación de los aspectos materiales: Santander ha realizado un análisis comparativo de los asuntos materiales publicados en los informes de responsabilidad corporativa de los principales líderes en sostenibilidad del sector financiero. Asimismo y con el asesoramiento de la consultora KPMG, se realizó a cabo una búsqueda en prensa para identificar aquellos asuntos que han sido más relevantes, en particular, aquellos que han podido generar crisis reputacionales para el Santander y para el sector financiero. Por otro lado, el Banco ha tenido en cuenta la opinión tanto de los inversores socialmente responsables como de organizaciones prescriptoras y destacados creadores de opinión identificado así los asuntos más relevantes que afectan tanto al sector financiero.

RESULTADOS DE LA PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS Y DEL ESTUDIO DE IDENTIFICACIÓN DE TEMAS RELEVANTES

Como resultado de estos dos procesos se han obtenido una serie de conclusiones tanto en cuanto a la identificación de aspectos relevantes en materia de responsabilidad social corporativa como oportunidades de mejora en base al análisis de la Memoria de sostenibilidad de 2009.

Las principales conclusiones extraídas sobre los temas más relevantes al momento de la elaboración de la Memoria de sostenibilidad son las siguientes:

- Contexto de crisis económica, el cual continúa siendo para los grupos de interés un importante condicionante que influye en todos los asuntos identificados en este proceso.

  En este sentido, Santander ha logrado situarse como referente de las entidades financieras internacionales en rentabilidad, solvencia y eficiencia, gracias a un modelo de negocio basado en la prudencia en los riesgos, la fortaleza de su balance, la diversificación geográfica y un gobierno corporativo orientado a la creación de valor sostenible.
- La credibilidad en la memoria depende de que ésta sea percibida como un ejercicio objetivo y equilibrado de rendición de cuentas en materia de sostenibilidad, informando sobre aspectos positivos y negativos del desempeño del Santander en asuntos sociales, ambientales, económicos y éticos.

  En este sentido, Santander ha querido avanzar en este aspecto realizando una auto-evaluación de su desempeño en materia de responsabilidad social corporativa, como complemento al balance 2010 del cumplimiento de los objetivos planteados en el ejercicio anterior (ver cuadro de mando, página 14).

- Ética sostenible: En un entorno de crisis, cobra especial importancia recuperar la confianza de los clientes y de la sociedad en el sector financiero.

  Para un banco como el Santander cuya principal actividad es la banca comercial, tiene especial importancia la opinión de los clientes. Algunos factores, como el incremento de operaciones electrónicas, hacen que la seguridad de las mismas sea un asunto relevante tanto como la transparencia en las comisiones cobradas y los tipos y características de los productos y servicios ofrecidos.

- Las iniciativas de inclusión financiera en las comunidades donde opera Banco Santander son especialmente relevantes en los países en desarrollo porque permiten aumentar la base de clientes del banco y proveen de acceso a servicios bancarios a comunidades desfavorecidas. Sin embargo, en los mercados maduros como España o Reino Unido, tiene mayor importancia el desarrollo de políticas sociales y la cuantificación de las acciones en este ámbito.

- Respecto a las iniciativas medioambientales y a la lucha contra el cambio climático, los temas de mayor preocupación son la capacidad de Santander de invertir en proyectos que contribuyan a la lucha contra el cambio climático, como los de energías renovables, así como los de mejora de la eficiencia energética en sus instalaciones para minimizar su impacto ambiental.

- Adicionalmente, se observa una mayor importancia en la protección de los derechos humanos y, como consecuencia de ello, se han desarrollado mecanismos en los procesos de inversión, como pueden ser los Principios del Ecuador, con el objetivo de evitar los incumplimientos, especialmente en los países o regiones con riesgos en este ámbito.

- Otros temas que deben ser tratados con especial interés son el compromiso con la estabilidad laboral debido a la crisis global de empleo, especialmente en mercados maduros, la importancia de la atracción y retención de talentos. También destaca la creciente relevancia de la transparencia en materia de gobierno corporativo, como la retribución de los miembros del consejo de administración.

Grupo Santander ha asumido el compromiso de identificar las necesidades y expectativas de los grupos de interés y, por ello, seguirá trabajando en la mejora del continuo diálogo con los mismos, incrementando tanto el alcance geográfico como el número de organizaciones consultadas.

Deloitte.

