





ÍNDICE DE CONTENIDOS


(Clic para ver contenidos)


-  I. LA SOSTENIBILIDAD EN SANTANDER
 - 1. Modelo de Sostenibilidad
 - 2. Marca y Gestión de los Riesgos
 - 3. Modelo de Negocio de Santander


-  II. PERFIL DE BANCO SANTANDER CHILE
 - 1. Carta del Presidente
 - 2. Visión y Valores
 - 3. Principales Asociaciones en las que Santander Participa
 - 4. Desempeño Económico
 - 5. Áreas de Negocio
 - 6. Reconocimientos

-  III. UNA ESTRUCTURA SOSTENIBLE
 - 1. Nuestros Accionistas
 - 2. Gobierno Corporativo
 - 3. Nuestros Profesionales

-  IV. UNA ACTIVIDAD SOSTENIBLE
 - 1. Clientes
 - 2. Productos y Servicios
 - 3. Nuestros Proveedores

-  V. UN ENTORNO SOSTENIBLE
 - 1. Sociedad
 - 2. Santander Universidades y Universia
 - 3. Medio Ambiente

-  VI. PROCESO DE ELABORACIÓN DE LA MEMORIA

-  VII. ÍNDICE DE CONTENIDOS GRI



Para Banco Santander la Sostenibilidad es el compromiso de contribuir a un entorno económico estable y seguro, teniendo en cuenta el impacto de su actividad en la sociedad y en el medio ambiente

La Sostenibilidad

Banco Santander es consciente del papel fundamental que su negocio desempeña en el desarrollo y en el bienestar de la sociedad y, desde esa posición, asume su responsabilidad ante los retos globales que se plantean hoy en día.

Para el Banco el compromiso con la sostenibilidad implica:

- La integración de criterios éticos, sociales y medioambientales en su modelo de negocio.
- Visión a largo plazo en el desarrollo de sus actividades y relaciones con sus grupos de interés de forma estable y duradera.
- Contar con el mejor gobierno corporativo.
- Su comprensión del negocio y de los retos del entorno cambiante de los últimos años, tanto en los mercados como en la sociedad.
- Su voluntad de identificar y dialogar con sus principales grupos de interés: accionistas, clientes, empleados, proveedores y la sociedad en su conjunto. Para, de esta manera, entender sus expectativas y responder a ellas.

Todo ello influye en el comportamiento del Banco en los diferentes mercados en los que opera.

Este enfoque ha demostrado ser el más adecuado en la gestión diaria del Banco y más aún en un contexto de crisis financiera mundial.

La Actuación del Santander en un Contexto de Crisis

La crisis ha creado dificultades a particulares y empresas en todo el mundo, disminuyendo la riqueza, incrementando el desempleo y generando incertidumbre, en particular hacia el sector financiero.

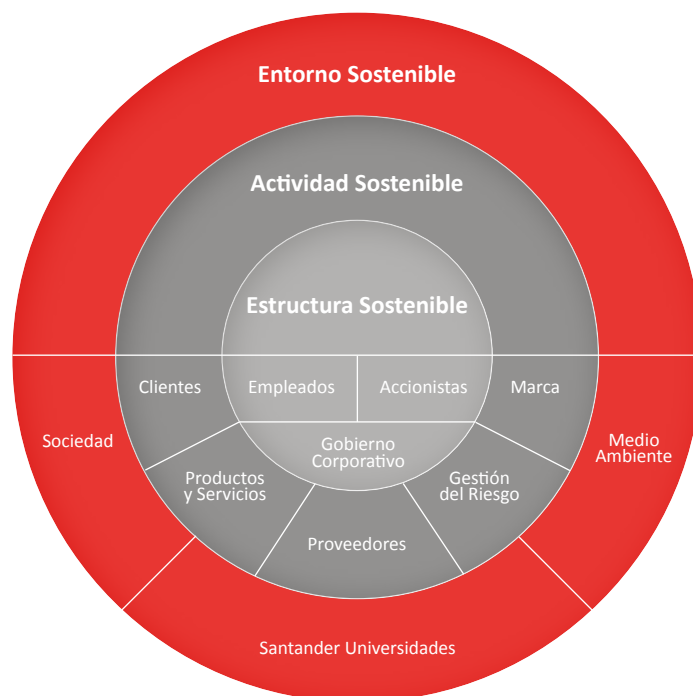
En este contexto, Santander ha destacado de manera singular hasta situarse a la cabeza de las entidades financieras internacionales. No sólo se trata, por tanto, de un ejercicio teórico sino que al final se debe reflejar en unos procesos de análisis del riesgo serios, prudentes, con un equipo de profesionales preparado para todas las situaciones y con un gobierno corporativo fuerte que garantiza la mejor gestión de la actividad financiera.

Todo ello, junto con una visión a largo plazo y el compromiso sostenido con los grupos de interés, ha hecho que Banco Santander sea reconocido internacionalmente por su excelente gestión y así lo han entendido publicaciones tan prestigiosas como Euromoney, que ha considerado a Santander “el banco mejor gestionado del mundo” y The Banker, que ha elegido a Santander, Banco Global del Año al considerar que “sin ninguna duda, es el banco que mejor ha sorteado la crisis y que mejor ha aprovechado las oportunidades que han surgido”.



Modelo de Sostenibilidad

Del conjunto de elementos que configuran el Modelo de Sostenibilidad de Santander, las siguientes páginas se refieren prioritariamente a aquellos aspectos que de manera específica definen el compromiso del Banco en materia de Responsabilidad Social Corporativa.



A lo largo de este Informe se describen los principales aspectos de los once elementos que conforman el Mapa de Sostenibilidad, lo más destacable de 2009 en relación con cada uno de ellos, y los objetivos y perspectivas para 2010.

El Mapa de Sostenibilidad distingue tres niveles: Estructura, Actividad y Entorno.

Estructura Sostenible

Es la base sobre la que Banco Santander construye su actividad. Sólida, eficaz y con capacidad de adaptación, garantiza la estabilidad del negocio bancario y su continuidad en el futuro. Gobierno corporativo, accionistas y empleados son los tres elementos que la constituyen.

Actividad Sostenible

Este nivel se refiere a los cinco ejes -clientes, productos y servicios, gestión del riesgo, marca y proveedores- sobre los que se articula el negocio de Banco Santander.

Entorno Sostenible

Consciente de su responsabilidad en el ejercicio de su actividad, Santander impulsa la educación superior y el desarrollo social y cultural en su área de influencia, a la vez que protege el medio ambiente. En este nivel se distinguen tres elementos, Universidades, entorno social y medio ambiente.

La Sostenibilidad en Santander

La Organización de la Sostenibilidad a Nivel Corporativo

Con el fin de integrar la sostenibilidad en su modelo de negocio, Santander cuenta con un Comité de Sostenibilidad presidido por el Consejero Delegado y compuesto por representantes de las diferentes áreas de negocio y de apoyo.

El Comité de Sostenibilidad, que se reúne con periodicidad semestral, tiene la función de definir la estrategia de Responsabilidad Social Corporativa y las respectivas políticas y presentarlas al Consejo de Administración para su aprobación. Además, el Comité reporta al Consejo periódicamente sobre los temas de su competencia. El secretario del Comité es el director corporativo de Responsabilidad Social Corporativa.

El Comité de Sostenibilidad garantiza:

- La implementación de las políticas generales y sectoriales del Banco en materia de sostenibilidad.
- La aplicación y gestión de estas políticas.
- El establecimiento de mecanismos de comunicación multidireccional dentro del Banco y con sus grupos de interés.

Además, se han creado otros comités, de composición multidisciplinaria, que apoyan al Comité de Sostenibilidad en los aspectos relacionados con la gestión ambiental de los impactos directos y en la integración de los temas sociales y ambientales en el marco de los procesos de concesión de créditos.

El Área de Responsabilidad Social Corporativa, dentro de la División de Comunicación, Marketing Corporativo y Estudios, es la responsable de la gestión ordinaria de la sostenibilidad y quien planifica, coordina e impulsa las distintas iniciativas que se llevan a cabo en este ámbito dentro del Grupo. A su vez asume la ejecución de las actuaciones en materia de acción social y medio ambiente.

Centro de Formación Corporativo en la Ciudad Grupo Santander, Boadilla del Monte, España.



Iniciativas Internacionales a las que Santander Está Adherido

- Pacto Mundial de Naciones Unidas
- UNEP Finance Initiative
- Principios del Ecuador
- Consejo Estatal de Responsabilidad Social Empresarial del Gobierno español

Referencias de Comportamiento de Santander

Para asegurar que su comportamiento se ajusta a los mejores estándares en criterios éticos, de gobierno corporativo, medioambientales y sociales, Banco Santander cuenta con diversas normas internas, entre las cuales destacan:

- Código General de Conducta.
- Código de Conducta en los Mercados de Valores.
- Política Social y Ambiental.
- Políticas sectoriales de Defensa, Energía, Agua y Forestal.
- Política de Derechos Humanos.



Política Social y Ambiental

La Política Social y Ambiental de Banco Santander, es el documento de referencia para el comportamiento social y ambiental del Banco. Es de ámbito global y tiene una doble finalidad.

Por una parte, persigue establecer un marco de actuación que integre los principios de la responsabilidad social y ambiental en la estrategia global del Grupo.

Por otra parte, establece los mecanismos necesarios para el análisis de los riesgos sociales y ambientales y la adopción de decisiones en la financiación de proyectos.

Esta política se inspira en las mejores prácticas actualmente vigentes, que incluyen convenciones, protocolos, códigos de conducta y guías internacionales, entre los que cabe destacar:

- Los Principios del Ecuador. Directrices de la Corporación Financiera Internacional.
- La Declaración Universal de los Derechos Humanos de Naciones Unidas.
- El Pacto Mundial de Naciones Unidas (UN Global Compact).
- La Iniciativa Financiera del Programa de Naciones Unidas para el Medio Ambiente (UNEP Finance Initiative).
- El Código de Conducta de la Unión Europea para las empresas que operan en países en desarrollo.
- Las Guías de la OCDE para las empresas multinacionales.
- La Declaración Tripartita de la OIT sobre las empresas multinacionales y la política social.
- El Protocolo de Kioto sobre el cambio climático.
- Los Principios de Educación Responsable en Gestión (PERG), promovidos por el Pacto Mundial de Naciones Unidas.

Adicionalmente, el Banco ha desarrollado políticas específicas que fijan los criterios a los que se debe ceñir la actividad relacionada con los sectores de defensa, energía, agua y forestal, que identifican el impacto social y ambiental de estas actividades.

La Sostenibilidad en Santander

Marca

Santander es la marca global que refleja la identidad del Banco y expresa una cultura corporativa y un posicionamiento internacional. Simboliza nuestra esencia, personalidad y los valores que nos hacen únicos: dinamismo, fortaleza, innovación, liderazgo, orientación comercial, ética y sostenibilidad.

La gestión de marca es consistente en todo el Grupo y sigue apostando por un posicionamiento único en todos los mercados en los que el Banco está presente con una visión a largo plazo. Esta gestión estratégica ha generado grandes resultados.

La marca Santander simboliza el compromiso que mantenemos con todos nuestros públicos. Representa un equipo capaz de generar buenas ideas y llevarlas a la práctica, ideas que satisfagan a nuestros clientes, resulten rentables para nuestros accionistas y nos consoliden como entidad que colabora en el desarrollo sostenible de la sociedad.

Para el Banco la reputación corporativa y la marca van de la mano y son una prioridad estratégica. A través de nuestra historia nuestra marca ha trascendido y su trayectoria ha generado una excelente reputación internacional, que nos ha posicionado entre las empresas más respetadas del mundo.

Principios de la Gestión de Riesgos en Santander

La gestión de riesgos en Santander se apoya en los siguientes principios:

- Independencia de la función de riesgos, sin perjuicio de apoyar al desarrollo del negocio. Los objetivos y metodologías son establecidos desde la División de Riesgos, mientras que la estructura organizativa se adapta a la estrategia local, garantizando la proximidad al cliente.
- Decisiones colegiadas, de manera que por decisiones individuales no se comprometan los resultados.
- Perfil de riesgos medio-bajo como objetivo, lo que implica un especial énfasis en el seguimiento de los riesgos.

Santander ha desarrollado una escuela corporativa de riesgos cuyos objetivos son contribuir a la consolidación de la cultura corporativa de gestión de riesgos en el Banco y garantizar la adecuación y el desarrollo de todos los profesionales de riesgos con criterios homogéneos.



Gestión del Riesgo Reputacional

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

La Comisión Delegada de Riesgos es la responsable de proponer al Consejo la política de riesgos del Grupo y, en particular, identificar los distintos tipos de riesgos, siendo los principales los riesgos de crédito, de mercado, operativo y reputacional.

Dentro del plan estratégico de Responsabilidad Social Corporativa cobra especial importancia la gestión del riesgo reputacional así como el análisis de los riesgos sociales y ambientales.

Santander entiende como riesgo reputacional el derivado de la percepción que tienen del Banco los distintos grupos de interés con los que se relaciona, incluyendo en esta actividad los riesgos derivados de la posibilidad de incurrir en incumplimientos de disposiciones legales, normas estándares o códigos de conducta que puedan acarrear sanciones o un perjuicio para la imagen del Banco.

Pese a no ser fácilmente cuantificable como el riesgo financiero, una mala gestión del activo reputacional del Banco puede causar un impacto material adverso en los resultados, el capital o las expectativas de desarrollo de los negocios del Grupo.

La adhesión de Banco Santander a iniciativas internacionales como los Principios del Ecuador, o la Iniciativa Financiera del Programa de Naciones Unidas para el Medio Ambiente (UNEP FI), está en línea con la integración de criterios sociales y ambientales en su actividad.

El análisis de riesgos sociales y ambientales es uno de los dos objetivos de la Política Social y Ambiental de Banco Santander. El Banco asume el compromiso de evaluar y tomar en consideración los riesgos sociales y ambientales de las operaciones de Project Finance y, por lo tanto, de conceder créditos sólo para aquellos proyectos que puedan acreditar la adecuada gestión de sus impactos sociales y ambientales, contribuyendo así a la protección de la biodiversidad, el empleo de recursos renovables, la gestión adecuada de los residuos, la protección de la salud humana o que eviten los desplazamientos de población.

Principios de gestión del Riesgo en Banco Santander

Independencia de la función de riesgos

Apoyo al negocio manteniendo la calidad de riesgo

Decisiones colegiadas

Uso de herramientas y sistemas de vanguardia en la medición y análisis del riesgo

Alto involucramiento de todos los órganos de gobierno

Modelo de negocio de Banco Santander

Diversificación geográfica

es tener una posición de liderazgo en 9 mercados principales

Santander cuenta con una posición geográfica equilibrada entre mercados maduros y mercados emergentes. Esto le permite maximizar los ingresos y los resultados a lo largo del ciclo económico.

El Banco centra su presencia en 9 mercados principales: España, Portugal, Alemania, Reino Unido, Brasil, México, Chile, Argentina y Estados Unidos, organizados en torno a tres áreas geográficas, cada una de ellas con su propia moneda de gestión: euro en Europa Continental, libra en Reino Unido y dólar en América.

Además, el desarrollo de áreas de negocio globales permite un rápido traslado entre países y negocios de profesionales, así como de mejores prácticas, productos y servicios.

MÉXICO

Clientes (Millones)	8,7
Oficinas	1.093
Empleados	12.466
Cuota de mercado ⁽¹⁾	15%
Ranking ⁽¹⁾	3º

CHILE

Clientes (Millones)	3,2
Oficinas	498
Empleados	11.118
Cuota de mercado ⁽¹⁾	19%
Ranking ⁽¹⁾	1º

EE.UU. - SOVEREIGN

Clientes (Millones)	1,7
Oficinas	722
Empleados	8.847
Cuota de mercado ⁽⁷⁾	3%

BRASIL

Clientes (Millones)	22,5
Oficinas	3.593
Empleados	50.961
Cuota de mercado ⁽¹⁾	10%
Ranking ⁽¹⁾⁽⁶⁾	3º

ARGENTINA

Clientes (Millones)	2,0
Oficinas	298
Empleados	5.780
Cuota de mercado ⁽³⁾	10%
Ranking ⁽¹⁾⁽⁶⁾	1º

■ Países principales

■ Países adicionales en los que Grupo Santander tiene negocios de banca comercial: Colombia, Perú, Puerto Rico, Uruguay, Noruega, Suecia, Finlandia, Dinamarca, Holanda, Bélgica, Polonia, Austria, Suiza e Italia.

 [Volver al índice](#)

REINO UNIDO

Clientes (Millones)	25,6
Oficinas	1.322
Empleados	22.949
Cuota de mercado ⁽¹⁾	10%
Ranking ⁽⁵⁾	3º

ALEMANIA

Clientes (Millones)	6,0
Oficinas	144
Empleados	3336
Cuota de mercado ⁽²⁾	15%
Ranking ⁽⁴⁾	1º

PORTUGAL

Clientes (Millones)	1,9
Oficinas	763
Empleados	6.294
Cuota de mercado ⁽¹⁾	10%
Ranking ⁽¹⁾	4º ⁽⁶⁾

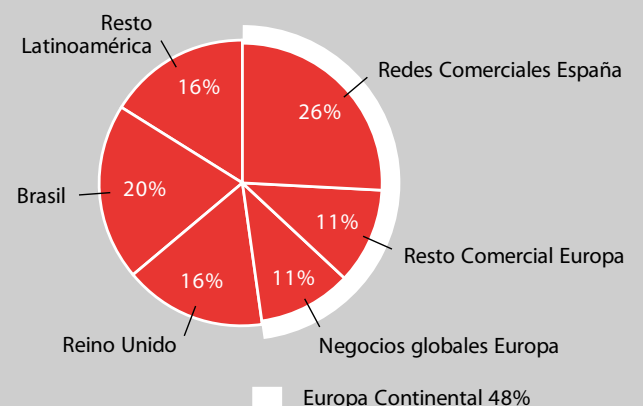
ESPAÑA

Clientes (Millones)	14,7
Oficinas	4.865
Empleados	33.262
Cuota de mercado ⁽¹⁾	16%
Ranking ⁽¹⁾	1º

- (1) Créditos, depósitos y fondos de inversión
- (2) Cuota estimada en financiación de vehículos
- (3) Cuota en crédito
- (4) Líder en financiación de bienes duraderos y primera financiera independiente
- (5) Por depósitos
- (6) Excluidas entidades públicas
- (7) En su zona de influencia



Beneficio atribuido por geografías % sobre total áreas operativas





Nuestras grandes líneas de actuación en materia de responsabilidad social empresarial se sustentan en la incorporación de estrictos criterios éticos en el modelo de negocio, una visión de largo plazo y la clara identificación y diálogo permanente con nuestros grupos de interés.

► Carta del Presidente

En Banco Santander entendemos la sostenibilidad como un compromiso permanente con el desarrollo económico, el bienestar de la sociedad y el respeto y protección del medio ambiente. La convicción de que una gestión económicamente responsable asegura la viabilidad de nuestra actividad, nos ha permitido sortear con éxito los desafíos que impone el escenario económico actual.

Nuestras grandes líneas de actuación en materia de responsabilidad social empresarial se sustentan en la incorporación de estrictos criterios éticos en el modelo de negocio, una visión de largo plazo y la clara identificación y diálogo permanente con nuestros grupos de interés.

Este enfoque ha sido fundamental para enfrentar el contexto de crisis financiera internacional y responder de manera adecuada y oportuna a las necesidades y expectativas de nuestros clientes, empleados, accionistas y a la sociedad en su conjunto.

Prueba concreta de este compromiso social fue la inmediata participación de Banco Santander en la jornada solidaria organizada para hacer frente al violento terremoto que afectó al país el 27 de febrero. Todo el ímpetu solidario de nuestros equipos humanos y la red de sucursales se puso a disposición de la exitosa cruzada "Chile Ayuda a Chile".

Para contribuir a la reactivación económica y entregar un apoyo a nuestros clientes en un contexto de bajo creci-

miento durante 2009, hemos puesto énfasis en una oferta de soluciones concretas y beneficios adicionales destinados a aliviar la carga financiera mensual de nuestros clientes, a través de la ampliación de plazos y la reducción de tasas de interés. Ejemplo de ello fueron las exitosas campañas "Alíviate" y "Reactíate" que favorecieron a más de 120 mil clientes personas, Pymes y microempresas. Asimismo, lideramos en 2009 la adjudicación de créditos con garantía estatal para pequeñas y medianas empresas, reforzando el vínculo con este segmento.