Deloitte, S.L.
Plaza Pablo Ruiz Picasso, 1
Torre Picasso
28020 Madrid
España

Tel.: +34 915 14 50 00
Fax: +34 915 14 51 80
www.deloitte.es

Informe de Revisión Independiente de la Memoria de Sostenibilidad 2010 del Grupo Santander

Alcance de nuestro trabajo

Hemos realizado la revisión de la Memoria de Sostenibilidad 2010 del Grupo Santander (en adelante la Memoria), cuyo alcance se define en la Contraportada de la misma. Dicha revisión ha consistido en comprobar:

- La adaptación de los contenidos de la Memoria a la Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad de GRI versión 3.0 (G3), así como los indicadores centrales de desempeño y del suplemento sectorial del sector financiero propuestos en dicha guía.
- La información incluida en la Memoria relativa a la aplicación de los principios de inclusividad, relevancia y capacidad de respuesta establecidos en la norma AA1000 Accountability Principles Standard 2008 de AccountAbility (AA1000APS).
- La información proporcionada sobre el cumplimiento de los objetivos en Responsabilidad Social Corporativa (RSC) en 2010.

Estándares y procesos de verificación

Hemos llevado a cabo nuestro trabajo de revisión de acuerdo con la Norma ISAE 3000 *Assurance Engagements Other than Audits or Reviews of Historical Financial Information* emitida por el International Auditing and Assurance Standard Board (IAASB) de la International Federation of Accountants (IFAC) y con la Guía de Actuación sobre trabajos de revisión de Informes de Responsabilidad Corporativa emitida por el Instituto de Censores Jurados de Cuentas de España. Asimismo, hemos aplicado la *AccountAbility 1000 Assurance Standard 2008 (AA1000AS)*, emitida por AccountAbility, para proporcionar una seguridad moderada sobre la aplicación de los principios establecidos en la norma AA1000 APS y los indicadores de desempeño de sostenibilidad (revisión moderada de tipo 2).

Nuestro trabajo de revisión ha consistido en la formulación de preguntas a la Dirección, así como a las diversas unidades del Grupo Santander que han participado en la elaboración de la Memoria, y en la aplicación de ciertos procedimientos analíticos y pruebas de revisión por muestreo que se describen a continuación:

- Reuniones con el personal del Grupo Santander para conocer los principios, sistemas y enfoques de gestión aplicados.
- Análisis de los procesos para recopilar y validar los datos presentados en la Memoria.
- Revisión de las Actas de las reuniones mantenidas en el ejercicio 2010 del Comité de Sostenibilidad.
- Revisión de las actuaciones realizadas en relación a la identificación y consideración de las partes interesadas a lo largo del ejercicio y de los procesos de participación de los grupos de interés a través del análisis de la información interna y los informes de terceros disponibles.
- Análisis de la cobertura, relevancia e integridad de la información incluida en la Memoria en función del entendimiento del Grupo Santander de los requerimientos de los grupos de interés sobre los aspectos materiales identificados por la organización y descritos en el capítulo "*Proceso de elaboración de la Memoria*".
- Revisión de la información relativa a los enfoques de gestión aplicados en Sostenibilidad.
- Contraste de que el contenido de la Memoria no contradice ninguna información relevante suministrada por el Grupo Santander en su Informe Anual.
- Análisis de la adaptación de los contenidos de la Memoria a los recomendados en la Guía G3 de GRI y comprobación de que los indicadores centrales y sectoriales incluidos en la Memoria se corresponden con los recomendados por dicha Guía y que se identifican los no aplicables y los no disponibles.
- Comprobación, mediante pruebas de revisión en base a la selección de una muestra, de la información cuantitativa y cualitativa correspondiente a los indicadores GRI incluida en la Memoria y su adecuada compilación a partir de los datos suministrados por las fuentes de información del Grupo Santander.