Este compromiso se extendió también hacia nuestros empleados y durante el año, Banco Santander impulsó varias medidas orientadas a brindarles apoyo para enfrentar la crisis. Entre ellas destacan el programa "Alíviate" para el refinanciamiento de deudas, créditos hipotecarios, programa de ahorro voluntario, incremento de un 43% en la inversión para becas técnicas y profesionales y el aumento del sueldo mínimo a \$380 mil brutos, 2,3 veces el sueldo mínimo establecido en el país.

Para continuar fomentando la "meritocracia" como pilar de la política de gestión de personas, se destinaron más de MM\$ 1.330 a capacitación y un 76% del personal participó en programas de formación y desarrollo durante el período analizado. Reflejo de lo anterior fue el reconocimiento obtenido por Banco Santander entre las "Mejores empresas para trabajar en Chile" según Great Place to Work Institute y revista Capital, donde alcanzó el 12° lugar en el ranking global.

Nuestro compromiso con la generación de valor para la sociedad se ha traducido en el apoyo estratégico a diversos programas de largo plazo y de gran impacto, en las áreas de solidaridad social, educación y cultura. Estas iniciativas se sustentan en un sólido programa de voluntariado corporativo, uno de los rasgos distintivos de nuestra política de responsabilidad social.

En el ámbito de difusión cultural tuvo especial relevancia el auspicio a la exposición "La Antigua China y el Ejército de Terracota", exhibición de envergadura internacional que ha sido visitada por más de 250 mil personas.

Nuestra actuación en materia de desarrollo sostenible ha sido valorada por prestigiosas instituciones y ha permitido ser reconocidos entre las 10 Empresas más Responsables Socialmente de Chile, según el ranking de Fundación Prohumana, Revista Qué Pasa y Confederación de la Producción y del Comercio.

Todo esto representa una gran oportunidad y un fuerte desafío para seguir generando valor a nuestros clientes, empleados, accionistas y a la sociedad en su conjunto.



Mauricio Larraín Garcés
Presidente

► Visión

Ser un actor de primera línea en el mercado financiero chileno y un Banco de referencia en Latinoamérica, que anticipe tendencias, ofrezca soluciones creativas y únicas, que constituyan una respuesta de calidad a los requerimientos de nuestros accionistas, clientes, empleados y de la sociedad en su conjunto. Con nuestra gestión contribuiremos fuertemente al desarrollo económico del país y al progreso de las personas.

► Valores



1 Liderazgo

Somos una organización de referencia en cada uno de los mercados en los que estamos presentes. Tenemos vocación de liderazgo en agregar valor a nuestros clientes, accionistas y empleados.

2 Excelencia en la Gestión

Procuramos la eficiencia, rentabilidad y crecimiento de los resultados mediante



estrategias claras, objetivos exigentes y compartidos, rigurosas políticas de seguimiento y control y resultados recurrentes.

3 Orientación al Cliente

Queremos satisfacer sus necesidades entregando una oferta de valor segmentada y acorde a sus requerimientos. Establecer con ellos relaciones de largo plazo y beneficio mutuo, basadas en la confianza,

la transparencia y el cumplimiento de los compromisos.

4 Talento

Buscamos promover un excelente ambiente de trabajo, entregando oportunidades de desarrollo personal y profesional. Potenciar al máximo los talentos de los colaboradores y recompensarlos de manera equitativa, promoviendo la cultura del mérito. Los miembros de esta Organización se caracterizan por su alto profesionalismo y capacidad de trabajo en equipo.

5 Compromiso con la Sociedad

Nuestro compromiso es mejorar la calidad de vida de nuestros empleados y de sus familias, así como de la comunidad y la sociedad en su conjunto. Esto se manifiesta a través de la adhesión y respeto de los derechos fundamentales, la igualdad de oportunidades, la no discriminación, la calidad de trabajo y la protección del medio ambiente.

6 Estándares Éticos

Nos relacionamos y desarrollamos nuestras tareas y responsabilidades con observancia y respeto a las leyes, los reglamentos y normas vigentes, tanto en su forma como en su espíritu. Evitamos que nuestras conductas individuales dentro o fuera de la institución, causen daño material o moral, comprometan o afecten la imagen, dignidad y prestigio tanto personal, de otros funcionarios, del Grupo Santander como de terceros.

► Principales Asociaciones en las que Santander Participa o se Encuentra Adherido

Un aspecto relevante dentro de su compromiso con la sustentabilidad, es la interrelación con diversas organizaciones que fomentan la Responsabilidad Social Corporativa. Banco Santander adscribe a las principales instituciones de RSE, intercambiando buenas prácticas, potenciando su labor en esta área e implantando políticas para el desarrollo y bienestar de la sociedad.

Acción RSE

Su principal actividad es promover las prácticas de responsabilidad social corporativa en las empresas chilenas. Asimismo busca fomentar la ética empresarial, calidad de vida laboral, respeto y cuidado del medio ambiente, compromiso con la comunidad y comercialización y marketing responsable. www.accionrse.cl

Amcham, Cámara Chileno Norteamericana de Comercio

Asociación gremial sin fines de lucro que fomenta el libre comercio y la inversión entre Chile y Estados Unidos. Busca representar a todos los sectores y a las empresas que hacen comercio con EE.UU. www.amchamchile.cl

Asociación de Bancos e Instituciones Financieras, ABIF

Organización gremial que agrupa a todos los bancos y financieras privados establecidos en el país, así como a los bancos extranjeros que mantienen oficinas de representación. Su objetivo es patrocinar todas aquellas medidas que permitan contribuir con mayor eficacia al incremento de la prosperidad nacional. www.abif.cl

Cámara Española de Comercio

Institución sin fines de lucro que agrupa a empresas chilenas y españolas para fomentar el intercambio comercial entre Chile y España, facilitar el desarrollo comercial chileno en Europa y el acceso de la inversión española en Chile. www.camacoec.cl

Centro para el Gobierno de la Empresa

Organización privada sin fines de lucro, orientada a fomentar la aplicación de buenas prácticas en materia de gobierno societario en las empresas chilenas. www.gobiernodelaempresa.cl

Comunidad Mujer

Organización privada sin fines de lucro, cuya misión es facilitar la participación de la mujer en el mundo laboral, en condiciones dignas, promoviendo la integración armónica entre trabajo, vida familiar y personal. www.comunidadmujer.cl

Fundación Paz Ciudadana

Institución sin fines de lucro cuya misión es producir tecnología e innovación para el perfeccionamiento de las políticas públicas en materia de reducción del delito, sobre bases estrictamente técnicas, desideologizadas y apolíticas. Este trabajo se extiende a todas las áreas relevantes para la disminución de la delincuencia e incluye la prevención social, el sistema judicial y penitenciario, y la reinserción de los infractores. www.pazciudadana.cl

Generación Empresarial

Organización sin fines de lucro, fundada en 1993 por un grupo de empresarios y ejecutivos jóvenes deseosos de impulsar el espíritu empresarial ético frente a los retos planteados por los cambios socioeconómicos contemporáneos. www.generacionempresarial.cl

Icare

Corporación privada sin fines de lucro, fundada en 1953 por empresarios y profesionales vinculados a diversos sectores de la actividad económica nacional, con el propósito de promover la excelencia empresarial en el país. www.icare.cl

Pacto Global de Naciones Unidas

Iniciativa de Naciones Unidas que invoca a las compañías a adoptar diez principios universales relacionados con los derechos humanos, las normas laborales, el medio ambiente y la anticorrupción. www.pactoglobal.cl

Prohumana

Fundación sin fines de lucro cuya misión es construir una cultura de responsabilidad social empresarial y ciudadana en Chile, promoviendo una actitud proactiva en las personas, instituciones y empresas, mediante la difusión de conocimientos, la creación de espacios de diálogo, y la generación de acciones específicas trisectoriales. www.prohumana.cl

Unión Social de Empresarios Cristianos, USEC

Corporación sin fines de lucro fundada en 1948 por un grupo de profesionales y empresarios católicos apoyados por el Padre Alberto Hurtado, con la misión de difundir y promover los valores cristianos para su aplicación práctica en las empresas. www.usec.cl

Perfil de Banco Santander Chile

► Desempeño Económico

El entorno económico internacional fue uno de los más complejos desde la Gran Depresión de 1930. El año comenzó con una brusca caída de la actividad en el sector real, producto de una alta incertidumbre y volatilidad asociada a las dudas respecto de la solvencia del sistema financiero internacional. La respuesta

concertada y globalizada de los Bancos Centrales y gobiernos permitió comenzar a vislumbrar un cambio de tendencia hacia mitad del año junto con una mejora en las expectativas.

En el plano local, la economía no fue inmune al escenario internacional, no

obstante se enfrentó con mejor pie la coyuntura gracias al sólido manejo macroeconómico realizado durante los últimos años. El Banco Central imprimió una fuerte política de estímulo monetario reduciendo la tasa de política monetaria desde un 8,25% hasta un mínimo histórico de 0,5%. Por su parte, el Gobierno Central

Principales Resultados e Indicadores Financieros - Banco Santander Chile

BALANCE Y RESULTADOS	2009	2008	VAR 09/08
(Millones de pesos)			
BALANCE			
Colocaciones comerciales	7.324.762	8.355.860	(12,3%)
Colocaciones para vivienda	4.159.053	3.980.556	4,5%
Colocaciones de consumo	2.244.049	2.249.138	(0,2%)
Total créditos y cuentas por cobrar a clientes (brutos)	13.727.864	14.585.554	(5,9%)
Provisiones	(349.485)	(274.205)	27,5%
Total colocaciones netas *	13.378.379	14.311.349	(6,5%)
Inversiones financieras **	2.628.629	2.746.666	(4,3%)
ACTIVOS TOTALES	20.770.996	21.082.932	(1,5%)
Depósitos totales	10.708.791	12.704.428	(15,7%)
Instrumentos de deuda emitidos	2.924.676	2.651.372	10,3%
Patrimonio	1.688.115	1.515.568	11,4%
RESULTADOS			
Ingreso financiero neto	856.516	892.066	(4,0%)
Comisiones netas	254.130	243.129	4,5%
Resultado operaciones financieras	167.128	86.435	93,4%
Ingresos operacionales	1.311.017	1.239.852	5,7%
Provisiones netas	(333.847)	(287.983)	15,9%
Gastos de apoyo y otros gastos de operación	(452.299)	(469.762)	(3,7%)
Resultado operacional	524.871	482.107	8,9%
UTILIDAD CONSOLIDADA DEL EJERCICIO	436.306	422.652	3,2%
UTILIDAD ATRIBUIBLE A TENEDORES PATRIMONIALES DEL BANCO	431.253	415.055	3,9%

* No incluye créditos interbancarios

** Incluye instrumentos para negociación e instrumentos disponibles para la venta



hizo lo suyo a través de una política fiscal fuertemente contra cíclica haciendo uso de los recursos ahorrados en los fondos soberanos. Lo anterior, junto con la reactivación del comercio mundial permitió a la economía pasar de menos a más durante el año, a pesar de lo cual se registró la primera caída del PGB desde

1999 y una contracción de la inflación de un 1,4%.

En este entorno, durante el ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2009, Banco Santander alcanzó una utilidad neta de \$ 436.306 millones, un 3,2% superior respecto al año anterior. La

cifra alcanzada nuevamente sitúa a Banco Santander a la cabeza del ranking de beneficio neto del sistema bancario chileno. El ROE, o retorno sobre el patrimonio promedio, alcanzó 27,7%, muy por sobre el promedio de nuestra competencia (esto es el sistema sin Santander), que registró un 12,6%.

INDICADORES	2009	2008	VAR 09/08
RENTABILIDAD Y EFICIENCIA			
Margen de interés neto	5,56%	6,05%	- 49 pb
Rentabilidad sobre patrimonio promedio	27,7%	30,9%	- 320 pb
Rentabilidad sobre activos promedio	2,2%	2,21%	- 1 pb
Eficiencia (costos / ingresos)	32,2%	35,7%	- 350 pb
Recurrencia (comisiones / costos)	62,3%	56,8%	+ 550 pb
CALIDAD DE LA CARTERA			
Costo del crédito (gasto en provisiones / colocaciones)	2,43%	1,97%	+ 46 pb
Cartera vencida / colocaciones	1,41%	1,1%	+ 31 pb
Provisiones / colocaciones (pérdida esperada)	2,55%	1,88%	+ 67 pb
Provisiones / cartera vencida (cobertura)	180,8%	170,5%	+ 1.035 pb
CAPITALIZACIÓN Y ESTRUCTURA DEL CAPITAL			
Patrimonio efectivo / activos ponderados por riesgo	15,6%	13,7%	+ 190 pb
Capital básico / activos ponderados por riesgo (core capital)	11,7%	9,7%	+ 200 pb
Capital básico / activos	7,6%	6,8%	+ 80 pb
Colocaciones a clientes / depósitos totales *	100,9%	93,9%	+ 700 pb
Colocaciones a clientes / activos totales	66,1%	69,2%	- 310 pb
ESTRUCTURA			
Puntos de atención	498	505	(1,4%)
Cajeros automáticos (ATMs)	1.917	1.958	(2,1%)
Empleados **	11.118	11.592	(4,09%)
Clientes ***	3.205.041	3.036.279	5,6%

* Ajustado por porción de colocaciones financiado por instrumentos de deuda emitidos.

** Incluye personal de empresas de propósito especial.

***A noviembre de 2009.

Perfil de Banco Santander Chile

El margen financiero neto, es decir, la diferencia entre los intereses y reajustes ganados en los préstamos y otros activos y los pagados en los depósitos y otras captaciones registró una caída de 4,0%. Lo anterior responde a la fuerte caída de las tasas de interés, la deflación registrada durante el año y una contracción de los préstamos, especialmente durante la primera mitad de 2009. Un sostenido foco en el crecimiento selectivo con un cuidado manejo de los spreads, permitió compensar en parte lo anterior a través de una mejora paulatina durante el año en el gasto en provisiones.

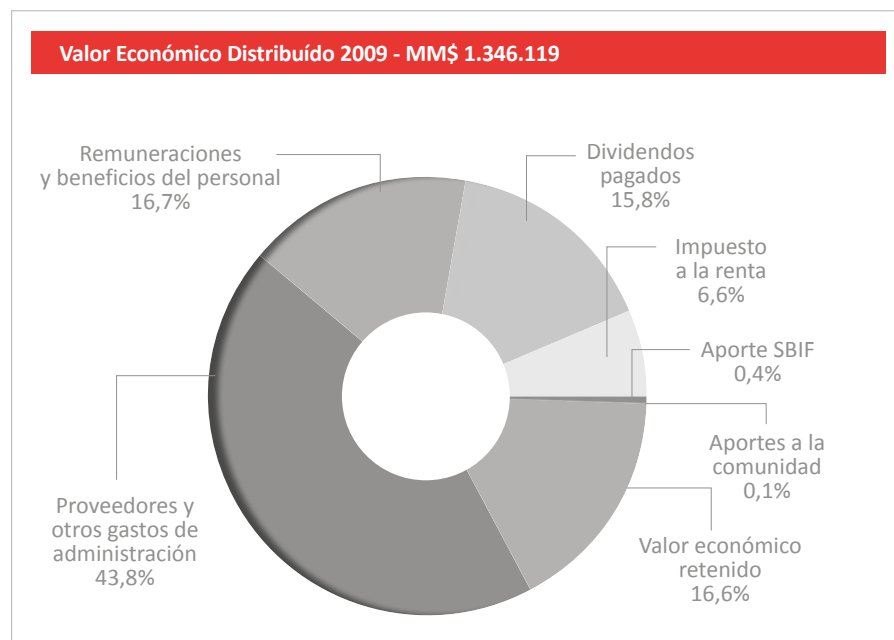
Durante 2009 el Banco hizo frente al aumento del riesgo asociado al mix de la cartera de colocaciones y el deterioro de las condiciones económicas imple-

mentando diversas políticas. Entre ellas, cabe destacar la incorporación de la red comercial directamente en la gestión de las recuperaciones y del riesgo en general, así como un cambio en el mix de crecimiento privilegiando colocaciones menos riesgosas, pero también menos rentables, como las hipotecarias.

Uno de los principales pilares del modelo de gestión de Banco Santander y parte importante de su compromiso con el desarrollo sustentable es la generación de valor en el largo plazo a la economía nacional en su conjunto. La distribución de dicho valor agregado entre los principales grupos de interés del Banco se preparó en base a los Estados Financieros Consolidados del Banco al 31 de diciembre de 2009, los cuales han sido elaborados siguiendo las nuevas

normas de contabilidad e información financiera impulsadas por la Superintendencia de Bancos en línea con la adopción de IFRS en Chile.

El valor generado y distribuido en 2009 fue de MM\$ 1.346.119. Cabe señalar que las remuneraciones y gastos del personal ascendieron a MM\$ 224.484, un 9% menos que en 2008, explicado entre otros factores por el menor gasto en incentivos variables y un menor gasto asociado a la provisión de vacaciones. Esto último responde a la política impulsada por el Banco de incentivar a los empleados a hacer uso de sus vacaciones acumuladas en el período correspondiente, en línea con los objetivos de responsabilidad social hacia los colaboradores.



► Áreas de Negocio

La gestión de negocio de Banco Santander busca construir una relación de largo plazo con sus clientes, empleados, accionistas y la sociedad en su conjunto. Para ello cuenta con más de 3.200.000 clientes, 11.118 empleados, 498 puntos de atención y 1.917 cajeros automáticos, lo que lo transforma en el mayor banco privado de Chile, con una red de distribución que cubre de Arica a Punta Arenas.

En 2009 Banco Santander redefinió su estrategia para ayudar en la reactivación de la economía y fortaleció su apoyo a los clientes, inyectando recursos en la oferta crediticia para acompañarlos en el complejo escenario de incertidumbre económica que se vivió durante el período. Se definieron diversas alternativas de acuerdo a los requerimientos de cada segmento, con foco en las pequeñas y medianas empresas.

La sólida gestión comercial y financiera se reflejó en el positivo desempeño bursátil que registró la acción de Banco Santander, que logró su máximo precio histórico al cierre del período, cumpliendo con su fuerte compromiso de generación de valor para sus accionistas. Asimismo, destaca como la empresa privada con la mejor clasificación de riesgo en Latinoamérica, igualando e incluso superando en algunos casos el riesgo soberano chileno.

BANCA COMERCIAL

PERSONAS

Segmento
Personas de ingresos medios, medio-altos y altos.
Líneas de Productos y Servicios
Cuenta corriente, tarjetas de crédito y débito, créditos de consumo, líneas de crédito de libre disposición, créditos hipotecarios, productos de ahorro e inversión.
Estrategia
Innovación constante, propuestas de valor diferenciadas y atención cercana.
Hitos y Productos Destacados 2009
<ul style="list-style-type: none">• Campaña "Alíciate" y campaña "Reactíciate".• Nueva tarjeta Santander Movistar.• Nueva tarjeta World Member, campaña Autos de Lujo en 24 cuotas sin interés.• Alivio Hipotecario Cuotón, cuyo objetivo es disminuir el dividendo del cliente por un período de 3 a 4 años.• Super Línea de Protección (SLP), línea de crédito adicional que cubre sobregiros no pactados de cheques.• Plan Viajero, campaña que entrega un bono de Kms. Lan Pass a clientes que cumplan con ciertas condiciones de vinculación.• Crédito Hipotecario Fines Generales con dividendo más bajo por los primeros 4 años.• Refinanciamiento hipotecario con pagaré, lo que permite al cliente refinanciar en 48 horas y sin tener que firmar una nueva escritura.• La Inversión Global de tu vida. Este producto es una oportunidad de inversión en el mercado mundial.• Súper IPSA. Nota Estructurada indexada al IPSA Cupón 103.• Depo Bono. Es una inversión en pesos, cuyo pago de intereses se hace al 8° día de iniciado el período de inversión.

EMPRESAS Y PYMES

Segmento

Negocios, Pymes, Empresas Red.

Hitos y Productos Destacados 2009

- Reprogramación Pyme, producto destinado a reprogramar y consolidar deudas de empresas que no cuentan con suficientes garantías.
- Campaña "Alíciate" y campaña "Reactive".
- Liderazgo en FOGAPE y FOGAIN.

UNIVERSIDADES E INSTITUCIONES

Segmento

Universidades e Institucional.

Hitos y Productos Destacados 2009

Línea de Estudios de Pregrado, para financiar arancel y matrícula de carreras universitarias, con un proceso de renovación rápido y fácil para el cliente.