Responsabilidades de la Dirección de Grupo Santander y de Deloitte

- La preparación de la Memoria, así como el contenido de la misma, es responsabilidad del Área de Responsabilidad Social Corporativa de Santander, la cual también es responsable de definir, adaptar y mantener los sistemas de gestión y control interno de los que se obtiene la información.
- Nuestra responsabilidad es emitir un informe independiente basado en los procedimientos aplicados en nuestra revisión.
- Este informe ha sido preparado exclusivamente en interés de la Dirección de Santander de acuerdo con los términos de nuestra Carta de Encargo. No asumimos responsabilidad alguna frente a terceros distintos de la Dirección de Santander.
- Hemos realizado nuestro trabajo de acuerdo con las normas de independencia requeridas por Código Ético de la Internacional Federation of Accountants (IFAC).
- El equipo de trabajo ha estado formado por profesionales expertos en revisiones de Memorias de Sostenibilidad y, específicamente, en el desempeño económico, social y medioambiental y en procesos de participación de grupos de interés.
- El alcance de una revisión es sustancialmente inferior al de un trabajo de seguridad razonable. En consecuencia, la seguridad proporcionada también es menor, por lo que el presente informe no puede entenderse como un informe de auditoría.

Deloitte, S.L. Inscrita en el Registro Mercantil de Madrid, tomo 13.650, sección 8ª, folio 188, hoja M-54414, inscripción 96ª. C.I.F.: B-79104469.
Domicilio social: Plaza Pablo Ruiz Picasso, 1, Torre Picasso, 28020, Madrid.

Conclusiones

En el "*Índice de Contenidos GRI*" se detallan los indicadores revisados, las limitaciones en el alcance de la revisión y se identifican aquellos que no cubren todos los aspectos recomendados por la Guía G3. Como consecuencia de nuestra revisión no se ha puesto de manifiesto ningún otro aspecto que nos haga creer que la Memoria contiene errores significativos o no ha sido preparada de acuerdo a las directrices de dicha Guía.

Asimismo no se ha puesto de manifiesto ningún aspecto que nos haga creer que el Grupo Santander no ha aplicado los principios de inclusividad, relevancia y capacidad de respuesta tal y como se describe en el capítulo "*Proceso de elaboración de la Memoria*" de acuerdo con la norma AA1000 APS 2008:

- Inclusividad: participación de los grupos de interés en el desarrollo de un enfoque responsable de la sostenibilidad.
- Relevancia: proceso de determinación de la materialidad que supone el entendimiento de los asuntos materiales o relevantes para el Grupo Santander y sus grupos de interés.
- Capacidad de respuesta: acciones y compromisos concretos con los que se responde a los aspectos materiales identificados.

Finalmente, no hemos detectado ningún aspecto que nos haga creer que la información proporcionada sobre el cumplimiento de los objetivos en Responsabilidad Social Corporativa en 2010 en las secciones "*Balance 2010*", a lo largo de la Memoria, contenga errores significativos.

Observaciones y Recomendaciones

Adicionalmente, hemos presentado a la Dirección de Grupo Santander nuestras recomendaciones relativas a los aspectos de mejora en la gestión de la sostenibilidad y en la aplicación de los principios de inclusividad, relevancia y capacidad de respuesta. A continuación se resumen las recomendaciones más significativas, las cuales no modifican las conclusiones expresadas en el presente informe.

Inclusividad

En línea con ejercicios anteriores, el Grupo ha seguido realizando un estudio de materialidad a nivel sectorial y un proceso consultivo a prescriptores del ámbito financiero en materia de RSC en los principales países en los que está presente. El Grupo debería ampliar el alcance de estas consultas a grupos de interés específicos y sistematizar la obtención de información a partir de los canales de diálogo que tiene ya a disposición de sus grupos de interés.

Relevancia

El estudio de materialidad realizado por el Grupo prioriza cada uno de los aspectos identificados en base a la opinión de inversores socialmente responsables y prescriptores en RSC, y al grado de atención que prestan las empresas del sector en sus Memorias a cada uno de estos temas. Finalmente, la relevancia de cada aspecto es evaluada a partir de un análisis externo que identifica aquellos aspectos a gestionar desde un punto de vista reputacional.

Si bien este ejercicio permite identificar los temas relevantes en el sector, entendemos que se debe profundizar en la integración sistemática de todas las fuentes de información locales y corporativas del Grupo Santander. Asimismo, deberían homogeneizarse los criterios y umbrales específicos que permiten determinar los aspectos relevantes para el Grupo.

Capacidad de respuesta

Tras la aprobación en 2009 de las políticas corporativas de RSC (General y Sectoriales) relativas a las operaciones de financiación de proyectos, en 2010 se han puesto en marcha los procesos para asegurar su implantación. Si bien los avances han sido significativos, existen áreas de mejora relacionadas, fundamentalmente, con el seguimiento anual de las operaciones aprobadas. Asimismo, el Grupo debería valorar la ampliación del alcance de estas políticas a otras modalidades de financiación e inversión que también implican operaciones con impactos sociales y /o ambientales significativos.