SANTANDER BANEFE

Segmento

Clientes emergentes de los segmentos Personas, Nóminas (Clientes con abono de remuneraciones) y Microempresarios.

Líneas de Productos y Servicios

Medios de pago, seguros, créditos de consumo, hipotecarios, descuentos por planilla, préstamos especializados para microempresarios que responden a las necesidades específicas de capital de trabajo, inversión y maquinarias de distintos sectores económicos.

Estrategia

Negocio de consumo masivo que cuenta con una amplia red de sucursales con cobertura nacional, complementada con canales a distancia que potencian el modelo de distribución multicanal. Importantes alianzas de negocio que agregan valor a los productos a través de beneficios para los clientes.

Hitos y Productos Destacados 2009

- Implementación de Nuevo Modelo de Calidad Meta 100.
- Implementación de Nuevo Modelo de Recuperaciones integradas en la red.
- Lanzamiento de alianzas en tarjetas de crédito Santander Banefe Movistar y Casa Ximena.
- Gestión de 70.000 Clientes con Créditos Alíciate, creados para disminuir la carga financiera.
- Crecimiento de un 30% en productos Fogape (crédito con garantía estatal de hasta un 80%).
- Entrega del Premio Nacional a la Mujer Microempresaria.



SANTANDER GLOBAL BANKING & MARKETS

Segmento
Principales corporaciones y grupos empresariales de alcance global, grandes empresas representativas de diversos sectores económicos, entidades financieras internacionales e inversionistas institucionales.
Líneas de Productos y Servicios
Con presencia en 17 países del mundo y equipos - locales y globales- de 2.515 especialistas y profesionales de alto conocimiento de los mercados, Santander GBM cubre todas las necesidades de financiación, inversión y cobertura de sus clientes a través de una estructura sólida, construida sobre 6 ejes de negocio:
<ol style="list-style-type: none"> 1. Banca Transaccional Global (Global Transaction Banking): concentra las actividades de cash management y financiamiento a la exportación (trade finance). Provee servicios de financiación a instituciones y corporaciones con presencia internacional. 2. Banca Corporativa y de Inversión (Corporate and Investment Banking): integra cobertura a nivel global de grandes corporaciones e instituciones financieras, con asesoría para operaciones de Fusiones y Adquisiciones. 3. Mercados de Crédito (Credit Markets): agrupa las unidades de desarrollo y distribución de todos los productos de crédito estructurado y deuda. 4. Rates: aglutina todas las actividades de negociación en los mercados financieros de tipos de interés y tipos de cambio para clientes. 5. Equities: agrupa todos los negocios relacionados con los mercados de renta variable. 6. Tesorería y Carteras (Proprietary Trading): gestiona las posiciones de inversión de corto y largo plazo del Grupo en los distintos mercados financieros de renta fija y variable.
Estrategia
Networking global, regional y local, un activo único que permite a Santander GBM articular los principales negocios crossborder a través del trabajo de equipos altamente especializados y coordinados entre sí, capaz de identificar oportunidades de negocio a partir de un profundo conocimiento del cliente y los mercados globales.
Hitos y Productos Destacados 2009
<ul style="list-style-type: none"> • Participación en los principales negocios del año, incluyendo la compra de activos forestales a la empresa brasileña Aracruz por parte de CMPC, financiamiento de la planta de GNL de Quintero, fusión de los activos eléctricos de Codelco y GDF-Suez en el SING en Chile, adquisición de Ibener en Chile por parte de CGE Generación, Adquisición de Tucapel por la brasileña Camil, entre otros. • Principal agente colocador de las más importantes emisiones de bonos, 6 locales y 5 internacionales: Banco Santander, Southwater, Metro, entre otros. • Por sexto año consecutivo Santander GBM fue elegido el mejor equipo de Research en Chile por Institutional Investor. • Manejo activo en solución y disminución de riesgos financieros, entregando liquidez a través de todos los productos de cobertura. • Incorporación del área de Negocios Internacionales (Trade & Export Commodity Finance), cuyo primer logro fue impulsar los negocios de Export Finance. • Incremento de la cobertura del Departamento de Estudios hacia el seguimiento de los mercados de tasas de interés, derivados y cambiarios, en un año caracterizado por la volatilidad e incertidumbre de los mercados.

Perfil de Banco Santander Chile

► Reconocimientos 2009

Durante 2009 Banco Santander obtuvo importantes reconocimientos por su gestión financiera y de Responsabilidad Social Corporativa caracterizadas por un fuerte compromiso con sus audiencias más relevantes.

Acorde con este enfoque fue destacado nuevamente entre las Mejores Empresas para Trabajar en Chile, ubicándose en el décimo segundo lugar del ranking elaborado por Great Place to Work y Revista Capital. También destacó entre las 10 empresas más respetadas del país, reconocimiento que entregan Adimark y el

Mejor Banco de
Latinoamérica, por quinto
año consecutivo, América
Economía



Mejor Banco en Chile, Latin
Finance

Mejor Banco en Chile,
Euromoney



1er lugar en empresas
privadas que contribuyen a
la disminución de la brecha
digital, Fundación Chilenter



Mejor Banco en Internet para
personas en Chile por sexto
año, Global Finance

Entre las 10 Empresas
Más Respetadas del País,
Adimark- La Segunda

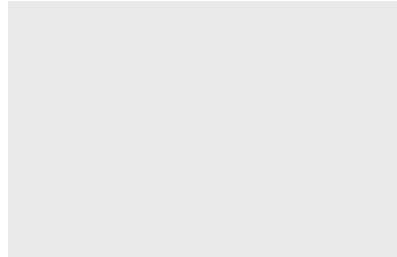
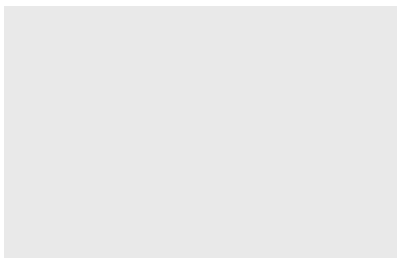
Las empresas más
RESPETADAS
2009
(En un año de CRISIS)

Mejor Banco en Chile,
Global Finance



Diario La Segunda, y fue distinguido entre las 10 empresas con Mejor Responsabilidad Social en Chile 2009 por Fundación Prohumana, Revista Qué Pasa y Confederación de la Producción y del Comercio.

Estas distinciones reafirman que la responsabilidad social y la excelencia en la gestión son valores corporativos que nos comprometen con nuestros accionistas, clientes, empleados, proveedores y de sociedad en su conjunto.

<p>Mejor Banco de la Región, Revista Poder</p>		<p>Entre las 100 Mejores Empresas del Mundo, World Finance</p>	
<p>Entre las Mejores Empresas para Trabajar en Chile, según ranking de Great Place to Work y Revista Capital</p>			<p>Mejor proveedor de servicios de cambio y negocio internacional en Chile, Global Finance</p>
<p>1er lugar en equipos de Research en Chile, Institutional Investors</p>		<p>Reconocimiento por la gestión en reciclaje de basura electrónica, entregado por empresa Recycla</p>	
	<p>Entre las 10 Empresas con Mejor Responsabilidad Social Chile 2009, Ranking Fundación Prohumana, Revista Qué Pasa y Confederación de la Producción y del Comercio</p>		
		<p>Premio a la Memoria con Mejor Contenido Financiero, Revista Gestión y PricewaterhouseCoopers</p>	

► Nuestros Accionistas

Compromiso

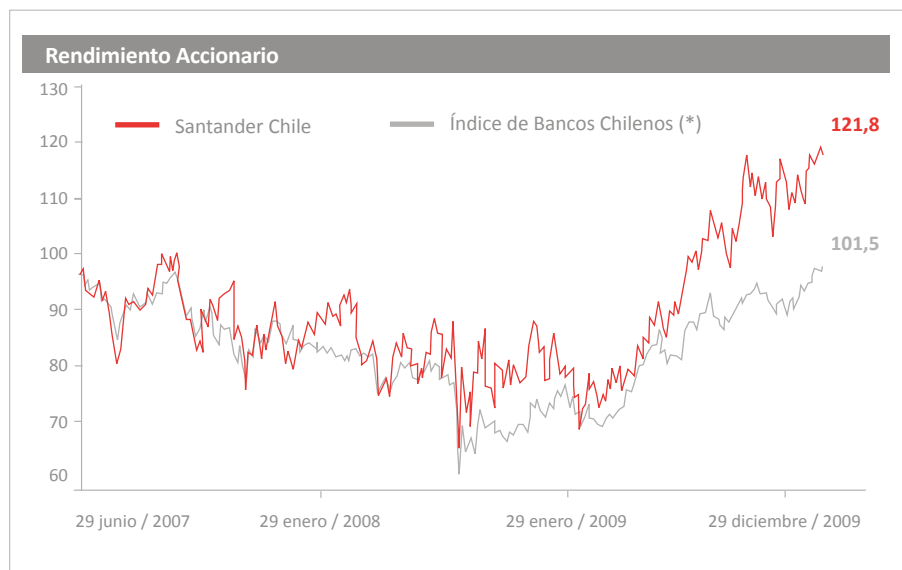
Creación de valor a mediano y largo plazo, transparencia informativa y respeto a la igualdad de derechos de todos los accionistas.



Desde el inicio de la crisis financiera, a mediados de 2007, las acciones de Banco Santander Chile han mostrado una positiva evolución, superando la trayectoria de otros bancos y del mercado accionario chileno en general.

Durante 2009 la acción del Banco registró un alza de 50% en el precio promedio anual a nivel local, cifra que llega al 55,5% por sobre el IPSA al incluir los dividendos pagados en el año. Este positivo desempeño refleja el compromiso de Banco Santander con la generación de valor para sus accionistas.

A diciembre de 2009 la acción se transaba a una relación Precio Mercado / Valor Libro de 3,6 veces, comparado con una razón Precio Mercado / Valor Libro promedio para todos los bancos que cotizan en la bolsa local de 2,12 veces. De acuerdo al ranking elaborado por Deutsche Bank, donde se



Fuente: Bloomberg y Santander Chile. * Índice de bancos excluye a Santander Chile e incluye a bancos de Chile, BCI, CorpBanca, BBVA y Security. En base 100.



Balance 2009

- Empresa privada con la mejor clasificación de riesgo de Latinoamérica.
- Entre los bancos mejor clasificados en economías emergentes.
- Rendimiento accionario por sobre el resto del sistema financiero nacional e internacional.
- Cinco clasificaciones de riesgo de agencias internacionales y locales.

Objetivos 2010

- Entregar más y mejores servicios a los inversionistas.
- Incrementar número de accionistas retail.
- Incrementar número de empleados y clientes accionistas.



Mecanismos de Diálogo

- Conferencia trimestral de la administración sobre los resultados, para inversionistas y analistas.
- Más de 300 reuniones con inversionistas y analistas en el año.
- Análisis trimestral detallado de los resultados del Banco.
- 7 publicaciones al año para accionistas, incluyendo Memoria de Sostenibilidad.
- Cobertura periódica de las operaciones del Banco por entidades bursátiles nacionales e internacionales.
- Entrega de información diaria a través de la página web.
- Envío de alertas de información financiera relevante vía e-mail.

incluyen alrededor de 205 instituciones financieras de todo el mundo, el promedio mundial del sector financiero llegó a 1,5 veces.

Información Oportuna y Permanente

Banco Santander proporciona a los mercados información sobre los acontecimientos que puedan repercutir en la valoración de sus acciones y entrega a los accionistas la información necesaria y oportuna para generar confianza y seguridad al mercado. Los canales de comunicación con que cuentan los accionistas son:

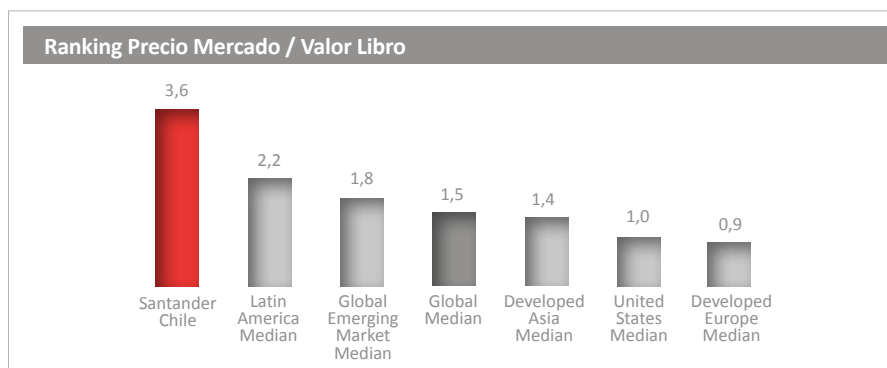
- Líneas de atención telefónica
- Buzón del accionista
- Web para accionistas
- Jornada de accionistas

Clasificaciones de Riesgo

Banco Santander es la empresa privada con la mejor clasificación de riesgo en Latinoamérica, igualando e incluso superando en algunos casos al riesgo soberano chileno. Entre las economías emergentes se ubica entre los bancos mejor clasificados. En esta línea, cuenta con cinco clasificaciones de riesgo realizadas por agencias internacionales y locales.

Clasificaciones Internacionales

Banco Santander y sus instrumentos de oferta pública son evaluados por 3 clasificadores de riesgo internacionales. En la actualidad las empresas que clasifican al Banco son Moody's, Standard & Poor's y Fitch Ratings. Los ratings de Banco Santander



Fuente: DB Global Banks – Global Valuation matrix (31 de diciembre, 2009)

Chile son los más altos para una empresa en la región.

Clasificaciones Nacionales

El Directorio de Banco Santander ha nombrado a las firmas Fitch Ratings Ltda. y a Feller Rate Clasificadora de Riesgo Ltda. para clasificar los instrumentos de oferta pública emitidos por la Institución.

Clasificaciones Nacionales	Fitch Ratings	Feller Rate
Acciones	Nivel 2	1CN1
Depósitos de Corto Plazo	N1+	Nivel 1+
Depósitos de Largo Plazo	AAA	AAA
Letras de Crédito	AAA	AAA
Bonos	AAA	AAA
Bonos Subordinados	AA+	AA+
Perspectiva	Estable	Estable

Clasificaciones Internacionales

Moody's	
Depósitos Bancarios de LP	A1
Perspectivas	Positivas
Deuda Senior	Aa3
Deuda Subordinada	A1
Solvencia Financiera	B-
Corto Plazo	P-1
Perspectivas	Estables

Fitch	
LP Moneda Extranjera	A+
LP Moneda Local	A+
CP Moneda Extranjera	F1
CP Moneda Local	F1
Perspectivas	Estables
Standard & Poor's	
LP Moneda Extranjera	A+
LP Moneda Local	A+
CP Moneda Extranjera	A-1
CP Moneda Local	A-1
Perspectivas	Estables

Una Estructura Sostenible

► Gobierno Corporativo

Compromiso

Mantener los más altos estándares de gobierno corporativo a través de un Directorio mayoritariamente externo, de reconocida independencia, que vela por la transparencia y rigurosidad en la gestión integral del Banco.



Directorio Profesional e Independiente

El Gobierno Corporativo se estructura a través de un Directorio integrado por once miembros, tres de los cuales son ejecutivos del Grupo y ocho son personas externas de reconocido prestigio e independencia.

Cada uno de ellos aporta a la buena marcha de la institución desde su ámbito de especialidad y además integran diversos comités de trabajo donde se informan en detalle de la gestión de la empresa.

A fines de 2009 se incorporó al Directorio Oscar von Chrismar Carvajal, quien fue nombrado Segundo Vicepresidente, en reemplazo de Juan Manuel Hoyos, quien pasó a ocupar el cargo de Director Suplente.

Directores	Cargo	Externo
Mauricio Larraín Garcés	Presidente	No
Jesús María Zabalza Lotina	Primer Vicepresidente	No
Oscar von Chrismar Carvajal	Segundo Vicepresidente	No
Víctor Arbulú Crousillat	Director	Sí
Claudia Bobadilla Ferrer	Directora	Sí
Marco Colodro Hadjes	Director	Sí
Vittorio Corbo Lioi	Director	Sí
Roberto Méndez Torres	Director	Sí
Carlos Olivos Marchant	Director	Sí
Lucía Santa Cruz Sutil	Directora	Sí
Roberto Zahler Mayanz	Director	Sí



Balance 2009

- Establecimiento de nuevas normas y estándares más exigentes para la prevención de blanqueo de capitales.
- Código de Conducta suscrito por 582 empleados del Banco, relacionados con el mercado de valores, para prevenir conflictos de interés y uso de información privilegiada.
- Doce sesiones del Comité de Directores y Auditoría.

Objetivos 2010

- Adecuación a la nueva Ley de Gobiernos Corporativos.

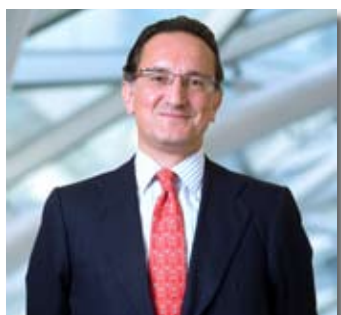
Banco Santander se rige por los más altos estándares internacionales en materia de Gobierno Corporativo con la transparencia como uno de sus principios fundamentales.

Directorio



Mauricio Larraín Garcés / Presidente

Director General del Grupo Santander en Chile desde 1992 y Presidente de Banco Santander desde el año 2002. Es Director de la Bolsa de Comercio de Santiago y de la Asociación de Bancos e Instituciones Financieras; miembro del Consejo Consultivo de Fundación Paz Ciudadana; ex Presidente del Instituto de Capacitación y Administración Racional de Empresas, ICARE. Fue Intendente de Bancos; Gerente de Deuda Externa del Banco Central de Chile y Especialista Financiero Senior del Banco Mundial. Es Abogado, egresado del programa de Magíster en Economía de la Pontificia Universidad Católica de Chile y Master en Derecho de la Universidad de Harvard.



Jesús María Zabalza Lotina / Primer Vicepresidente

Desde 2002 es miembro de la Junta de Directores de Banco Santander Puerto Rico y Banco Santander Colombia. También es Presidente del Consejo de Auditoría de Santander Colombia. Desde julio de 2002 es Director General de Banco Santander S.A., responsable de América Latina. Antes de unirse a Santander trabajó en La Caixa, Caja de Ahorros y Pensiones de Barcelona, desempeñándose como Director Adjunto y Director de Territorial Centro desde 1996 hasta 2002. Asimismo, fue director General de Caja Postal y Director General del Banco Hipotecario y Caja Postal desde 1992 hasta 1996. Desde 1982 hasta 1992 ocupó varios puestos en el Banco de Vizcaya como Director de Banca Comercial, Director de Servicios Centrales y Director de Área. Fue Consejero de e-La Caixa, Telefónica Factoring, S.A., Adeslas y Terra, además de Patrono de la Fundación Padre Garralda.



Oscar von Chrismar Carvajal / Segundo Vicepresidente

Ingresó a Banco Santander en 1990, ocupando el cargo de Subgerente General del Área Financiera de la entidad. Entre 1995 y 1996 fue Gerente General de Banco Santander en Perú. En 1997 asumió como Gerente General de Santander en Chile, cargo que dejó en diciembre de 2009, para incorporarse al Directorio. Cuenta con más de 25 años de experiencia en la banca. Antes de ingresar al Grupo Santander se desempeñó como Gerente de la División Financiera de Morgan Bank y Gerente del Área Financiera de ING Bank. Es Ingeniero Civil de la Universidad de Santiago, con estudios de especialización en Estados Unidos y Europa.



Marco Colodro Hadjes / Director

Ha sido Vicepresidente y miembro del Consejo Directivo de Banco Estado; Director de la Corporación Nacional del Cobre, Codelco; y Presidente del Directorio de Televisión Nacional de Chile. Actualmente es Director Titular de Telefónica Chile S.A. Es Ingeniero Comercial de la Universidad de Chile y tiene estudios de post grado en la Ecole Pratiques des Hautes Etudes en la Universidad de París.



Víctor Arbulú Crousillat / Director

Ha trabajado para JP Morgan por más de 25 años en Europa, Estados Unidos y Latinoamérica. Fue Managing Director de JP Morgan, miembro de su Comité de Dirección para Europa y responsable de las actividades del Banco en México, Centro América, el Caribe y Chile; y Ejecutivo Máximo para España y Portugal. Antes de incorporarse a JP Morgan fue funcionario del Banco Interamericano de Desarrollo en Washington D.C. y trabajó como consultor y ejecutivo de empresas en España y Latinoamérica. Tiene un título de Ingeniería y de Maestría en Administración de Negocios.