Respecto a la gestión ambiental interna, en 2010 se ha mejorado la herramienta global de recogida de información y se ha aprobado un Plan Trianual de eficiencia. Este Plan supone la oportunidad de monitorear el cumplimiento de los objetivos fijados de reducción de emisiones de CO_2 y consumo eléctrico, facilitando así la gestión de los impactos ambientales directos del Grupo. Avanzar en la formación del personal responsable de esta área en cada país y la realización de reportes periódicos contribuiría a mejorar la calidad de la información y su utilidad para la gestión.

En lo que respecta a la inclusión de aspectos de RSC en la cadena de suministro, aún existen aspectos de mejora, como la realización de auditorías en materia de RSC a proveedores de riesgo y la inclusión de requerimientos ambientales y sociales en la compra de determinados productos y servicios.

Finalmente, recomendamos avanzar en el desarrollo del cuadro de mando de RSC a través del reporte periódico de los indicadores de gestión más adecuados y su seguimiento por el Comité de Sostenibilidad.

DELOITTE, S.L.

Helena Redondo

Madrid, 6 de mayo de 2011

AA1000
Licensed Assurance Provider
000-14

ÍNDICE DE CONTENIDOS GRI

ESTRATEGIA Y ANÁLISIS

1.1	p. 3
1.2	p. 58-59

PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN

2.1	Contraportada
2.2	p. 8-9
2.3	p. 8-9; p. 24-45 del Informe Anual
2.4	p. 216 del Informe Anual
2.5	p. 8-9; p. 24-45 del Informe Anual
2.6	p. 40-41; p. 216 del Informe Anual
2.7	p. 8-9; p. 24-45 del Informe Anual
2.8	p. 5, 8-9, 40-41, 50
2.9	Nota 3 del Informe de Auditoría y Cuentas Anuales (p. 47-54)
2.10	p. 12, 41, 43

PARÁMETROS DE LA MEMORIA

3.1	Alcance (Contraportada)
3.2	Alcance (Contraportada)
3.3	Alcance (Contraportada)
3.4	Cubierta posterior
3.5	p. 58-59
3.6	Alcance (Contraportada)
3.7	Alcance (Contraportada) y p. 54
3.8	Alcance (Contraportada) Nota 2.b del Informe de Auditoría y Cuentas Anuales (p. 25-27)
3.9	p. 5, 8-9, 22, 33
3.10	p. 33
3.11	p. 22, 33, 54
3.12	p. 62
3.13	Alcance (Contraportada); p. 60-61

GOBIERNO, COMPROMISOS Y PARTICIPACIÓN DE GRUPOS DE INTERÉS

4.1	p. 6-7; p. 64-78 del Informe de Gobierno Corporativo
4.2	p. 71-72 del Informe de Gobierno Corporativo
4.3	p. 71 del Informe de Gobierno Corporativo
4.4	p. 41-42, 54
4.5	p. 75 del Informe de Gobierno Corporativo, p. 56-58 del Informe de Auditoría y Cuentas Anuales
4.6	p. 76 del Informe de Gobierno Corporativo
4.7	p. 74 del Informe de Gobierno Corporativo
4.8	p. 4, 10-12
4.9	p. 10-13, 34-35
4.10	p. 74 del Informe de Gobierno Corporativo
4.11	p. 13, 150-201 del Informe Anual
4.12	p. 10-12, 34-35, 43
4.13	p. 12, 43
4.14	p. 58-59
4.15	p. 58-59
4.16	p. 58-59
4.17	p. 58-59

ENFOQUES DE GESTIÓN/ INDICADORES CENTRALES

INDICADOR GRI G3 Dimensión económica			
Desempeño económico (p. 4-5, 8-9, 11-13)		**Alcance**	**Verificación**
EC1	Página 5	Grupo	✓
EC2	Páginas 32-33 y 36	Grupo	(1)
EC3	Página 54 y tabla de indicadores GRI del apartado de Sostenibilidad de la página web www.santander.com	Grupo	✓
EC4	Tabla de indicadores GRI del apartado de Sostenibilidad de la página web www.santander.com	Grupo en España (excepto Banesto)	(2)
Presencia en el mercado (p. 8-9, 54, 56)			
EC6	Página 56	Grupo	✓
EC7	Página 54 y tabla de indicadores GRI del apartado de Sostenibilidad de la página web www.santander.com	Grupo (excepto Sovereign y Reino Unido)	✓
Impacto económico indirecto (p. 10-15, 17-31)			
EC8	Páginas 17-31	Grupo	✓

INDICADOR GRI G3 Dimensión ambiental			
Materiales (p. 32-33)		**Alcance**	**Verificación**
EN1	Página 33	Grupo	(3)
EN2	Tabla de indicadores GRI del apartado de Sostenibilidad de la página web www.santander.com	Grupo	✓
Energía (p. 32-33)			
EN3	Página 33 y tabla de indicadores GRI del apartado de Sostenibilidad de la página web www.santander.com	Grupo	✓
EN4	Tabla de indicadores GRI del apartado de Sostenibilidad de la página web www.santander.com	Grupo	✓
Agua (p. 32-33)			
EN8	Página 33 y tabla de indicadores GRI del apartado de Sostenibilidad de la página web www.santander.com	Grupo	✓
Biodiversidad (Aspectos no considerados prioritarios por lo que no existen enfoques de gestión específicos)			
EN11 EN12	Todas las sedes del Grupo Santander se ubican en terrenos urbanos por lo que no afectan a espacios naturales protegidos o de alto valor en biodiversidad		
Emisiones, vertidos y residuos (p. 32-33)			
EN16	Página 33	Grupo	(4)
EN17	Página 33	Grupo	(5)
EN19 EN20	Las actividades del Grupo no generan emisiones significativas de estas sustancias		
EN21	Todas las sedes del grupo se ubican en terrenos urbanos por lo que el agua se vierte a través de la red urbana		
EN22	Página 33	Grupo	(6)
EN23	Las actividades del Grupo no tienen riesgo de derrames relevantes de sustancias peligrosas		
Productos y servicios (p. 34-37)			
EN26	Páginas 34-35	Grupo	(7)
EN27	Las actividades del Grupo no generan volúmenes relevantes de productos con materiales susceptibles de ser recuperados		
Cumplimiento normativo (p. 13)			
EN28	Tabla de indicadores GRI del apartado de Sostenibilidad de la página web www.santander.com	Grupo	✓

(1) No se informa del valor monetario
(2) Se incluye únicamente información relativa a subvenciones en materia de formación
(3) Se informa de la estimación del consumo de papel a partir de los datos de compras de los principales proveedores aplicando precios y pesos medios de cada uno de los países
(4) Estas emisiones incluyen las derivadas del consumo directo de energía (gas natural y gasóleo), del consumo indirecto de energía (electricidad) y las derivadas de viajes de negocios tanto en avión como por carretera. Adicionalmente, las emisiones derivadas de las rutas de empleados, este año se incluyen en el indicador EN17. No se incluyen las derivadas del uso de servicios de mensajería
(5) En 2010 se ha incrementado el perímetro de reporting para recoger las emisiones de los principales países del Grupo, incorporándose Alemania y Estados Unidos que no fueron reportados en 2009
(6) No se especifica el método de tratamiento
(7) No se informa del grado de reducción del impacto

INDICADOR GRI G3 Dimensión social: Prácticas laborales y ética en el trabajo

		Alcance	Verificación
Empleo (p. 50)			
LA1	Páginas 50 y 53	Grupo	✓
LA2	Página 50 y tabla de indicadores GRI del apartado de Sostenibilidad de la página web www.santander.com	Grupo	(8)
Relación Empresa/Trabajadores (p. 54)			
LA4	Página 54	Grupo	✓
LA5	Tabla de indicadores GRI del apartado de Sostenibilidad de la página web www.santander.com	Grupo	✓
Salud y Seguridad en el trabajo (p. 55)			
LA7	Página 55 y tabla de indicadores GRI del apartado de Sostenibilidad de la página web www.santander.com	Grupo	(9)
LA8	Página 55	Grupo	✓
Formación y Educación (p. 51-52)			
LA10	Página 53	Grupo	(10)
Diversidad e Igualdad de oportunidades (p. 52)			
LA13	Páginas 64-68 del Informe Anual Páginas 50 y 53 de la Memoria de Sostenibilidad Tabla de indicadores GRI del apartado de Sostenibilidad de la página web www.santander.com	Grupo	(11)
LA14	Tabla de indicadores GRI del apartado de Sostenibilidad de la página web www.santander.com	España	✓