Roberto Méndez Torres / Director

Es Director y Presidente de Adimark GfK Chile. También se desempeña como Vice-Presidente de Universia y Director de la Cámara Chileno-Alemana de Comercio. Es ex-Presidente de Icare, Instituto de Capacitación y Administración Racional de Empresas. Es Profesor Titular de la Escuela de Economía y Administración de la Pontificia Universidad Católica de Chile y autor de numerosos artículos en temas relativos a los cambios sociales, opinión pública e investigación de mercados. Es columnista habitual de revista El Sábado de El Mercurio. Obtuvo los grados académicos de Ph.D. y MBA de Stanford University, con especialización en Investigación del Consumidor. Es Ingeniero Comercial de la Pontificia Universidad Católica de Chile.



Claudia Bobadilla Ferrer / Directora

Gerente General de la Fundación País Digital, principal institución chilena dedicada a la promoción del desarrollo de una cultura digital en el país. Es miembro del Círculo de Innovación y Tecnología de ICARE, Instituto de Capacitación y Administración Racional de Empresas. Directora Ejecutiva del Comité Chile - Japón Siglo XXI, Consejera de la Fundación Chilena del Pacífico, Consejera del Proyecto Astronómico ALMA y Consejera del Movimiento Educación 2020. Fue una de las fundadoras y Presidenta de la Corporación Comunidad Mujer. También fue Directora de Asuntos Jurídicos de Terra Networks Chile S.A. Es Abogado de la Universidad Diego Portales.



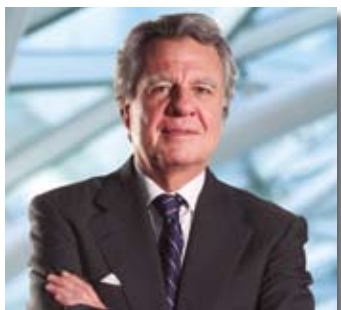
Vittorio Corbo Lioi / Director

Fue Presidente del Banco Central de Chile entre mayo de 2003 y diciembre de 2007. Actualmente es miembro del Consejo Consultivo del Stanford Center for International Development y del Consejo Consultivo del Economista Jefe del Banco Mundial. También es miembro del Consejo Directivo de la Fundación Chilena Pacífico y del Consejo Asesor Internacional del Center for Social and Economic Research (CASE) en Varsovia, Polonia. Asimismo, desde marzo de 2008 es Investigador Asociado Senior del Centro de Estudios Públicos. Es también Presidente de ING Seguros, miembro de diversos directorios de destacadas empresas y miembro del Directorio de Chile Transparente. Es Ingeniero Comercial de la Universidad de Chile y Doctor en Economía del MIT.



Lucía Santa Cruz Sutil / Directora

Es Historiadora y Master en Filosofía de la Universidad de Oxford, Decana de la Facultad de Artes Liberales de la Universidad Adolfo Ibáñez y miembro del Directorio de ICARE, Instituto de Capacitación y Administración Racional de Empresas, de la Compañía de Seguros Generales y de Vida La Chilena Consolidada, de la Fundación Minera Escondida, del Consejo Asesor de Nestlé Chile y de la Fundación Educacional Santa Teresa de Ávila. Pertenece al Consejo de Autorregulación de las Compañías de Seguros.



Carlos Olivos Marchant / Director

Es socio de la firma de abogados Guerrero, Olivos, Novoa y Errázuriz. Fue elegido Director de Banco Santiago el 15 de abril de 1987 y fue Presidente del Directorio de la entidad desde el 18 de mayo de 1999 hasta el 31 de julio de 2002. También ha sido Fiscal del Banco Central de Chile y Presidente del Directorio de Banco Osorno. Es Abogado de la Universidad de Chile y tiene una maestría en Jurisprudencia de la Escuela de Derecho de la Universidad de Nueva York.



Roberto Zahler Mayanz / Director

Es Presidente de la empresa consultora Zahler&Co. y miembro del Comité Latinoamericano de Asuntos Financieros (CLAAF). Fue Presidente del Directorio de Siemens – Chile, Director de Air Liquide – Chile, Director del Banco Santiago y Profesor Visitante en el Fondo Monetario Internacional (FMI). Entre 1991 y 1996 fue Presidente del Banco Central de Chile. Es consultor del Banco Mundial, Banco Interamericano de Desarrollo, Banco Internacional de Pagos de Basilea y del FMI. Ha provisto de asistencia técnica a Bancos Centrales y/o Ministerios de Finanzas de la mayor parte de América Latina, Indonesia, Kosovo y Tailandia. Es autor de más de noventa artículos en libros y revistas chilenas e internacionales. Master de la Universidad de Chicago e Ingeniero Comercial con mención en Economía de la Universidad de Chile, institución en la que ha sido Profesor de Macroeconomía, Economía Internacional y Teoría y Política Monetaria.



Juan Manuel Hoyos Martínez / Director Suplente

En 1978 ingresó a McKinsey, firma en la que ha desarrollado toda su carrera profesional y de la que es Director. Fue el máximo responsable de McKinsey & Company en España entre los años 1997 y 2003. Asimismo, se desempeñó como Presidente del Comité de Clientes del Consejo de Administración de la firma. El enfoque principal de su carrera ha sido en las áreas de estrategia y organización de grandes empresas. Se ha desarrollado principalmente en España, Estados Unidos, Latinoamérica, Reino Unido, Portugal y África. Es Economista de la Universidad Complutense de Madrid. Posee un MBA en Finanzas y Contabilidad de la Universidad de Columbia, Nueva York.



Raimundo Monge Zegers / Director Suplente

Se desempeña como Director Corporativo de Planificación Estratégica y Financiera y Gerente General de Santander Chile Holding, entidad que agrupa las inversiones del Grupo Santander en Chile. Es responsable del manejo financiero de las inversiones de la sociedad y de la coordinación y seguimiento de la estrategia global del Grupo. Con anterioridad ejerció otras funciones dentro del Grupo Santander Chile, al cual ingresó en 1991 proveniente del Banco Central, entre ellas, Director Financiero y Gerente de Planificación y Estudios. Es Ingeniero Comercial de la Pontificia Universidad Católica de Chile y tiene un MBA otorgado por la Universidad de California, Los Ángeles (UCLA).

Pilares del Gobierno Corporativo

Banco Santander adscribe a los más altos estándares internacionales en el ámbito de Gobierno Corporativo y Transparencia y cuenta con cinco clasificaciones de riesgo realizadas por agencias internacionales y locales.

Una de sus principales preocupaciones es el acceso y entrega oportuna de la información relevante al mercado y a sus accionistas, para lo cual dispone de diversos canales de comunicación.

En enero de 2010 comenzó a regir en el país la nueva Ley de Gobiernos Corporativos que entre otras materias aborda la independencia de los miembros del Directorio, exigencia que Banco Santander cumplía de antemano, pues se rige por estándares internacionales. Los pilares de Gobierno Corporativo son los siguientes:

- Directorio conformado mayoritariamente por profesionales externos a la administración.
- Suscripción de un Código de Conducta para prevenir conflictos de interés y uso de información privilegiada, que se aplica aproximadamente a 582 empleados de la Organización que se relacionan con el mercado de valores.
- Aplicación de normas estrictas a los empleados que operan en el mercado de valores.

- Activa participación de los directores en principales comités de gestión del Banco.
- Principales decisiones crediticias y de mercado adoptadas en comités.
- Área de auditoría interna plenamente independiente de la administración.
- Cumplimiento de las medidas exigidas por la Ley Sarbanes Oxley (SOX) de Estados Unidos.
- Adopción de criterios de Basilea II.
- Estricta segregación de funciones comerciales y operativas.
- Igualdad de derechos para todos los accionistas: una sola serie de acciones, una acción, un voto en las juntas de accionistas.

Oportunidad en la información

Banco Santander proporciona a los mercados información acerca de cualquier acontecimiento que pueda tener repercusión sobre la valorización de sus acciones y se asegura que los accionistas cuenten con la información necesaria y oportuna a través de las siguientes instancias:

- Conferencia trimestral de la Administración

sobre los resultados del Banco abierta a inversionistas y analistas.

- Análisis trimestral detallado publicado antes de 30 días del cierre de cada trimestre.
- Siete publicaciones al año para accionistas: Memoria Anual, Memoria de Sostenibilidad, Informe 20F y cuatro informes financieros trimestrales.
- Amplia y periódica cobertura de las operaciones del Banco por parte de entidades bursátiles nacionales e internacionales líderes.

Principales Comités

- **Comité de Directores y Auditoría:** su principal función es apoyar al Directorio en la supervisión y mejoramiento continuo de los controles internos, así como examinar los informes de los auditores internos y externos, el balance y demás estados financieros y pronunciarse respecto de éstos antes de su presentación a los accionistas para su aprobación, informando al Directorio. También es responsable de analizar las observaciones efectuadas por los organismos reguladores. Asimismo, recomienda al Directorio el nombramiento de los auditores externos y clasificadores privados de riesgo, que luego son designados por la Junta Anual de Accionistas. Revisa además los antecedentes relativos a las operaciones en el Título XVI de la Ley





de Sociedades Anónimas, que tratan de las transacciones con partes relacionadas. Este comité realizó 12 sesiones durante 2009.

- **Comité ALCO:** es la instancia responsable de las políticas, procedimientos y límites respecto de los riesgos de mercado y del monitoreo del desempeño de éstos a la luz de los riesgos asumidos. Por recomendación de este comité, el área de Riesgos de Mercado y la Tesorería del Banco llevan un control diario de los riesgos, tanto transaccionales como no transaccionales. Entre los temas analizados durante las 9 sesiones efectuadas en 2009 está la revisión de las expectativas macroeconómicas, los límites financieros para el período, monitoreo activo de la crisis en los mercados internacionales, estructura de fondeo y capitalización del Banco, y el plan financiero 2009.

- **Comité de Mercados:** analiza todas las posiciones y estrategias de los libros de negociación del Banco, lo que incluye la cartera de inversiones propia, más los derivados. Su foco está puesto en las estrategias de corto plazo para las posiciones direccionales y el market making. El comité tiene periodicidad semanal.

- **Comité Ejecutivo de Créditos:** revisa y aprueba la cartera de colocaciones que ha sido propuesta por el Comité de Créditos Carterizados del Banco, teniendo en consideración los límites de exposición permitidos por la Ley General de Bancos y las políticas internas de la Organización. Este Comité sesionó 23 veces durante el año 2009.

- **Comité de Análisis y Resolución, CAR:** es el organismo interno de supervisión en materias de prevención de blanqueo de capitales, con competencia a nivel del Banco y Filiales, integrado por los principales ejecutivos del grupo y por un representante del Directorio, el cual es presidido por el Director Jurídico Corporativo. Sus funciones básicas son: aprobar y supervisar el cumplimiento de las políticas, normas y procedimientos de prevención; asignar los recursos y organización para que efectúen esta labor, y resolver sobre aquellas operaciones sospechosas que deban ser comunicadas a los organismos que contempla la ley. Durante el año 2009 sesionó en 7 oportunidades.

- **Comité Tecnológico:** su objetivo es analizar los proyectos tecnológicos relevantes para el apoyo del negocio y el mejoramiento de la atención a los clientes, buscando eficiencias y diferenciación. Entre los temas abordados por esta instancia destacan el Plan Informático Anual, automatización de procesos claves, innovación en materia de telecomunicaciones, seguridad de información, inteligencia de negocios y nuevas tendencias tecnológicas. Se reúne con frecuencia bimestral y en 2009 se efectuaron 5 sesiones.

- **Comité de Marketing y Comunicaciones:** su objetivo es revisar todas las materias relativas a productos, imagen corporativa, publicidad y comunicaciones de Banco Santander. Sesionó 4 veces en el año 2009.

- **Comité Universidades:** realiza el seguimiento a la evolución de este segmento y efectúa recomendaciones para su desarrollo estratégico. Entre los temas tratados en 2009 destacan los desafíos para el año, las acciones para concretarlos, y el Programa de Apoyo a la Educación Superior (PAES). Se efectuaron 2 sesiones durante el período analizado.

Dirección de Cumplimiento

La Dirección de Cumplimiento comenzó a operar el año 2002 y es responsable de velar por la implantación y seguimiento del Código de Conducta en el Mercado de Valores. Es supervisada por el Comité de Cumplimiento Normativo que integran las más altas autoridades del Banco Santander. Sus funciones son la interpretación, gestión y supervisión de las normas contenidas en el Código de Conducta en el Mercado de Valores y la resolución de potenciales conflictos derivados de su aplicación.

Actualmente hay 582 empleados del Grupo sujetos a este código. Cada persona afecta realiza una declaración por escrito de todos sus posibles conflictos de interés y debe poner en conocimiento de esa Dirección cualquier situación que lo amerite.

La Dirección de Cumplimiento monitorea el uso de información privilegiada y el manejo de conflictos de interés a través de los Responsables de Cumplimiento. Estos han sido

designados por el Comité de Cumplimiento Normativo y controlan de manera directa 17 áreas separadas del Banco.

También actúa como Secretaría del Comité Local de Productos.

Prevención de Blanqueo de Capitales

Grupo Santander mantiene un fuerte compromiso para prevenir el blanqueo de capitales y financiación del terrorismo, lo que se refleja en procedimientos a escala global que se aplican en todas sus sociedades filiales en el mundo. Ello, en línea con las directrices del Grupo de Acción Financiera Internacional (GAFI), del Comité de Basilea de Supervisión Bancaria, de la Directiva sobre el Blanqueo de Capitales de la Unión Europea y de la USA Patriot Act.

En Chile, como consecuencia de la publicación de la Ley 20.119, que determinó nuevas atribuciones para la Unidad de Análisis Financiero, incorporando un mayor número de entidades como sujetos obligados, se introdujeron modificaciones en la materia que permitieron a nuestro país un mayor alineamiento con las normas y prácticas internacionales sobre la Prevención y Blanqueo de Capitales.

Para cumplir con estas exigencias, Banco Santander tiene una unidad especializada dedicada a gestionar los sistemas de prevención, denominada Unidad de Prevención Blanqueo de Capitales (UPBC). Sus funciones principales son:

- Prevención y detección de operaciones sospechosas de lavado de dinero.
- Implantación y desarrollo constante de herramientas tecnológicas de monitoreo y control de estas operaciones (Sistemas BlanCa I y II).
- Capacitación permanente de los empleados del Grupo.
- Presentación periódica al Comité de Análisis y Resolución (CAR) de todas aquellas materias que requieran de su aprobación.
- Presentación anual de los resultados de su gestión al Directorio del Banco.

Administración

La Administración en Banco Santander está integrada por un equipo de ejecutivos altamente calificados, con una larga trayectoria en el sector financiero y un conocimiento profundo del negocio bancario. Al 31 de diciembre de 2009 este equipo estaba constituido por 16 profesionales.

**Francisco
Murillo Quiroga**

Director Corporativo de
Recursos Humanos

**José Manuel
Manzano Tagle**

Director Corporativo
de Riesgos

**Juan Carlos
Chómali Acuña**

Gerente
División Comercial

**Miguel
Mata Huerta**

Gerente Estrategia y
Seguimiento Comercial



**Juan Pedro
Santa María Pérez**

Director Jurídico

**Elke
Schwarz Kusch**

Directora de Comunicaciones
Corporativas y RSE

**Claudio
Melandri Hinojosa**

Gerente General

**Juan
Fernández Fernández**

Director de Medios

(*) Oscar von Chrismar ocupó la Gerencia General de Banco Santander hasta fines del año 2009, fecha en que se incorporó al Directorio como segundo Vice Presidente. Claudio Melandri asumió como Gerente General a contar del 1 de enero de 2010.

Durante el año 2009 se ajustó la estructura de negocio para adecuarla a los nuevos desafíos comerciales, y aprovechar las sinergias entre las distintas áreas, lo que significó la incorporación de la División Empresas a Banca Comercial.

**Emiliano
Muratore Raccio**
Gerente
Gestión Financiera

**Enrique
Espinoza Villalobos**
Gerente
Red de Sucursales

**José Luis
Silva Carramiñana**
Gerente General
Santander Banefe

**Gabriel
Montoya Benavides**
Controller Financiero



**Ignacio
Centenera Galán**
Director Auditoría

**Marco
Castagnola Galinovic**
Gerente
Medios de Pago

**Joaquín
Quirante Pizarro**
Director General
Santander GBM

**Max
Winter Garcés**
Director Corporativo
Clientes y Calidad

Una Estructura Sostenible

► Nuestros Profesionales

Compromiso

Ofrecer a los empleados el mejor lugar para trabajar, con la meritocracia como motor del desarrollo profesional, buscando conciliar la vida laboral y personal.



Banco Santander asigna un valor estratégico a la gestión de recursos humanos bajo el convencimiento de que la excelencia de una empresa tiene directa relación con las personas que la conforman, y por eso centra sus esfuerzos en atraer y retener a los mejores profesionales, aplicando criterios de no discriminación e igualdad de oportunidades.

A través del Modelo Corporativo de Recursos Humanos plantea el desarrollo integral de la persona como centro de su gestión. Los principios básicos que rigen este modelo son:

- Cultura del mérito.
- El rol de las personas como factor fundamental del éxito de la empresa.
- Activa participación de los supervisores en la gestión de los equipos.



Generación de empleo
11.118 puestos de trabajo.



Capacitación y desarrollo de talentos
Inversión anual en capacitación
MM\$1.330.



Evaluación y compensaciones
98,7% de los empleados participó en la evaluación de desempeño.



Incentivos y beneficios
En 2009 el 95% de los empleados recibió algún tipo de incentivo por concurso de resultados o meritocracia.



Balance 2009

- Más de MM\$ 1.330 invertidos en capacitación.
- 76% del personal participó en programas de formación y desarrollo.
- Entre las "Mejores empresas para trabajar en Chile" según Great Place to Work Institute y revista Capital. 12° lugar en ranking global.

Objetivos 2010

- Ampliar y profundizar el modelo de meritocracia.
- Continuar reforzando las políticas de conciliación de la vida profesional y familiar.
- Potenciar a los supervisores en el liderazgo y gestión de sus equipos.
- Profundizar el Modelo Corporativo de Recursos Humanos.



Mecanismos de Diálogo

- Participación en ranking de Great Place to Work y revista Capital de Mejores Empresas para Trabajar en Chile.
- Evaluación de desempeño en la que participó el 98,7% de los empleados.
- Encuesta de clima laboral.
- Canales de comunicación institucionales.
- Reuniones mensuales con equipos.

Factores Claves de Éxito

Meritocracia: el esfuerzo y logros de los objetivos organizacionales son reconocidos y premiados.

Modelo Integrado de Recursos Humanos: los subsistemas de RRHH están alineados con la estrategia de negocio y se encuentran integrados entre sí a través de un modelo de competencias que alimenta las descripciones de cargos.

Participación de la alta administración en la gestión de las personas: los directivos cumplen un activo rol en la formación y desarrollo de sus equipos.

Perfil de Nuestros Profesionales

En 2009 Banco Santander otorgó empleo a más de 11.118 personas, siendo considerada una de las principales fuentes laborales del país. De este total un 45,6% son hombres y un 54,4% mujeres. Se trata de un grupo de profesionales con una edad promedio de 37 años y altamente calificada, ya que un 45,4% tiene formación universitaria.

Además de las competencias técnicas, Banco Santander ha definido ciertas pautas para atraer y seleccionar profesionales enfatizando valores como la proactividad, liderazgo, capacidad de innovación, orientación al cliente, focalización a los resultados, vocación de servicio y altos estándares éticos.

Formación y Desarrollo de Talentos

La retención de talentos y la innovación en las prácticas de administración de Recursos Humanos son consideradas por Santander como desafíos permanentes para mantener su relevancia y posición de liderazgo, poniendo a las personas en el centro de su modelo de gestión. Bajo este concepto se



entiende que los equipos motivados tienen un impacto directo en la excelencia en el desempeño, la calidad del servicio entregado y el logro de los resultados esperados.

Para cumplir estos objetivos, Banco Santander ha diseñado tres tipos de programas de capacitación:

1. Plan corporativo, transversal a la organización.
2. Programas de negocio, acorde a los requerimientos de cada área.
3. Programas de perfeccionamiento, pre y post grado, magíster y diplomados.

La inversión en programas de formación ascendió a M\$ 1.330.546 millones en 2009 y en ellos participó un 76% de los empleados.