INDICADOR GRI G3 Dimensión social: Derechos humanos

		Alcance	Verificación
Prácticas de inversión y aprovisionamientos (p. 56-57)			
HR1	Tabla de indicadores GRI del apartado de Sostenibilidad de la página web www.santander.com	Grupo	✓
HR2	Tabla de indicadores GRI del apartado de Sostenibilidad de la página web www.santander.com	Grupo	(12)
No discriminación (p. 52 y 54)			
HR4	Página 54	Grupo	✓
Libertad de Asociación y Convenios Colectivos (p. 54)			
HR5	Páginas 11 y 54	Grupo	✓
Abolición de la Explotación Infantil (p. 54)			
HR6	Páginas 11 y 54	Grupo	✓
Prevención del trabajo forzoso y obligatorio (p. 54)			
HR7	Páginas 11 y 54	Grupo	✓

INDICADOR GRI G3 Dimensión social: Sociedad

		Alcance	Verificación
Comunidad (p. 4, 10-15)			
SO1	Páginas 17-23 y tabla de indicadores GRI del apartado de Sostenibilidad de la página web www.santander.com	Grupo	✓
Corrupción (p. 13)			
SO2	Página 13	Grupo	(12)
SO3	Página 13 y tabla de indicadores GRI del apartado de Sostenibilidad de la página web www.santander.com	Grupo	✓
SO4	Tabla de indicadores GRI del apartado de Sostenibilidad de la página web www.santander.com	Grupo Santander España (excepto Banesto)	✓
Política Pública (p. 10-15)			
SO5	Páginas 12, 14-15 y tabla de indicadores GRI del apartado de Sostenibilidad de la página web www.santander.com	Grupo	✓
Cumplimiento normativo (p. 13)			
SO8	Tabla de indicadores GRI del apartado de Sostenibilidad de la página web www.santander.com	Grupo	✓

(8) No se desglosa la tasa de rotación por edad
(9) No se desglosa la información por región
(10) No se desglosa por categoría de empleado
(11) No se informa de la presencia de minorías ni otros indicadores de diversidad
(12) No se informa en porcentaje

INDICADOR GRI G3 Dimensión social: responsabilidad de producto

		Alcance	Verificación
Salud y Seguridad del Cliente (p. 13 y 47)			
PR1	Páginas 13, 34 y 47, páginas 200-201 del Informe Anual y tabla de indicadores GRI del apartado de Sostenibilidad de la página web www.santander.com	Grupo	(12)
Etiquetado de Productos y Servicios (p. 13 y 47)			
PR3	Páginas 13, 34 y 47 y páginas 200-201 del Informe Anual.	Grupo	(12)
Comunicaciones de Marketing (p. 13 y 47)			
PR6	Tabla de indicadores GRI del apartado de Sostenibilidad de la página web www.santander.com	Banco Santander S.A.	✓
Cumplimiento normativo (p. 13)			
PR9	Tabla de indicadores GRI del apartado de Sostenibilidad de la página web www.santander.com	Grupo	✓

INDICADOR GRI G3 Impacto de productos y servicios

		Alcance	Verificación
Impacto de productos y servicios (p. 34-35 y 48-49)			
FS1	Páginas 32, 34-35	Grupo	✓
FS2	Páginas 34-35	Grupo	✓
FS3	Páginas 34-35 y tabla de indicadores GRI del apartado de Sostenibilidad de la página web www.santander.com	Grupo	✓
FS4	Tabla de indicadores GRI del apartado de Sostenibilidad de la página web www.santander.com	Grupo	✓
FS5	Tabla de indicadores GRI del apartado de Sostenibilidad de la página web www.santander.com	Banco Santander S.A.	✓
Cartera de producto (p. 8-9, 29, 36, 48-49)			
FS6	Páginas 8-9 y páginas 31-49 del Informe Anual	Grupo	✓
FS7	Páginas 29, 48-49	Grupo	✓
FS8	Página 36	Grupo	(1)
Auditoría (p. 34-35)			
FS9	Tabla de indicadores GRI del apartado de Sostenibilidad de la página web www.santander.com	Grupo	✓
Gestión activa de la propiedad (p. 49)			
FS10	Páginas 34-36	Grupo	(12)
FS11	Páginas 34-36 y 49	Grupo	(12)
FS12	Tabla de indicadores GRI del apartado de Sostenibilidad de la página web www.santander.com	Grupo	✓
DIMENSIÓN SOCIAL: Sociedad (p. 10-12, 29 y 48)			
FS13	Tabla de indicadores GRI del apartado de Sostenibilidad de la página web www.santander.com	Banco Santander, S.A.	✓
FS14	Páginas 29 y 48	Grupo	✓
DIMENSIÓN SOCIAL: Responsabilidad de Producto (p. 11, 14, 25, 29 y 47)			
FS15	Página 47 y páginas 200-201 del Informe Anual	Grupo	✓
FS16	Páginas 11, 14 y 29	Grupo	✓