Entre los programas orientados a desarrollar las habilidades profesionales y fomentar la empleabilidad, destacan los señalados en el cuadro Programas de formación y desarrollo

Movilidad Profesional

Asimismo, Banco Santander promueve la movilidad interna de sus empleados generando alternativas que les permitan avanzar en su trayectoria profesional. En 2009 esto se vio reflejado en la promoción de 1.200

empleados al interior de la organización, 694 de los cuales pudieron acceder a cargos de jefatura. De esa cifra, 354 son hombres y 340 mujeres.

También los prepara para acceder a puestos de responsabilidad, a través de programas diseñados expresamente para acelerar la evolución de carrera de profesionales con alto potencial. Entre estos destacan:

- **Programa de futuros directivos, FUDIS:** entrega la posibilidad de trabajar en el extranjero con miras a una carrera internacional dentro del Grupo, en países de la División América.

Programas de Formación y Desarrollo	Características	Nº de Participantes
Programa Alas	• Permite que cada persona pueda identificar su propia oferta de valor, habilidades y áreas de desarrollo y desplegar competencias para el trabajo en equipo.	68
Programa Delta	• Orientado a aumentar su aporte de valor al Grupo, ser mejores implementadores del cambio, y efectivos en el trabajo de equipo.	41
Líderes	• Entrega herramientas a los supervisores para un buen manejo en la gestión de personas.	1.750
Idiomas	• Potencia las habilidades de idiomas en aquellos cargos que lo requieren, con el fin de optimizar el desempeño laboral.	150
Entrénate	• Amplia oferta de cursos presenciales y de e-learning a los que pueden inscribirse a través de Intranet.	12.000

Indicadores de Desempeño Laboral	2009	2008
Número de empleados	11.118	11.592
Promedio de antigüedad (años)	8,3	7,6
Edad promedio de la plantilla (años)	37,4	36,7
Rotación media de la plantilla	7,2%	19,0%
Porcentaje de hombres	45,6%	45,8%
Porcentaje de mujeres	54,4%	54,2%
Porcentaje de hombre y mujeres en equipos directivos	5,7%	5,6%
Nuevas contrataciones	896	1.741
Promociones % sobre la plantilla	10,2%	9,1%
Porcentaje de empleados con contrato indefinido	100,0%	97,9%
Porcentaje de empleados a tiempo completo	100%	100%
Porcentaje de empleados con titulación universitaria	45,4%	44,6%
Ratio Salarial entre hombres y mujeres (para puestos de igual responsabilidad)	1/1	1/1

- **Santander Training Executive Programme, STEP:** entrega a jóvenes profesionales la oportunidad de desarrollar una carrera internacional en países donde Santander está presente.

- **Pasantías:** las personas con desempeño destacado tienen la oportunidad de realizar pasantías internacionales para intercambiar conocimientos.

Evaluación y Compensaciones

Una vez al año los empleados de Banco Santander tienen la oportunidad de conocer sus avances a través de una evaluación de desempeño. Para esto se aplica una metodología basada en parámetros previa-



Política de Reconocimientos

Otro aspecto al que Banco Santander asigna gran relevancia es al reconocimiento del esfuerzo de sus empleados. En 2009 creó un nuevo programa denominado "Anímate a más". Se trata de una aplicación en intranet que permite a los superiores reconocer públicamente los logros profesionales de aquellos colaboradores que destaquen en su trabajo diario.

Conductas Reconocidas	Empleados premiados en 2009
Esfuerzo y superación	62
Actitud de cooperación y disposición, trabajo en equipo	583
Cumplimiento, eficiencia, excelencia en la gestión, responsabilidad	1.041
Compromiso	153
Apoyo en formación	56
Aporte al clima laboral	67
Iniciativa, proactividad	31
Otros	139
Total reconocimientos	2.132

Indicadores de Formación	2009	2008	2007
Inversión Anual (M\$)	1.330.546	1.532.035	1.922.829
Inversión en formación y desarrollo/ masa salarial	0,89%	1,0%	1,5%
Horas de formación por empleado desglosado por categorías de empleados			
• Administrativos	22	26	34
• Profesionales	21	27	33
• Supervisores	21	27	33
Porcentaje de participantes sobre planilla	76%	79%	73%
Porcentaje de actividades de formación on line	24%	24%	32%
Distribución de participantes por segmento			
• Administrativos	54%	53%	58%
• Profesionales	33%	36%	33%
• Supervisores	13%	11%	9%
Evaluación de satisfacción de los participantes (de 1 a 7)	6,59	6,52	6,56
Total horas lectivas	271.586	239.779	220.646

Apoyo en un Contexto de Crisis

En 2009 Banco Santander impulsó varias medidas para brindarle apoyo a sus empleados durante un año marcado por la crisis internacional. Entre ellas destacan:

- Programa "Alíviate" destinado a refinanciar las deudas con el Banco y otras entidades a tasas preferenciales. Incluye un millón de UF pre-aprobadas en créditos hipotecarios.
- "Ahorro compartido", programa de ahorro voluntario, a través de tres alternativas de fondos mutuos, en el que el Fondo de Bienestar iguala el aporte mensual del empleado.
- Se invirtieron \$197 millones en becas técnicas y profesionales para empleados, lo que representó un 43% de aumento respecto al año anterior.
- Aumento del sueldo mínimo de ingreso a \$380 mil bruto, 2,3 veces el mínimo establecido en el país.



Semana Santander eres tú

Entre el 1 y el 6 de junio se celebró la semana Santander eres tú, una iniciativa dirigida a los empleados que se realiza de manera simultánea en todos los países del mundo para fomentar el sentido de pertenencia a la empresa.

En ella se invita a los empleados a informarse sobre las actividades de responsabilidad social que desarrolla Santander y se promueve la participación en proyectos solidarios.

En nuestro país esta celebración estuvo marcada por actividades solidarias y deportivas, en las que participaron más de 6 mil personas, incluyendo empleados y sus familias. El símbolo fue la polera solidaria, que se utilizó para recaudar fondos que se destinaron a distintas fundaciones apoyadas por Banco Santander.

mente definidos que mide factores como trabajo en equipo, iniciativa y flexibilidad. Este proceso permite identificar necesidades de formación, gestionar oportunidades profesionales y definir acciones para mejorar el desempeño individual. En 2009 un 98,7% de los empleados participó en esta evaluación.

También se aplica una evaluación ascendente para los supervisores por parte de sus subordinados y en ella participan todos los empleados del Banco. En el período, 1.479 supervisores fueron evaluados por sus equipos.

La evaluación de desempeño permite definir las compensaciones que aplica el Banco a partir de un valor esencial: la Meritocracia. También toma en cuenta la función que realiza cada persona, su nivel de responsabilidad, las referencias del mercado y los resultados obtenidos por la organización.

Las compensaciones consideran una remuneración equitativa y competitiva a nivel de mercado, bonos e incentivos para todos sus empleados, además de un completo paquete de beneficios:

- **Retribución fija:** competitiva y vinculada al trabajo individual y valores de mercado.
- **Retribución variable:** en función de criterios como logros individuales, del área y resultados del Banco.

Principales Beneficios

Bonos e Incentivos	<ul style="list-style-type: none"> • Por cumplimiento de metas de negocios, bonos de Fiestas Patrias, Navidad, matrimonio, vacaciones, nacimientos o adopción.
Beneficios Académicos	<ul style="list-style-type: none"> • Premio Excelencia Académica a los hijos de funcionarios que tienen un rendimiento destacado. 2.307 alumnos fueron premiados en 2009. • Becas para funcionarios que estudian carreras técnicas o universitarias y destacan por su rendimiento. • Becas para hijos universitarios con rendimiento destacado, con mejores puntajes PSU, bonos de escolaridad y bono para preuniversitario. 9.837 estudiantes favorecidos en 2009.
Programa "Tu Salud nos Importa"	<ul style="list-style-type: none"> • Convenios colectivos con Isapres que incluye beneficios adicionales. • Seguros complementarios de salud. • Fondos para salud y sobrevivencia. • Exámenes preventivos, convenios con centros médicos y dentales, campaña de vacunación antigripal.
Santander Contigo	<ul style="list-style-type: none"> • Programa de Orientación al Empleado, POE: servicio gratuito y confidencial de apoyo psicológico, legal y financiero. • Orienta: programa preventivo y de asistencia frente al uso de tabaco, alcohol y drogas desarrollado en conjunto con la Fundación Paréntesis del Hogar de Cristo.
Banca Funcionarios	<ul style="list-style-type: none"> • Ofrece las mejores alternativas financieras a todos los funcionarios del Grupo.
Santander por Siempre	<ul style="list-style-type: none"> • Beneficios para funcionarios mayores de 50 años que ya no pertenecen a la Empresa.
Cultura y Recreación	<ul style="list-style-type: none"> • Funciones de teatro, cine familiar, eventos musicales y feria del libro infantil, entre otras. • Club Santander: Reúne toda la oferta deportiva y recreativa para los empleados y sus familias a través de convenios con gimnasios, y escuelas deportivas. Cuenta con un club de campo con 78 mil mts² de áreas verdes y una completa infraestructura deportiva y recreativa.



Capacitación Virtual

En 2009 Capacitación Corporativa creó Campus Santander Banefe, un sitio e-learning que entrega a los empleados la posibilidad de perfeccionamiento individual de manera fácil y dinámica. Ingresando a www.sucursavirtual.cl los empleados pueden encontrar diferentes cursos y material de apoyo, presentaciones actualizadas y enviar preguntas de contenido a los encargados de cada curso.



- **Beneficios:** completo programa para los empleados y sus familias.

Conciliación de la Vida Personal y Laboral

A través del programa “Trabajo y Familia” Banco Santander engloba una serie de iniciativas orientadas a equilibrar la vida laboral y personal, considerando entre sus aspectos esenciales flexibilidad de horarios y atención a hijos de empleados.

Clima Organizacional

Mantener un buen clima laboral es un objetivo de alta relevancia para Banco Santander, ya que incide directamente en el nivel de motivación y compromiso de los empleados.

Mediante la identificación de los factores claves de satisfacción, se han focalizado los esfuerzos en variables relevantes que

son sometidas a revisiones periódicas. Las herramientas aplicadas para ello son la Evaluación de Clima Organizacional, Evaluación Ascendente y Evaluación de Desempeño. Además se realizan focus group y monitoreos.

Como benchmark nacional se utiliza desde hace 7 años el estudio de Great Place to Work Institute, “Mejores Empresas para Trabajar en Chile” que en 2009 ubicó a la

Programa Trabajo y Familia

Sala cuna y jardín infantil	<ul style="list-style-type: none"> • Beneficio de sala cuna y jardín infantil para madres con hijos menores de 2 años y menores de 4 años, respectivamente.
Vitamina	<ul style="list-style-type: none"> • Centro educativo de excelencia gratuito para hijos de funcionarias de hasta 2 años. Cuenta con 27 sedes en seis comunas de Santiago.
Siete días de post natal para padres	<ul style="list-style-type: none"> • Otorga dos días adicionales a los establecidos por ley.
Sala cuna especial	<ul style="list-style-type: none"> • Servicio domiciliario de cuidado infantil para niños con problemas de salud.
Reducción de jornada post- natal	<ul style="list-style-type: none"> • Las madres pueden optar por jornadas reducidas de trabajo al reintegrarse a sus funciones.
Programa de apoyo a la maternidad	<ul style="list-style-type: none"> • Charlas educativas e informativas respecto a los beneficios que entrega Santander por este concepto.
Cumpleaños en familia	<ul style="list-style-type: none"> • Tarde libre para todos los empleados el día de su cumpleaños.
Horario flexible	<ul style="list-style-type: none"> • Permite flexibilizar la jornada de trabajo escogiendo entre 4 horarios alternativos.
Permiso especial plus	<ul style="list-style-type: none"> • Tres días como premio al buen desempeño laboral.
Un día de trabajo con hijos	<ul style="list-style-type: none"> • Se invita a los hijos de los empleados a conocer el lugar de trabajo de sus padres y participar en actividades especialmente diseñadas para ellos.

Nuevo Convenio Colectivo en Santander Banefe

En 2009 se firmó de manera anticipada un nuevo convenio colectivo para Santander Banefe que incorporó importantes beneficios para los empleados y sus familias.



Indicadores de Sindicalización	2009	2008	2007
Nº empleados sindicalizados	6.488	5.790	5.115
Porcentaje de sindicalización	57%	45,2%	43%
Nº sindicatos	20	19	20
Porcentaje de empleados cubiertos por un convenio colectivo	100%	100%	100%

organización en el 12º lugar del ranking, uno más arriba que la posición obtenida el año anterior. Entre los aspectos que fueron destacados está la meritocracia, como eje central de la cultura organizacional, el ambiente cordial, el respeto por el otro y el compromiso con el entorno manifestado en su responsabilidad social.

Por su parte, la encuesta de clima reflejó en 2009 un 74,03% de satisfacción, índice que muestra un leve incremento respecto

a los niveles alcanzados en 2008. En ella participaron 8.641 empleados.

Relaciones Laborales

Banco Santander fomenta un clima de respeto mutuo entre sus empleados y promueve una relación fluida con los representantes sindicales, implementando una política de puertas abiertas y reuniones permanentes a través de la Gerencia de Relaciones con el Personal.

En el Comité Laboral participan gerentes de diversas áreas cuyo objetivo es conocer las necesidades e inquietudes de los sindicatos, y definir soluciones y proyectos de mejora.

La Gerencia de Relaciones con el Personal se reúne de manera permanente con las diferentes directivas sindicales. Las inquietudes que se reciben en estas instancias se gestionan directamente con las áreas involucradas.





Instancias de participación sindical

En Banco Santander se han institucionalizado dos instancias de participación y perfeccionamiento de los dirigentes sindicales:

- Desayunos con el Gerente General: participan dirigentes sindicales y sus asociados para compartir experiencias y visiones sobre el acontecer de la organización.
- Seminarios para empleados: organizados en conjunto por la Empresa y la Federación de Sindicatos, donde se analizan temas como actualidad económica, desarrollo personal, calidad y servicio a clientes, desarrollo del negocio, temas de Recursos Humanos, entre otros. En ellos participan directores del Banco y líderes de opinión a nivel nacional.

Comunicación Activa

La comunicación activa, continua y recíproca es lo que define la política de comunicación interna de Banco Santander. Su objetivo es difundir la estrategia y la marcha del Banco, y lograr un creciente compromiso de los empleados con los objetivos de la organización.

Para ello Santander dispone de diversos canales de diálogo entre los cuales destacan:

- Intranet corporativa, de actualización diaria. Es la principal fuente de información de los empleados.
- Revista Interna impresa y en formato digital.

- Boletín mensual para difundir la oferta de beneficios.
- E-mail masivos.
- Pantallas activas para comunicar campañas y actividades de responsabilidad social.
- Centro de atención virtual vía Intranet y presencial que entrega información sobre Recursos Humanos y permite consultas.
- Medios específicos de cada área de negocio.
- Comité de gerentes.
- Reuniones mensuales con equipos.

Salud y Seguridad en el Trabajo

Ofrecer un entorno de trabajo seguro y saludable a sus colaboradores es un compromiso fundamental para Banco Santander. La mantención de altos niveles de calidad de servicio y productividad requieren el diseño de una adecuada política de prevención de accidentes laborales y enfermedades profesionales.

Para ello ha elaborado, en conjunto con la Mutual de Seguridad de la Cámara Chilena de la Construcción, un plan de prevención de riesgos que aborda seis áreas de trabajo:

- Emergencias.
- Ergonomía.

- Prevención de riesgos en oficinas.
- Evaluaciones ambientales.
- Primeros auxilios.
- Plan de control sobre empresas contratistas.

Entre las principales actividades desarrolladas en este ámbito durante el año 2009, destacan:

- **Programa calidad de vida**, orientado a detectar hábitos y factores de riesgo en las personas.
- **Charlas manejo del estrés**, dictadas por psicólogos de la Mutual de Seguridad a lo largo del país.
- **Campaña de vacunación contra la influenza**, a la que pueden acceder todos los funcionarios del Grupo de manera gratuita. En 2009 se beneficiaron 8.000 personas.
- **Campaña de mitigación Gripe Humana AH1N1.**
- **Cursos 1° auxilios** para el personal.
- **Programa de alimentación saludable**, para fomentar una cultura culinaria que permita tener una vida más sana.
- **Campaña protección radiación UV.**

Indicadores de Salud y Seguridad	2009	2008	2007
Total de trabajadores representados en comités conjuntos de salud y seguridad (%)	100%	100%	100%
Horas no trabajadas por enfermedad común y accidente no laboral	715.977	600.768	585.198
Tasa de ausentismo (%)	3,9%	3,1%	3,2%
Gravedad de accidentes de trabajo (días no trabajados)	907	896	933
Incidencia de accidentes mortales	0	1	0

► Clientes

Compromiso

Escuchar y ponernos en el lugar del cliente, manteniendo altos niveles de satisfacción y propiciando relaciones de largo plazo con todos ellos.



Modelo Corporativo de Calidad de Servicio

Con el objetivo de mejorar los índices de satisfacción de sus clientes, Banco Santander ha desarrollado un modelo que considera encuestas periódicas a clientes y una coordinación sistemática entre todas las áreas del Banco. Esto le permite detectar los requerimientos de los usuarios e implementar acciones de corto, mediano y largo plazo en un proceso de mejora continua. En 2009 se implementaron nuevos sistemas de fácil acceso para escuchar y atender a los clientes, y se agilizaron los procesos clave para responder a sus necesidades con eficiencia y rapidez.

En 2009 se extendió el modelo Corporativo de Clientes y Calidad, META 100, a nuevas áreas del Banco, incorporando

Operaciones Red, Banefe, Vox, Homebanking, Officebanking, Banca Única, Banca Directa y Banca Nóbel. Este es un sistema de indicadores de orientación al cliente que permite a los ejecutivos contar con información oportuna y precisa respecto a la calidad de servicio que están brindando. Sus objetivos son:

- Incorporar la voz del cliente a los negocios del Banco.
- Establecer una cultura de calidad, una organización más cercana y orientada al cliente.
- Generar dinámicas de mejora continua, coordinadas entre todas las áreas involucradas y dirigidas a mejorar la satisfacción del cliente.

- Obtener la máxima satisfacción del cliente, ofreciendo un servicio homogéneo y de calidad.

Complementariamente, se realizan encuestas internas para conocer el nivel de satisfacción respecto a las distintas áreas de apoyo, ya que una acción ágil redundará en una respuesta satisfactoria para los clientes. En este sentido, se lograron avances promedio de 35% en las áreas abordadas.

Indicadores de Satisfacción en Banca Comercial

En el año se encuestó a un total de 213.340 clientes, un incremento de más de 10.000 clientes respecto a 2008. El nivel de satisfacción del total de clien-



Balance 2009

- Reducción de incidencias masivas en 4 procesos clave.
- Nivel de satisfacción de 89% en clientes personas.
- Extensión de Modelo Corporativo de Clientes y Calidad, Meta 100, a Operaciones Red, Banefe, Vox, Homebanking, Officebanking, Banca Única, Banca Directa y Banca Nóbel.
- 213.340 clientes encuestados, 10% más que en 2008.
- Extensión de ACME, metodología que permite simplificar y acortar los plazos en procesos de especial relevancia para los clientes.
- Campaña Sonríe, cuyo Cliente Incógnito, fue aplicado a 600 funcionarios en contacto directo con el público.

Objetivos 2010

- Inclusión de nuevos procesos para entregar una respuesta ágil y adecuada a los clientes.
- Profundización del Modelo Corporativo de Clientes y Calidad, META 100.
- Análisis y respuesta integral a las inquietudes planteadas por clientes a través de encuestas y otros canales de diálogo.
- Mejorar la satisfacción de los clientes en un 20% y disminuir los reclamos en 10%.



Mecanismos de Diálogo

- Sistema de Atención de Clientes para recibir solicitudes y reclamos en forma centralizada.
- Encuestas telefónicas trimestrales.
- Encuesta anual en profundidad a todos los segmentos.
- Encuesta vía Internet.
- Realización de focus groups.
- Concurso Iniciativa Cliente: premia a las mejores ideas de mejora de servicio enviadas por clientes que utilizan la web.

tes personas llegó a 89%, manteniendo el alto nivel registrado en 2008, lo que destaca ante un escenario económico de fuertes desafíos, especialmente para el sector financiero.

Actualmente el cliente puede ingresar reclamos a través de su ejecutivo, en las sucursales, a través de la web o por la plataforma telefónica Vox. Del total de requerimientos registrados el segundo semestre de 2009, un 72 % fue resuelto satisfactoriamente.

En este contexto, un hito relevante del año fue el ingreso del Sistema de Atención a Clientes (SAC) a la web. Esto permite que todos los requerimientos que ingresan a través de Internet se incorporen de inmediato al sistema de atención de reclamos y pasen a las áreas resolutoras, lo que aumenta la agilidad y seguridad del proceso.

Gestión de Incidencia

Uno de los objetivos para el año fue la reducción de incidencias y el manejo de los reclamos. En 2009 se implementaron nuevos procesos que disminuyeron de 66 a 19 las incidencias masivas más frecuentes.

La tasa de reclamos ante la Superintendencia de Bancos e Instituciones Financieras, SBIF, llegó a 4,3 cada 10.000 clientes, al cierre del tercer trimestre de 2009, reflejando un leve aumento respecto al 4,1 obtenido en 2008.

Modelo de Relacionamiento con Clientes

Proyecto ACME es una metodología desarrollada por el Banco para simplificar y acortar los plazos en procesos de especial relevancia para los clientes. Fue implementada con gran éxito en 2008, y en 2009 se extendió su uso a algunos programas clave que forman parte del Plan Director de Recuperaciones. Entre estos destacan el programa Centinela; Plan Cartera Vencida en Pampa y Programa Renegociados. Estos dos últimos permiten a los clientes gestionar con mayor eficiencia su situación financiera.

Número de Clientes Encuestados en 2009:



148.366 personas



52.372 Pymes



12.602 Otros

Total: 213.340



Campaña Sonríe

En 2009 se lanzó el Plan Sonríe, campaña corporativa desarrollada con el objetivo de instalar entre los 8.000 empleados que mantienen contacto directo con el cliente un estilo de servicio y atención cada vez más cercano. En este contexto, se implementó el sistema de Cliente Incógnito, abarcando 70 sucursales, y se entrevistó a 124 cajeros y administrativos, resultando 33 funcionarios premiados por su actitud positiva y proactiva.

Una Actividad Sostenible

► Productos y Servicios

Compromiso

Ofrecer productos y servicios financieros de valor agregado a todos los segmentos de clientes, con propuestas innovadoras que den respuesta a sus necesidades.



En 2009 el foco de Banco Santander estuvo centrado en el apoyo proactivo a sus clientes. La cercanía con las personas y empresas que operan con el Banco se reflejó en diversas campañas destinadas a ofrecer soluciones concretas ante el menor ritmo económico que se registró en el período.

A los productos y servicios ofrecidos en el año se sumaron nuevos beneficios. En el caso de los medios de pago, se concretaron alianzas estratégicas únicas en el mercado, cuyas ventajas se extendieron a los distintos segmentos que atiende el Banco.

Productos y Servicios Sostenibles

Banco Santander mantiene un compromiso de largo plazo con sus clientes. En un contexto económico de mayor complejidad esto significa acercarse con soluciones con-

cretas y adecuadas a todos los segmentos. Por este motivo, en 2009 el Banco ofreció créditos pre-aprobados para la reestructuración de pasivos a través de la campaña "Alvíate", para la cual se destinaron \$2 billones en el año. Este producto se enfocó a clientes personas, Pymes y microempresas, aliviando así su carga financiera mensual con mayores plazos y menores tasas de interés.

Más de 120.000 clientes se vieron favorecidos con esta alternativa, los que pudieron rebajar hasta en un 50% sus obligaciones mensuales.

Complementariamente, durante el segundo semestre del año puso a disposición de sus clientes más de \$ 4 billones en créditos pre-aprobados en la campaña "Reactíate", bajo el eslogan "Para que vuelvas a empe-

zar". Esta iniciativa fue dirigida en un 45% a clientes empresas y Pymes, y en un 55% al segmento personas, incluyendo créditos hipotecarios y de consumo. El objetivo fue ofrecer recursos que permitieran la reactivación de sus clientes, contribuyendo de esta forma al fortalecimiento de la economía.

Asimismo, se desarrolló una exitosa estrategia para la colocación de fondos a través de Garantías Estatales de apoyo a las Pymes. Esto permitió que en 2009 nuevamente liderara en las tres principales líneas de créditos que se licitan bajo esta modalidad, reforzando el vínculo con este segmento de clientes:

- **FOGAPE:** Fondo de Garantía para Pequeños Empresarios, es una herramienta estatal destinada a apoyar el acceso a cré-

ALVIATE.
EL BANCO QUE TE DA UNA MANO
EN TIEMPOS DIFÍCILES, ESE ES TU BANCO.



NUEVO CRÉDITO
DE REFINANCIAMIENTO PYME
CON GARANTÍA CORFO

Balance 2009

- \$ 2 billones en créditos pre-aprobados para aliviar la carga financiera mensual a más de 120.000 clientes personas, Pymes y microempresas.
- Liderazgo en la adjudicación de créditos con garantía estatal para pequeñas y medianas empresas.
- Puesta en marcha del primer crédito flexible en el mercado para microempresarios de los rubros pesca y agrícola.
- Fuerte incremento en el uso de canales remotos.

Objetivos 2010

- Ampliación de productos y servicios a todos los segmentos atendidos.
- Potenciación del uso de beneficios a través de la utilización de medios de pago del Banco.
- Profundización de programas de asesoría para Pymes y microempresas.



Mecanismos de Diálogo

- Estudio de variables macroeconómicas relevantes para dar respuesta a las Pymes.
- 13 sesiones del Comité de Nuevos Productos.
- 31 nuevos productos analizados.

dito de las Pymes. Este fondo desempeñó un rol anticíclico y permitió mitigar los impactos de la contracción crediticia en los sectores productivos, contribuyendo a estimular el financiamiento de las Pymes y ofrecerles mejores condiciones para sus emprendimientos. En el período, Santander colocó 10.853.000 UF en créditos con garantía FOGAPE, lo que significa un 670% de crecimiento respecto a 2008. Este incremento se tradujo en tres importantes reconocimientos para Banco Santander:

- Banco con Mayor Crecimiento en Nivel de Operación con FOGAPE 2009.
- Banco con Mejor Gestión Medianas y Grandes Empresas.
- Banco Nº 1 en Montos de Financiamientos FOGAPE 2009.

- **FOGAIN:** Fondo de Garantía para Inversiones, tiene como objetivo incentivar la inversión en las Pymes, potenciando sus flujos futuros. En 2009 este segmento pudo aprovechar la baja de tasas de interés y transformar los pasivos ya existentes en cuotas fijas por todo el período de vigencia, ampliando los plazos gracias a esta garantía y pudiendo recibir hasta un 30% del monto reprogramado para capital de trabajo bajo la misma cobertura. Un 35% de los proyectos financiados con garantía FOGAIN durante el período fue realizado por Santander.

Comité de Nuevos Productos

Banco Santander ha establecido como norma que todo nuevo producto o servicio



120.000 clientes rebajaron su carga financiera mensual en un 50%.



Más de 10 millones de UF en créditos con garantía FOGAPE.



35% de los proyectos financiados con garantía FOGAIN fue realizado por Santander.

debe ser autorizado por el Comité de Nuevos Productos antes de su comercialización.

Este Comité está encargado de la revisión, aprobación, implementación y seguimiento de los productos y/o servicios que se lanzan al mercado. Además, se preocupa de que sean técnicamente consistentes, legalmente correctos y adecuados a la capacidad y necesidades reales de los clientes. Durante el año realizó 13 sesiones en las que se analizaron 31 nuevos productos.

Innovación en la Creación de Nuevos Productos

Para el segmento microempresarios de los rubros pesca y agrícola se puso en marcha el primer Crédito Flexible Pesca en el mercado, con el objetivo de entregar una solución financiera a este rubro, cuya estacionalidad no le permitía acceder a pagos mensuales de cuotas. Actualmente existen 55.000 pescadores inscritos en esta categoría en el Servicio Nacional de Pesca, Sernapesca.

En la misma línea, Santander Banefe Microempresarios implementó durante 2009 el Seguro Agrícola, que protege todo

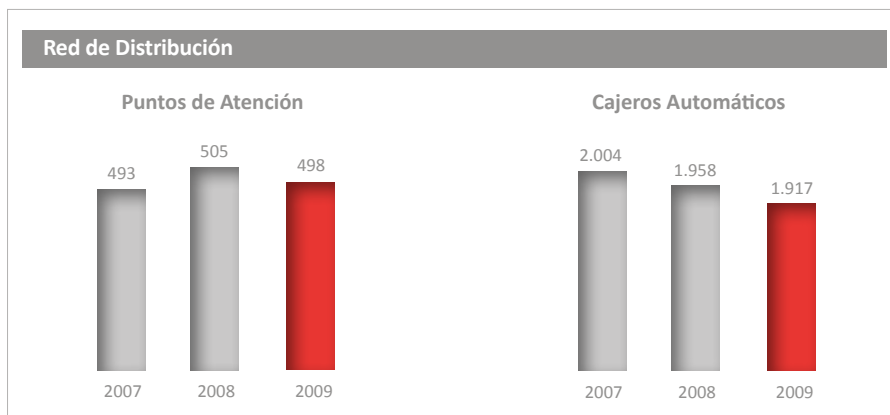
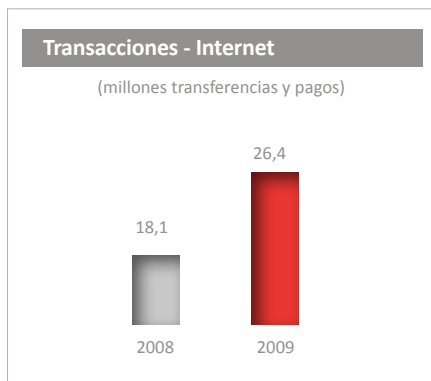
el proceso de cultivo desde la siembra a la cosecha por pérdidas generadas debido a inclemencias climáticas.

Adicionalmente, Banco Santander firmó una alianza con Great Place to Work, para apoyar a las Pymes que deseen participar en el ranking que determina cuáles son las mejores medianas y pequeñas empresas para trabajar en el país, con el objetivo de potenciar su gestión de personas.

Accesibilidad Multicanal

Un pilar fundamental en la estrategia de cercanía con el cliente de Banco Santander es contar con una red de distribución de productos y servicios que asegure altos estándares de calidad y seguridad para ellos. Por esto, aplica constantes innovaciones orientadas a incrementar la cobertura, eficiencia y disponibilidad de canales de atención para todos los segmentos.

La plataforma de distribución de Santander abarca un total de 498 puntos de atención directa a lo largo del país, que corresponden a 354 oficinas tradicionales, 98 de Santander Banefe y 46 Super Caja.



Para mejorar la atención en sucursales en 2009 se instalaron 47 nuevos administradores de fila y 5 ordenadores de negocio en Santander Banefe, lo que permite atender al cliente en el lugar más adecuado de acuerdo a sus necesidades y disminuir los tiempos de espera. Actualmente el 45% de las sucursales cuenta con este sistema.

Consolidación de Canales Remotos

Con el objetivo de entregar un servicio cada vez más ágil se ha potenciado el uso de los canales remotos. Esto se ha reflejado en un aumento sostenido tanto en el volumen de transacciones como en la cantidad de productos y servicios demandados por los clientes.

El uso de SuperClave tarjeta de coordenadas para efectuar transacciones a terceros y contratar productos a través de internet y Vox entrega altos niveles de seguridad, lo que potencia su utilización. En 2009 un 79% de los clientes contaba con este dispositivo y su uso llegó a 46,5%, frente al 36% registrado en 2008. La penetración de Internet

Sucursal en Isla de Pascua

Un hito en 2009 lo constituyó la apertura de una oficina en Rapa Nui, primera sucursal de un banco privado que se instala en la zona.



en los clientes cuentacorrentistas llegó a un 68%, cerrando el año con un incremento del 37% de transacciones financieras, lo que corresponde a más de 2 millones de transacciones realizadas al mes. Este servicio obtuvo un nivel de satisfacción neta del 88% en 2009.

Las transacciones a través de ATM llegaron a 142 millones, un 1% menos que en 2008. Esto se explica por la disminución en el parque de cajeros automáticos.

La plataforma telefónica Vox se ha potenciado como canal, mostrando un incremento de un 20% de las transacciones en 2009.

Disponibilidad e Innovación

En el período se incrementó además el uso de Internet Móvil, sistema que permite conectarse al Banco a través del celular desde cualquier lugar para realizar transferencias. Santander Móvil cerró el año con 15.000 clientes, triplicando el número de accesos y consolidándose como un canal de gran aceptación.



Internet: más de 2 millones de transacciones mensuales y 88% de satisfacción.



15.000 clientes de Santander Móvil.



20% de aumento a través de plataforma telefónica Vox.

Adhesión a Códigos de Ética

Banco Santander es miembro de la Asociación Nacional de Avisadores (ANDA), cuyas empresas asociadas adhieren voluntariamente al Código Chileno de Ética Publicitaria, aplicado por el Consejo de Autorregulación y Ética Publicitaria, CONAR.

Este código de autodisciplina establece normas de conducta ética que resguardan el interés del público y promueven una sana competencia.

Banco Santander también adhiere al Código de Conducta y Buenas Prácticas de la Asociación de Bancos e Instituciones Financieras.

Una Actividad Sostenible

► Nuestros Proveedores

Compromiso

Optimizar la gestión y la calidad de los bienes y servicios de nuestros proveedores, manteniendo una relación estable basada en la transparencia de los procesos de evaluación y selección.



Principios del Modelo de Compras

Banco Santander gestiona su relación con proveedores a través de un Modelo Global de Compras cuyo objetivo es optimizar la gestión, asegurar la calidad y disponibilidad de los productos y servicios y mejorar de manera continua la relación con los proveedores.

En 2009 se logró la implementación del 100% del Modelo Global de Compras que aplica el Grupo Santander y que recoge las mejores prácticas en cada uno de los países donde se ha aplicado.

Al 31 de diciembre de 2009 Banco Santander mantenía relaciones comerciales estables con 250 proveedores agrupados en 6 categorías principales.

El perfil de un proveedor se construye mediante un proceso de selección basado en principios de transparencia, objetividad e igualdad de oportunidades, asegurando que los mecanismos de compra aplicados sean una alternativa de negocios y crecimiento para cualquier empresa proveedora.

Es un modelo abierto a la participación de nuevas empresas y que garantiza el dinamismo de la base de proveedores con que cuenta el Banco.

La adhesión a los 10 Principios del Pacto Global de Naciones Unidas, firmado por Banco Santander, es considerado en este diseño en lo que respecta a los compromisos sociales y ambientales exigidos. En esta línea, las bases de licitación, incluyen un Protocolo de Responsabilidad Social Corporativa.

Proveedores por Categoría



Tecnología: 36%



Marketing: 14%



Servicios externos: 5%



Operaciones: 24%



Inmuebles y obras: 15%



Gastos operacionales descentralizados: 6%



Balance 2009

- Implementación de un 100% del Modelo Corporativo de Compras.
- Evaluación de proveedores vía Intranet.
- Automatización del proceso de homologación de proveedores.
- Implementación de plataformas:
 - Sistema Requerimientos
 - Herramienta Is- Key (Contratos)
 - Plataforma ARIBA (Compras)
- Implementación de compras por catálogo.

Objetivos 2010

- Incorporación de nuevos catálogos de compra.
- Implementación de evaluación de proveedores bajo la plataforma ARIBA.



Mecanismos de Diálogo

- Proceso de evaluación y monitoreo de los servicios.
- Programas de capacitación a proveedores claves y Pymes.
- Premiación anual.
- Procesos de selección objetivos y transparentes.
- 61 proveedores homologados y 341 en proceso.

El Modelo Global de Compras determina la idoneidad de los proveedores a través de un proceso de homologación cuyo objetivo es generar igualdad, competencia y transparencia para todos los proveedores que participan en las licitaciones y que ingresen al registro de proveedores de Banco Santander. En 2009 fueron homologados 61 proveedores y 341 se encuentran en proceso.

Eficiencia en la Gestión

Con el objeto de mejorar sostenidamente la calidad de servicio, Banco Santander gestiona su relación con los proveedores con el apoyo de dos empresas especializadas: Aquanima, responsable del proceso de compras y Gesban, del proceso de pago a proveedores.

La constante innovación tecnológica ha permitido incrementar la eficiencia y facilitar la interacción con los proveedores. Entre los principales avances logrados en este ámbito en 2009 destaca la implementación de nuevas plataformas para perfeccionar los mecanismos de contratación y compra, y la compra por catálogo, que permite el envío directo de órdenes de pedido en el caso de requerimientos de productos o servicios.

Junto con lo anterior, se puso en marcha un sistema de evaluación de proveedores vía Intranet y se incorporó la automatización del proceso de homologación.

Compartiendo Buenas Prácticas

Con el propósito de compartir nuevas prácticas, enriquecer la relación estratégica con los proveedores y fomentar una actuación responsable, Banco Santander desarrolla de

manera periódica iniciativas de capacitación a sus proveedores.

Entre las más relevantes del año 2009 destacan la responsabilidad legal del empleador en seguridad social, con una participación de 33 empresas; y el seminario de RSE para Pymes, en el que participaron 30 empresas. En esta oportunidad se realizó una encuesta de satisfacción entre los asistentes aplicada por Acción RSE, cuyos resultados marcaron tendencias muy favorables en la relación comercial de Banco Santander con sus proveedores. A través de estas actividades se capacitó un universo de 2.500 trabajadores de empresas proveedoras.

Evaluación y Reconocimiento

Los proveedores estratégicos son evaluados anualmente en aspectos relativos a calidad de servicio, certificaciones y leyes sociales, a través un proceso objetivo y transparente que se revisa y mejora anualmente. Durante el año 2009 fueron evaluados 179 proveedores recurrentes.

Adicionalmente, se evalúa en forma aleatoria, un universo del 10% de aquellos proveedores que, sin ser críticos, puedan afectar la calidad del servicio entregado. También se realiza un plan de visitas anuales que permite conocer en terreno las instalaciones, capacidad de producción

y planes de contingencia de acuerdo al tipo de producto o servicio.

Cada año se elabora un ranking de los mejores proveedores a partir del cual se entrega el Premio Anual a la Excelencia, reconocimiento que destaca el desempeño y cumplimiento de los estándares definidos por Banco Santander. En 2008 fueron reconocidos 5 proveedores bajo estos parámetros y para 2009 aún no concluía el proceso a la fecha de cierre de este informe.

Política de Pagos

Como parte de su compromiso en la contratación de bienes y servicios, Banco Santander ha definido una política de pagos que establece un plazo promedio de 25 días. Un 85,5% del total de pago a proveedores se cancela en un período entre 1 a 25 días. En 2009 se alcanzó un nivel de facturación de MM\$ 250.000. El 98% del gasto efectuado por este concepto corresponde a proveedores locales.

Nivel de Facturación	Nº Proveedores		
	09	08	07
> MM\$ 600	46	50	45
> MM\$ 180 < MM\$ 600	51	70	65
> MM\$ 30 < MM\$ 180	153	158	190
Total	250	278	300

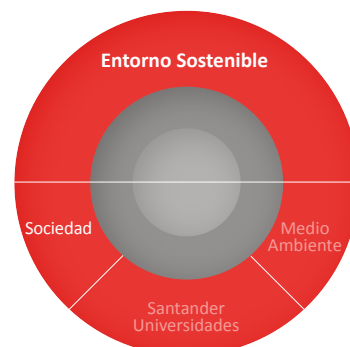
Indicadores Relevantes

	2009	2008	2007
Nº proveedores (base proveedores facturación >MM\$5)	630	650	680
Facturación anual (MM\$)	250.000	225.000	220.000
Porcentaje de proveedores locales	98%	98%	98%
Proveedores evaluados	179	192	214

► Sociedad

Compromiso

Contribuir al progreso económico del país a través de un permanente apoyo a proyectos en los ámbitos de educación, solidaridad social y cultura.



Banco Santander ha asumido desde sus inicios un fuerte compromiso con la creación de valor social y económico para el país. Esto se materializa mediante el establecimiento de alianzas con instituciones sociales, educativas y culturales de reconocido prestigio, lo que le permite focalizar de manera estratégica sus esfuerzos a través proyectos de largo plazo sólidamente estructurados, de fuerte impacto social y efectividad. Los ejes de su actuación son: fortalecer la solidaridad social, la educación y la cultura.

Los proyectos y acciones desarrollados para este propósito se sustentan fuertemente en la participación y colaboración voluntaria de clientes, proveedores y principalmente de sus empleados, a través de un intenso programa de volunta-

riado corporativo en el que actualmente participan más de 4.500 colaboradores de Banco Santander y que marca la cultura organizacional.