(1) No se informa del valor monetario
(12) No se informa en porcentaje

GLOBAL REPORTING INITIATIVE

La presente memoria de sostenibilidad de Grupo Santander ha sido elaborada de acuerdo con la directrices de la guía de elaboración de memorias de sostenibilidad de GRI publicada en 2006 y conocida como G3.

Grupo Santander cubre en su Memoria de Sostenibilidad los requisitos asociados al Nivel A+ de aplicación de G3, lo cual implica que cumple con las especificaciones asociadas al Nivel A de G3 en cuanto a perfil, enfoques de gestión e indicadores de desempeño, y que ha sido sometido a mecanismos de verificación.

En el índice de contenidos y tabla de indicadores de desempeño de la memoria, sobre contenidos básicos GRI, se indican las páginas y la cobertura de los requisitos, enfoques de gestión e indicadores.

En caso de omisión de los indicadores centrales de desempeño se explica la razón de la omisión, habiendo sido considerado el principio de materialidad en estos casos.

Banco Santander, S.A.

Casa matriz del Grupo Santander, fue creado el 21 de marzo de 1857 y constituido en su forma actual mediante escritura pública que se otorgó en Santander el 14 de enero de 1875, la cual fue inscrita en el libro Registro de Comercio, folio 157 vuelto y siguiente, asiento número 859, de la Sección de Fomento del Gobierno de la Provincia de Santander. Adaptados sus Estatutos a la Ley de Sociedades Anónimas mediante escritura autorizada el 8 de junio de 1992 e inscrita en el Registro Mercantil de Santander en el tomo 448, sección general, folio 1, hoja nº 1.960, inscripción 1ª de adaptación.

Se encuentra inscrito en el Registro Especial de Bancos y Banqueros con el número de codificación 0049, y su número de identificación fiscal es A-39000013. Es miembro del Fondo de Garantía de Depósitos en Establecimientos Bancarios.

Domicilio social

En su domicilio social, Paseo de Pereda, números 9 al 12, Santander, pueden consultarse los Estatutos Sociales y demás información pública sobre la Sociedad.

Sede operativa

Ciudad Grupo Santander
Avda. de Cantabria s/n
28660 Boadilla del Monte
Madrid

Información general

Teléfono: 902 11 22 11
Teléfono: +34 91 289 00 00

Página web corporativa

www.santander.com

División de comunicación, marketing corporativo y estudios

Juan Manuel Cendoya, director general
Joaquín de Ena, director de responsabilidad social corporativa.

e-mail:

rsc@gruposantander.com

Área de accionistas

Ciudad Grupo Santander
Edificio Pampa, Planta Primera
Avenida de Cantabria, s/n.
28660 Boadilla del Monte
Madrid (España)
Teléfonos: 902 11 17 11 / +34 91 276 92 90

Relaciones con inversores y analistas

Ciudad Grupo Santander
Edificio Pereda, 1ª planta
Avda. de Cantabria s/n
28660 Boadilla del Monte
Madrid (España)
Teléfonos: +34 91 259 65 14

Servicio de atención al cliente

Ciudad Grupo Santander
Avda. de Cantabria s/n
28660 Boadilla del Monte
Madrid (España)
Teléfono: +34 91 257 30 80
Fax: +34 91 254 10 38
atenclie@gruposantander.com

Defensor del cliente

José Luis Gómez-Dégano
Apartado de Correos 14019
28080 Madrid (España)

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

© Mayo 2011, Grupo Santander
Diseño: Addison
Fotografías: Archivo fotográfico Grupo Santander, Íñigo Plaza Cano, Javier Marlán
Impresión: Litofinter, S.A.

Santander

www.santander.com