Iniciativas Sociales

Un Techo para Chile

Para participar en forma real y concreta en iniciativas orientadas a la superación de la pobreza, desde hace 12 años, Banco Santander contribuye con la Fundación Un Techo Para Chile, para entregar viviendas de emergencia a las familias que viven en extrema pobreza. El compromiso de Banco Santander se caracteriza por ser transversal a la organización y en él participan empleados de Arica a Punta Arenas. Junto con aportar fondos propios, Banco Santander realiza una campaña

de marketing social anual para promover donaciones de clientes y de toda la comunidad.

La Fundación Un Techo Para Chile planteó una ambiciosa meta: llegar al Bicentenario sin campamentos. Esto implica que en 2009 se trabajó por entregar soluciones habitacionales a 10 mil familias, gestionando su traslado a viviendas definitivas.

Para apoyar este objetivo, en junio de 2009 Banco Santander lanzó en la comuna de Renca la campaña de marketing social para este proyecto, bajo el lema “El Chile del Bicentenario no puede sorprendernos sin techo”. Contó con la participación de los futbolista Gary Medel y Alexis Sánchez, miembros de la selección “11 Santander”. En la actividad participaron más de 160 personas, entre empleados,



Balance 2009

- VIII versión del Premio Santander Banefe a la Mujer Microempresaria.
- Más de 1.000 microempresarios recibieron capacitación.
- Integración de Banco Santander a proyecto de responsabilidad social EducarSE.
- Participación en programa internacional de voluntariado corporativo ENGAGE
- 1.151 computadores donados a 110 instituciones.
- Más de 250 mil visitantes a la exposición La Antigua China y el Ejército de Terracota auspiciada por Banco Santander.

Objetivos 2010

- Profundizar e innovar en los proyectos de RSE con foco en cultura y educación.
- Desarrollo de programas en regiones.



Mecanismos de Diálogo

- Participación en ranking de Responsabilidad Social Empresarial de Fundación Prohumana, Revista Qué Pasa y CPC.
- Diálogo permanente con fundaciones socias en proyectos de responsabilidad social
- Participación en proyectos asociativos de RSE junto a otras empresas.

directivos del Banco, pobladores y jóvenes de Un Techo para Chile.

El total recaudado en 2009, incluyendo el aporte del Banco llegó a \$862 millones.

En esta oportunidad el trabajo de las 46 cuadrillas Santander, integradas por 500 voluntarios, incluyendo empleados del Banco y jóvenes de Un Techo Para Chile, no estuvo orientado a la construcción de mediaguas sino a mejorar las áreas compartidas del Barrio Nuestra Vida de la comuna de Pudahuel, habitado por 40 familias que hace un año pudieron abandonar los campamentos y acceder a una vivienda definitiva. Los voluntarios de Banco Santander se abocaron a construir cierres perimetrales, jardines en las áreas comunes e instalar juegos infantiles, para mejorar la calidad de vida de los vecinos.

Campaña 1 + 1 del Hogar de Cristo

Desde hace varios años Banco Santander se ha hecho parte de la Campaña 1+1 del Hogar de Cristo, que compromete a la empresa a igualar el aporte de sus empleados. Los fondos se canalizan hacia dos instituciones: Centro de Rehabilitación Manresa y Hogar Santa Bernardita.

Centro de Rehabilitación Manresa

Es un centro terapéutico dependiente de la Fundación Paréntesis del Hogar de Cristo que acoge a jóvenes en situación de riesgo social por el consumo de alcohol y drogas, y los ayuda a reinserirse en la comunidad. En 2009 se logró el aporte de

Un Techo para Chile



Campaña de marketing social lanzada en la comuna de Renca con la participación de empleados, directivos, pobladores y medios de comunicación.



Trabajo de voluntariado corporativo con 500 participantes para mejorar las condiciones de 40 familias de Pudahuel.



\$862 millones recaudados en 2009 en campaña de marketing social.

1.989 empleados de Banco Santander en su calidad de socios de este centro. Por quinto año el Club de Campo de Banco Santander fue escenario de las "Olimpiadas Deportivas Manresa". El equipo integrado por empleados, compartió en actividades deportivas y recreativas con los jóvenes internos del centro. Otras actividades realizadas fueron la celebración de Fiestas Patrias y Navidad.

Hogar Santa Bernardita

A través de la campaña "Construye una Vida", Santander Banefe apoya financieramente y con trabajo voluntario esta obra dependiente del Hogar de Cristo, cuyo objetivo es construir hogares para lactantes y preescolares en riesgo social en Santiago. En 2009 se logró el aporte de 600 empleados de Banefe, los que además participaron en las campañas y realizaron visitas personales y junto a su familia a los hogares. Adicionalmente, en el marco del programa "Navidad con

Sentido" que realiza Banco Santander, en 2009 se hizo en Santiago y regiones una campaña para reunir regalos de Navidad, lo que permitió que más de 2 mil niños de las casas de acogida del Hogar de Cristo recibieran un juguete para esa fecha.

Distribución de Aportes 2009



Premio Nacional Santander Baneffe a la Mujer Microempresaria



Desde 2001, Santander Baneffe entrega el Premio Nacional a la Mujer Microempresaria, que apoya a mujeres emprendedoras aportándoles capital de trabajo y capacitación para impulsar el desarrollo de sus negocios.

En su octava versión se incrementó el monto de los premios y se aumentó de cuatro a seis galardonadas: una ganadora nacional, cuatro en regiones y un premio a la innovación. Además, para potenciar el desarrollo de las familias de las beneficiadas, se entregó a dos de ellas una beca de estudios.

Este año postularon 17.589 microempresarias de todo el país y la ganadora fue Rosa López, apicultora de Santiago quien recibió \$ 6 millones, un curso de capacitación y una beca de estudios técnicos para uno de sus hijos. El segundo lugar lo obtuvo Marcela Alcaíno, orfebre de Punta Arenas.

A través de este reconocimiento Banco Santander estimula y reconoce cualidades como el esfuerzo, capacidad emprendedora, iniciativa, búsqueda de oportunidades y persistencia

Ganadoras Año 2009

Premio	Nombre	Actividad
Primer lugar	Rosa López	Apicultora
Segundo lugar	Marcela Alcaíno	Orfebre
Premio regional norte	María Calle	Lechera
Premio regional centro	Ana Mardones	Trabajo con flores y chocolates
Premio regional sur	Rosa Arriagada	Trabajo con avellanas
Premio a la innovación	Verónica Veras	Elaboración de perfumes
Premio al espíritu emprendedor	María Poza	Artesanía en telas



Microcréditos para Pobladores

En alianza con la Fundación un Techo Para Chile, Santander Banefe entregó \$15 millones destinados a potenciar las habilidades emprendedoras de grupos de pobladores que viven en campamentos, donde desarrollan diversas actividades económicas. El objetivo de este programa es entregarle a los microempresarios la oportunidad de incrementar su capital social y poder concretar su aspiración a una vivienda definitiva.

En 2009 el 37% de los beneficiados eran microempresarios de la Región Metropolitana y un 63% de diversas regiones del país, permitiendo cumplir otro de los objetivos, que es descentralizar los apoyos y beneficios al resto del país.

Más de 1.000 Microempresarios Capacitados

Durante el año 2009 Santander Banefe, junto a la Fundación Educación Empresa y la Corporación Simón de Cirene, capacitó a más de mil emprendedores como parte de su constante apoyo a este segmento.

Los 23 talleres ejecutados fueron patrocinados por distintas municipalidades. A través de ellos se les entregan herramientas para mejorar la administración de sus negocios. Esta iniciativa, que se realiza desde 2001 en Santiago y regiones, ha permitido capacitar a más de 9 mil microempresarios a diciembre de 2009.

Mejoramiento de la Educación

Alianza con Fundación Belén Educa

Para contribuir a la superación de la pobreza y el desarrollo del país, Banco Santander inició el año 2000 un programa de apoyo a la educación de excelencia para jóvenes y niños de colegios ubicados en comunas de escasos recursos. Esta labor se concreta a través de una alianza con Fundación Belén Educa, organización sin fines de lucro que cuenta con ocho colegios y cubre las necesidades educacionales de más de 10 mil alumnos de Santiago.

Programa de Voluntariado Corporativo ENGAGE

Como parte del programa internacional de voluntariado corporativo ENGAGE, impulsado por Acción RSE, Santander Banefe participó en una capacitación para más de 30 microempresarios del rubro mueblería de la comuna de Peñalolén.

La actividad fue parte de una iniciativa inédita, que se realiza por primera vez en América Latina. En la capacitación se le presentaron al grupo de microempresarios mueblistas los beneficios y ventajas de la formalización y de la asociatividad. En este proyecto participaron 12 empresas, 200 voluntarios y se vieron beneficiadas 2.600 personas.

Apoyo a la Microempresa



1.000 microempresarios capacitados



23 talleres ejecutados



7 microempresarias premiadas

Proyecto EducaRSE

Como parte de su compromiso con la promoción de la educación, Banco Santander se hizo parte del proyecto asociativo de Responsabilidad Social Empresarial, EducaRSE, liderado por Acción RSE, apoyado por Fundación Chile e integrado por 13 destacadas empresas del país. El Banco participará con su proyecto de responsabilidad social en educación: el apoyo a la Fundación Belén Educa.

EducaRSE busca coordinar y fomentar la contribución del mundo empresarial a la educación en zonas reconocidas como vulnerables, con la participación conjunta del sector público, privado y técnico-académico. El acuerdo involucra a más de 564 establecimientos educacionales, 60 mil alumnos y 108 comunas a lo largo de todo Chile.

Apoyo a la Educación



1.660 socios en Fundación Belén Educa.



Pasantías y prácticas técnico-profesionales realizadas por 62 alumnos de Belén Educa en Santander.



1.151 computadores donados a 110 instituciones.

Acciones 2009

- Campaña para atraer nuevos socios: en abril de 2009 se lanzó una campaña interna que permitió incorporar 261 nuevos socios de Banco Santander. Al 31 de diciembre de este año 1.660 empleados entregaban su aporte mensual a la Fundación Belén Educa.
- Prácticas técnico – profesionales y pasantías: realizadas por 62 alumnos de Belén Educa en Grupo Santander. Con ellos se completa un total de 266 pasantías y prácticas profesionales de alumnos de III y IV medio desde el inicio del programa.
- “Tutorías”: fue un nuevo programa que se llevó a cabo en conjunto con la Fundación en 2009, en el que participaron 15 tutores de Banco Santander. Esta iniciativa tiene por objetivo entregar orientación a los

estudiantes, para motivarlos a continuar estudios superiores y ayudarlos a definir sus intereses profesionales.

- El Seminario de Administración “Futuro Laboral: Desafíos y Habilidades”: entrega a los alumnos de III y IV medio herramientas para enfrentar de mejor manera el escenario laboral. Contó con la participación de 140 alumnos de los colegios Cardenal Carlos Oviedo Cavada de Maipú, Cardenal José María Caro de La Pintana y Arzobispo Manuel Vicuña de San Joaquín. Las exposiciones estuvieron a cargo de ejecutivos de Santander que abordaron materias como empleabilidad y competencias para enfrentar el mundo del trabajo.
- “Becas de Excelencia Académica Santander”: entregadas a tres ex alumnos de la Fundación por su destacado desempeño académico. Los beneficiados estudian Inge-

nería Civil e Informática, en la Universidad Federico Santa María, Química y Farmacia en la Universidad de Chile y Administración de Negocio Internacional en la Universidad de Valparaíso.

- Concierto del pianista chino Jue Wang: los alumnos del coro del colegio Cardenal José María Caro, ganadores del primer lugar en el 8° Interescolar de Coros de la Universidad Andrés Bello, tuvieron la oportunidad de asistir al concierto del destacado intérprete.
- Celebración de Navidad: para 350 alumnos del colegio Arzobispo Manuel Vicuña de La Legua, con la participación de 28 ejecutivos de Grupo Santander.

Computadores para la Comunidad

Este programa busca acortar la brecha tecnológica y dar las herramientas y acceso a la computación a niños y jóvenes de escasos recursos económicos. En 2009 se donaron 1.151 equipos reacondicionados a 110 instituciones del país, completando 11.769 desde los inicios del proyecto en 2000. Desde sus orígenes, esta iniciativa ha beneficiado a más de 280 mil personas y más de 1.000 organizaciones sociales y educativas.

Por estos logros Banco Santander obtuvo el primer lugar en la categoría Empresa Privada en la premiación de Entidades Donantes 2009 que entrega la Fundación Chilenter.





Acercando la Cultura

Como parte importante de su programa de Responsabilidad Social Corporativa, Banco Santander fomenta la difusión de la cultura a través de diversas iniciativas que buscan acercar el arte y el conocimiento a la comunidad. El apoyo a la cultura se materializa a través de dos líneas de acción: difusión del patrimonio cultural y fomento de manifestaciones artísticas de calidad.

Exposición La Antigua China y el Ejército de Terracota

Una de las iniciativas destacadas del año fue el auspicio de Banco Santander a la exposición “La Antigua China y el Ejército de Terracota”, abierta en diciembre en el Centro Cultural Palacio de la Moneda. Esta es la primera vez que se presenta en Chile una exhibición de esta envergadura.

La muestra, que a la fecha de cierre del presente informe fue visitada por más de 250 mil personas, reúne 123 valiosos objetos de las dinastías Qin y Han, incluyendo a los míticos Guerreros de Terracota, del mausoleo de Xi’an, considerado el mayor hallazgo arqueológico del siglo XX.

Ballet Cascanueces

Con motivo de la celebración de la Navidad, Banco Santander, junto al Teatro Municipal y

la Municipalidad de Santiago, presentaron el ballet “Cascanueces”, una de las realizaciones más populares del repertorio clásico.

La obra, fue interpretada por el ballet de Santiago junto a la Orquesta Filarmónica de Santiago en la Plaza de Armas de la capital, frente a 15 mil personas, como un regalo de Banco Santander a la comunidad.

Este espectáculo de primer nivel internacional fue ofrecido gratuitamente a toda la comunidad.

Conciertos de Piano

Banco Santander invitó a sus clientes a conciertos de piano del destacado intérprete chino Jue Wang, ganador del Concurso Internacional de Piano Santander Paloma O’Shea. Las presentaciones se realizaron en las ciudades de Temuco, Valdivia, Viña del Mar y Santiago.

La iniciativa se enmarca dentro de la gira que el artista efectuó en países de Europa y América, tras ser premiado en la XVI versión del concurso

Ópera para los Clientes

Como parte de su apoyo permanente a la cultura, Banco Santander ofreció a sus clientes una función de la ópera “La Traviata”, una de las obras más emblemáticas de Verdi, en el Teatro Municipal de Santiago.





Voluntariado Corporativo

Santander se distingue por su sólido programa de voluntariado corporativo que se ha consolidado fuertemente en los últimos años y destaca como uno de sus aspectos distintivos.

En 2009 más de 4.500 empleados participaron en los diversos proyectos de responsabilidad social corporativa, a través de trabajo activo y/o aportes económicos a las campañas realizadas.



Principales Actividades 2009

- Trabajo en terreno y campaña de marketing social a Un Techo Para Chile.
- Campaña 1+1 del Hogar de Cristo y actividades de voluntariado en Centro de Rehabilitación Manresa y Hogar Santa Bernardita.
- Programa permanente de voluntariado con Fundación Belén Educa: tutorías, prácticas laborales, pasantías y seminario.
- Capacitación de microempresarios a través de Fundación Educación Empresa, Corporación Simón de Cirene y programa ENGAGE.

Gestión de Voluntariado

- Compromiso de la alta administración.
- Procesos de inducción orientados a difundir los valores corporativos y el Programa de Responsabilidad Social del Banco.
- Campañas de marketing interno para causas sociales con las que colabora la Institución.

Fortalezas del Programa

- Legitima los proyectos de RSE.
- Permite una mayor eficiencia de la inversión social y la focaliza.
- Fomenta liderazgos.
- Aumenta el compromiso de los empleados con la empresa.
- Contribuye a la retención de talentos.
- Mejora el clima laboral al incrementar la motivación, el espíritu de equipo y el orgullo de pertenencia.



Teletón Chile Ayuda a Chile

► Con Toda la Fuerza de los Equipos: Santander se Hace Presente en “Chile Ayuda a Chile”



Durante el proceso de elaboración de esta Memoria, el 27 de febrero de 2010, Chile sufrió un violento terremoto. Por su magnitud y materialidad, estimamos de toda pertinencia referirnos a este acontecimiento en el presente documento.

Este sismo azotó la zona centro y sur de nuestro país, causando la muerte de más de 480 personas. Seis regiones de Chile se vieron afectadas y a los cuantiosos daños materiales se sumaron cerca de 2 millones de damnificados.

De manera inmediata, Banco Santander adhirió a la convocatoria que realizó Fundación Teletón a las organizaciones Un Techo para Chile, Hogar de Cristo, Fundación para la Superación de la Pobreza y Caritas. El objetivo era realizar una jornada solidaria de

emergencia que se denominó “Chile ayuda a Chile”, para comenzar a levantar el país.

Fue así como Banco Santander y Banco de Chile, las dos instituciones bancarias líderes del país, unieron sus esfuerzos y crearon la cuenta única 2702, destinada a reunir fondos por \$15 mil millones para financiar la construcción de 20 mil viviendas de emergencia, a través de la fundación Un Techo para Chile.

En esta oportunidad Banco Santander desplegó toda la fuerza y mística de sus equipos al servicio del país. La cruzada solidaria se extendió por más de 24 horas y en ella colaboraron 4.350 empleados trabajando en cuatro turnos en las 165 sucursales que estuvieron abiertas de Arica a Punta Arenas, incluida Isla de Pascua y la zona afectada de Concepción.



Banco Santander desplegó todo el esfuerzo posible para poner en práctica su fuerte compromiso con el país. La jornada solidaria se extendió por más de 24 horas, y en ella colaboraron 4.350 empleados trabajando en cuatro turnos en las 165 sucursales que estuvieron abiertas de Arica a Punta Arenas, incluida Isla de Pascua y la zona afectada de Concepción.

El esfuerzo y el trabajo conjunto de ambas entidades financieras vio sus resultados la noche del 6 de marzo, cuando un emocionado teatro Teletón observaba en el tablero la meta altamente superada, al llegar a \$30.212.775.555. Tras el recuento final realizado con dos semanas de posterioridad a la campaña, el monto alcanzado superó los \$45 mil millones, una cifra histórica de recaudación que tuvo como característica en esta oportunidad, una gran convocatoria y alta participación de las empresas privadas.

Cuantiosos son los daños provocados por esta catástrofe que nos han afectado como equipo humano y como organización, sin embargo, la hemos enfrentado con la tranquilidad de no haber sufrido pérdidas humanas, apoyando a los funcionarios

que se han visto más afectados. A tres días del terremoto se enviaron mercaderías y alimentos a nuestros empleados de la VIII Región y Constitución. Posteriormente, se entregó apoyo psicológico individual, colectivo y familiar, especialmente a quienes trabajan en las zonas más afectadas. Adicionalmente, se buscó la mejor forma de ayudar a quienes sufrieron daños de consideración en sus viviendas o la pérdida total de ellas, y se otorgaron préstamos de emergencia.

También fuimos en apoyo de nuestros clientes afectados por la catástrofe implementando un plan de 3.200 millones de dólares en nuevas líneas de crédito para Pymes y personas. Asimismo, en el lugar de la catástrofe se dispusieron productos especiales.

Santander solidariza con los millones de compatriotas que se vieron afectados con esta tragedia de impactantes dimensiones, con las familias de las víctimas, y se enorgullece de aquellos héroes anónimos que surgieron luego del desastre. Como empresa no podíamos estar ausentes de este desafío país, por ello, además de poner a disposición nuestra Red de sucursales y toda la mística, fuerza y pasión de nuestros equipos, se hizo entrega de \$750.000.000 a esta causa, equivalente a la construcción de 1.500 mediaguas.

Sabemos que la tarea de reconstrucción no será fácil, por ello nuestro compromiso seguirá siendo más fuerte que nunca con el país, nuestros clientes, empleados, proveedores, y la sociedad en su conjunto.

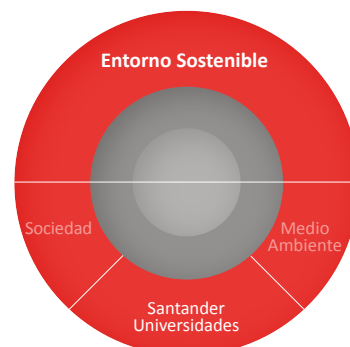


Un Entorno Sostenible

► Santander Universidades y Universia

Compromiso

Promover la educación superior y el desarrollo de proyectos académicos para contribuir al crecimiento y progreso económico del país.



La política de sostenibilidad de Banco Santander busca contribuir al progreso económico y social del país a través de uno de sus principales ejes, que es apoyar el sistema de educación superior y la investigación.

Por eso desarrolla desde hace ocho años el Programa de Apoyo a la Educación Superior en Chile, mediante su área Santander Universidades. Esta iniciativa promueve la contribución académica, financiera y tecnológica de las universidades, siendo el eje entre universidad y empresa, a través de la implementación de convenios integrales.

En Chile ya son 56 las instituciones de educación superior que tienen un convenio de colaboración vigente.

Ejes de Actuación

Las actividades de Santander Universidades se estructuran en cuatro líneas de trabajo:

- Convenios Integrales de colaboración con instituciones de educación superior.
- Plan de apoyo a la educación superior.
- Universia, la mayor red de cooperación universitaria a nivel iberoamericano y mundial.
- Apoyo en la implementación de tecnologías de punta, entre las que destaca la Tarjeta Universitaria Inteligente y la Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes, el portal más significativo sobre patrimonio cultural iberoamericano, disponible en forma gratuita en la red.

Tarjeta Universitaria Inteligente

Durante el año 2009 Banco Santander entregó más de 550 mil tarjetas universitarias inteligentes en 33 instituciones de educación superior. Esta tarjeta se utiliza como credencial y presta múltiples servicios a estudiantes, administrativos y académicos de las diferentes casas de estudio, facilitando el acceso a las nuevas tecnologías y los servicios financieros.

Universia

Universia es una Red de 1.169 universidades que está presente en 23 países de



Balance 2009

- Entrega de 100 becas, en el marco del Programa de Apoyo a la Educación Superior Chilena.
- VI Encuentro de Rectores y el III Encuentro de Directores de Comunicación.
- VI Feria Mercado Laboral.
- Realización de seminarios de empleabilidad y de investigación.
- VI edición de Copa Universia.
- Concurso de bandas U-Rock.

Objetivos 2010

- Fortalecer el programa de movilidad internacional
- Apoyo a la formación de profesores de excelencia
- Potenciar proyectos de innovación y cultura emprendedora



Mecanismos de Diálogo

- 56 instituciones de educación superior con convenio de colaboración
- Encuentro de rectores
- Encuentro de directores de comunicación
- Ferias y seminarios
- 500 mil usuarios anuales del portal Universia

habla hispana y portuguesa. Universia Chile está integrada por 57 instituciones de educación superior, tanto tradicionales como privadas, que representan al 98% del colectivo universitario nacional, considerando alumnos y académicos.

Las universidades son socias de Universia y los rectores participan, mediante Consejos de Administración, en la toma de decisiones. Santander actúa como patrocinador único de Universia.

Líneas de Trabajo

Universia desarrolla su actividad impulsando acciones fuera y dentro del espacio virtual y trabaja sobre cuatro líneas estratégicas:

- Empleo: prácticas, empleo y desarrollo profesional
- Formación: información para el aprendizaje y apoyo a la formación continua
- Observatorio: observatorio del futuro de la ciencia y la educación superior
- Redes Sociales: comunidades para el ocio y el tiempo libre universitario.

Principales servicios y proyectos impulsados:

- Entre los logros más relevantes de Universia Chile al 2009 está su aporte al mundo universitario, abriendo espacios de reflexión y debate únicos en el país, como el VI Encuentro de Rectores y el

Aportes más Relevantes 2009



Entrega de 100 becas de movilidad internacional.



Incentivos por US\$ 106.000 al emprendimiento en innovación.



Desarrollo del Portal Universia y transferencia tecnológica a través de la Tarjeta Universitaria Inteligente.

III Encuentro de Directores de Comunicación.

- En el ámbito laboral, este año estuvo enfocado principalmente a apoyar a los jóvenes en su inserción al mundo del trabajo, entregándoles herramientas que sean de utilidad a la hora de enfrentar nuevos desafíos y oportunidades. Fue así como se sumaron a las tradicionales Feria Mercado Laboral -realizadas por sexto año consecutivo- dos seminarios de empleabilidad, en los que destacados economistas y expertos en el tema expusieron acerca de las perspectivas económicas y laborales 2010.
- En investigación, la red universitaria aportó con la organización del seminario "Posición de la investigación

universitaria chilena en el contexto internacional", que tuvo como principal expositor al destacado investigador español Félix de Moya.

- En cuanto al aporte que Universia ha hecho en el fomento de nuevas redes sociales, destaca la sexta edición de la Copa Universia, el Tour Universia por las universidades, el concurso de bandas U-Rock y la realización de conciertos. Las actividades realizadas han permitido que el portal Universia haya logrado 500 mil usuarios únicos promedio anual.
- Ensayo PSU: Cerca de 10 mil alumnos participaron en los ensayos preparativos para la PSU, organizados por Universia, el Preuniversitario Interactivo UC y La Tercera.

Barrio Joven Universia-Santander

Universia creó en 2009 una plataforma interactiva enfocada a los jóvenes universitarios con ofertas, panoramas, concursos y servicios y productos Santander especialmente diseñados para este segmento. Se trata de un innovador sitio que ofrece numerosa información de entretenimiento y permite que los estudiantes accedan, a través de una sucursal virtual de Banco Santander, a beneficios y promociones.



Copa Universia

Universia Chile organiza desde hace seis años la copa universitaria de fútbol más importante del país. En 2009 este torneo congregó a más de 1.500 deportistas, que representaron a 30 selecciones masculinas y 10 femeninas. Este campeonato busca reunir a las universidades socias en torno a un evento deportivo y recreativo de primer nivel, que promueva la camaradería entre las instituciones de educación superior.

La Copa Universia 2009 se desarrolló en la canchas de la Liga Universitaria de Fútbol y el Club Santander. Durante sus diez fechas -entre el 25 de septiembre y el 27 de noviembre- se disputaron 122 encuentros. En esta versión los ganadores del torneo fueron la Universidad Andrés Bello, en la selección masculina, y Universidad de Chile, en la rama femenina.

Foto oficial del VI Encuentro de Rectores de Universidades Chilenas.





Entrega de Becas

En 2009 Banco Santander entregó 100 becas, en el marco de su Programa de Apoyo a la Educación Superior Chilena.

El objetivo de las Becas Santander es promover el intercambio universitario internacional para fomentar la movilidad de los universitarios, uno de los retos más relevantes de la educación superior en la sociedad global del conocimiento.

Los alumnos podrán cursar un semestre académico en alguna de las más de 600 instituciones con convenio de colaboración integral con Santander Universidades, destacando el hecho que, por primera vez, más de la mitad de ellos realizará sus estudios en países de habla inglesa.



Premio a Emprendedores

Por tercer año consecutivo, se entregó el “Premio Visión Emprendedora 100K-Santander Universidades” a proyectos innovadores patrocinados por las universidades, a través de incubadoras o centros de emprendimientos universitarios.

Considerando el interés que existe por participar en esta actividad, en 2009 los organizadores ampliaron el certamen dividiendo el premio en dos categorías: “Empresas en crecimiento” y “Empresas semillas”.

La primera de ellas entregó un premio único de US\$ 90.000 a la Universidad Técnica Federico Santa María (UTFSM), la que a través de la incubadora de negocios 3IE, patrocinó a la empresa Pisani, dedicada a la restauración de edificios públicos y privados.

Se entregaron además dos menciones honoríficas de US\$ 5.000 a la Universidad Adolfo Ibáñez (UAI) y a la Universidad Técnica Federico Santa María, cuyas incubadoras Octantis y 3IE patrocinaron, respectivamente, a las empresas Codal (que desarrolla productos bebestibles saludables) y GeoCiclos (que implementa soluciones y herramientas ambientales dirigidas al reciclaje de residuos orgánicos).

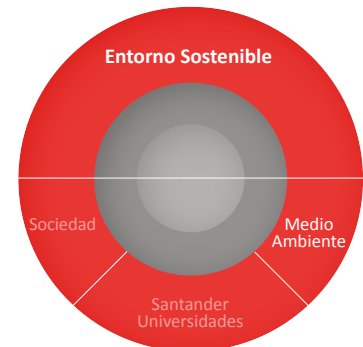
En la categoría “Empresas semillas” los proyectos ganadores corresponden a Lemproyect (3IE, UTFSM), Backmedia (Octantis, UAI), Koplów y Koplów Ltda. (Novos, U. de Chile), Avosnack (Novos, U. de Chile) y Tetrabuild (3IE, UTFSM). Cada uno recibió becas por US\$2.000.

Un Entorno Sostenible

► Medio Ambiente

Compromiso

Promover el respeto y protección del medioambiente incentivando el uso eficiente de los recursos y apoyando iniciativas orientadas a la sustentabilidad ambiental.



La política medioambiental de Banco Santander se materializa a través de tres pilares que definen su actuación en esta materia:

- Reducir el impacto de nuestras actividades, siendo eficientes en el control de emisiones y en consumo de los recursos internos.
- Prevenir la contaminación, a través del fomento y difusión del reciclaje y del tratamiento correcto de los residuos.
- Incorporar en la cultura corporativa y en las actividades diarias los conceptos medioambientales, a través de campañas internas destinadas a sensibilizar y comprometer a empleados y proveedores.

El compromiso de largo plazo del Banco para el resguardo medioambiental está

definido en su Programa de Responsabilidad Social Corporativa. El Banco dispone de una autorregulación que se orienta a la protección, conservación y recuperación del medioambiente.

Para cumplir con estos objetivos mantiene y mejora continuamente su Sistema de Gestión Medioambiental (SGMA), reconocido por tercer año consecutivo con la Certificación ISO 14.001:2004. Santander fue el primer banco chileno que obtuvo esta certificación en 2006.

Este modelo se basa en la Mesa de Trabajo ISO 14.001, instancia conformada el año 2002, a través de la cual se promueve la realización de distintas iniciativas entre las que destacan las acciones destinadas a la descontaminación y a la mitigación de impactos ambientales.

Un factor clave en la gestión medioambiental de Banco Santander es el involucramiento de la Alta Dirección. A través del Comité de Medioambiente, altos ejecutivos del Banco analizan el escenario anual, el cumplimiento de los compromisos adquiridos y su alineamiento con los objetivos estratégicos dentro del modelo de sostenibilidad de Banco Santander.

Líneas de Actuación

- Disminución sostenida de consumos de agua, energía y papel: las acciones destinadas al uso eficiente de los recursos han permitido reducir el impacto ambiental por consumo de agua, energía y papel. Respecto a este último se produjo un aumento del consumo con relación al año anterior de un 2,45%, debido a cambio de procedimientos legales en materias comerciales.



Balance 2009

- Certificación ISO 14001:2004 por tercer período consecutivo
- Disminución sostenida de consumos de agua y energía
- Premio E-waste 2009

Objetivos 2010

- Incorporación del área comercial del Banco al Comité de Medioambiente.
- Medición de la Huella de Carbono.

Mecanismos de Diálogo

- Certificación del sistema de gestión ambiental
- Campañas de ahorro en consumos y reciclajes
- Intranet corporativa

• Incorporación de la variable ambiental a la cultura del Banco: al interior de la organización se ha estimulado el respeto al medioambiente a través de campañas como “Sello Verde”, “Ponte la Pilas” y “Recíclate”.

• Reciclaje electrónico: la gestión de residuos y excedentes electrónicos permitió a Banco Santander ser reconocido por tercer año consecutivo con el premio E-waste 2009 por su contribución social, ambiental y económica mediante esta iniciativa.

• Incorporación de clientes a Banca Electrónica: cerca de 700 mil clientes se han suscrito al programa de envío de cartolas y cuentas por e-mail, orientado a la disminución del consumo de papel.

Indicadores de Desempeño Ambiental (*)

	2009	2008	2007
Consumos			
Papel reciclado %	55%	62%	49%
Ahorro papel %	-2.4%	6,6%	32,7%
Ahorro eléctrico %	13,7%	20,1%	2,1%
Ahorro de agua %	6,7%	18,1%	9,1%
Consumo de papel (tons)	103,39	100,93	108,11
Consumo directo de energía (GJ)	22.326	23.302	29.159
Consumo agua (miles m3)	44,20	47,39	59,84
Consumo indirecto de energía desglosado por fuentes			
Total	22.406	23.385	29.263
Carbón	672,2	699,1	701,6
Gas natural	1.568,4	1.631,1	1.637,0
Productos del petróleo	7.842,1	8.155,7	8.184,8
Biomasa	448,1	466,0	467,7
Eólica	896,2	932,1	935,4
Hidráulica	9.634,6	10.019,9	10.055,6
Otras	1.344,4	1.398,1	1.403,1
Emisiones de gases de efecto invernadero			
Emisiones totales de CO2 (tons)	1.439	1.502	1.879
Emisiones indirectas de CO2 (tons)	1.439	1.502	1.879
Desplazamientos de la organización (millones de km)	1,86	1,56	2,24
Desplazamientos de la organización (hv)	27.738	23.785	14.095

Fuente: Gerencia de Administración

Mediciones directas y comparadas con el año inmediatamente anterior.

(*) Los datos corresponden a Edificios Corporativos

El consumo indirecto de energía es el consumo de energía necesaria para obtener energía eléctrica, que es la que finalmente utilizamos. En Chile, existe el sistema interconectado central, que abastece de energía eléctrica a casi todo el país. Este sistema interconectado genera electricidad con distintas fuentes: Hidráulica (43%), Diesel y derivados del petróleo (35%), Carbón (3%), Biomasa (2%), Eólica (4%), Gas Natural (7%), Otras (7%). Las cifras que se indican en cada cuadro representa cada porcentaje del total de energía eléctrica consumida por el banco en (GJ).

Indicadores de Reciclaje (*)

	2009	2008	2007
Papel y cartón (kg)	67.792	62.371	71.548
Envases plásticos y latas (kg)	3.855	3.932	4.600
Vidrio (kilos)	321	376	1.009
Tóner (unid)		3.000	12.000
e-waste (tons)	11,47	24,75	76,90

Fuente: Gerencia de Administración
(*) Los datos corresponden a Edificios Corporativos

- Nuevas tecnologías: en la gestión de energía eléctrica, se han implementado diversas tecnologías más eficientes y menos contaminantes.
- Implementación de sala de telepresencia: en la misma línea de innovación

tecnológica, se implementó una sala de telepresencia, que permite la interacción a distancia de los ejecutivos del Banco con los directivos del Grupo Santander en España, para disminuir los viajes y contribuir a la disminución del impacto de la huella de CO2.

Nuevo Centro de Visitas "El Faro" en la Ciudad Grupo Santander, Boadilla del Monte, España.



Financiamiento de Proyectos

Banco Santander manifiesta su respeto y preocupación por el medioambiente mediante el financiamiento de proyectos que favorecen la descontaminación y el desarrollo de energías limpias, y que a la vez constituyen nuevas oportunidades de negocio.

Entre estos destacan 2 proyectos vinculados al desarrollo del sector energético renovable no convencional:

- Parque eólico Monte Redondo, en la Región de Coquimbo, que contempla una inversión total de US\$ 100 millones. Banco Santander financió US\$ 14,6 millones en 2009.
- Planta generadora de energía eléctrica mediante combustión de biomasa forestal en la 8° Región, cuya inversión total asciende a US\$ 36,5 millones. Banco Santander financió US\$ 12,6 millones en 2009.

Comunicación Permanente

Banco Santander mantiene un diálogo permanente con los públicos relevantes tanto internos como externos en materia medioambiental a través de las siguientes instancias:

- Intranet: se utiliza permanentemente en el Programa Anual de Comunicaciones de Gestión Medioambiental y a través de ella se difunde todo lo relacionado con campañas y actividades. También se encuentra publicada la Política Medioambiental en una sección especial de Gestión Medioambiental.
- Seminarios de responsabilidad social: instancias de participación con proveedores y público externo donde el Banco comunica su experiencia en responsabilidad social y en materia medioambiental.
- Estudios: las encuestas efectuadas a empleados por los estudios "Great Place to Work Institute" y Fundación Prohumana permiten conocer y evaluar el grado de internalización de los conceptos relativos a cuidado del medioambiente.

Iniciativas Conjuntas

En la materialización de la política medioambiental de Banco Santander se considera fundamental comprometer e involucrar a sus empleados y proveedores, por lo que se gestionan diversas acciones y campañas conjuntas para el logro de este objetivo:



Reciclaje

- "Recicl@te": en conmemoración del Día del Medioambiente, se lanzó por segundo año esta campaña que invita a los empleados a recuperar los residuos electrónicos. Durante 2009, se realizó en distintos puntos de los edificios corporativos y permitió recuperar entre otras cosas, teclados de PC, mouse, teléfonos celulares y hervidores eléctricos. Asimismo, como parte de las actividades de fin de año los empleados y sus familias, recuperaron y reciclaron cerca de 200 kg de latas de aluminio.
- "Ponte las Pilas": en septiembre de 2009, se retomó de forma permanente la recuperación de pilas gastadas a través de la iniciativa "Ponte las Pilas". En su primer mes permitió recuperar más de 80 kg. de pilas y enviarlas a uno de los proveedores del Banco para su destrucción final.



Ahorro y Eficiencia

- Sello Verde: como todos los años, a través de esta campaña se promueve internamente el valor del ahorro y la eficiencia en el uso de los recursos, y el cuidado del medioambiente. Esta iniciativa incluye una evaluación integral de las sucursales, las que además de ser eficientes en el consumo de recursos, deben cumplir determinadas metas comerciales, de calidad y clima laboral para llevarse el premio.



Capacitación de Proveedores

- Seminario de RSE con proveedores: en noviembre de 2009, se realizó un encuentro con los principales proveedores que pertenecen a la categoría Pyme. El seminario contó con la participación de más de 30 empresas y tuvo como objetivo compartir buenas prácticas relacionadas con la Responsabilidad Social, abarcando temas como la relación con los empleados, la comunidad y el medioambiente

A través de este informe, Banco Santander busca dar respuesta a las materias relevantes y expectativas de sus grupos de interés, que son las que orientan su gestión en Responsabilidad Social Corporativa. Para esto ha tomado en consideración los principios de contenido y calidad definidos de acuerdo a las pautas GRI en su versión G3.

Para la elaboración de este informe Banco Santander cuenta con un equipo de trabajo cuya coordinación está a cargo de la Dirección de Comunicaciones Corporativas y RSE. Asimismo, se trabajó con asesoría externa para la definición de contenidos materiales, recopilación y presentación de la información, e incorporación de indicadores requeridos de acuerdo a los parámetros establecidos por GRI. Este proceso contó con la participación de diferentes áreas del Banco: Clientes y Calidad, Dirección de Medios, Relación con Inversionistas, Recursos Humanos, Divisiones de Negocios, Marketing y Dirección Jurídica Corporativa, que aportaron información relevante en sus respectivas áreas.

Como punto de partida para definir los impactos de su gestión, Banco Santander ha elaborado un mapa que integra la sostenibilidad al modelo de negocio y define su compromiso en materia de responsabilidad social. Dicho mapa incorpora todos aquellos aspectos orientados a crear valor económico, social y ambiental y orienta sus actuaciones en los aspectos prioritarios. En 2009 este modelo fue ajustado tomando en consideración los nuevos desafíos que enfrenta el negocio bancario.

Para la definición de los temas materiales se tomaron en cuenta las opiniones y expectativas de los diversos públicos de interés que ha identificado la Empresa y con los cuales mantiene un diálogo continuo y permanente a través de numerosos canales e instancias diseñadas específicamente para cada grupo, tal como se señala en los cuadros de diálogo con los stakeholders detallados a lo largo del reporte.

Asimismo, se analizaron los asuntos tratados por los medios de prensa y se realizó un

análisis comparativo de los reportes de sostenibilidad de las principales empresas, con el propósito de identificar los temas considerados como más relevantes y sensibles e incorporar prácticas innovadoras. En este sentido se incluyó información respecto a los riesgos e impactos en un escenario de incertidumbre financiera internacional y las iniciativas impulsadas por Banco Santander, para apoyar a sus clientes y empleados en un contexto económico complejo.

Como parte del proceso de mejora continua se consideraron los comentarios de expertos reunidos por Acción RSE en el marco del Premio al Mejor Reporte de Sostenibilidad 2008, quienes entregaron un informe de evolución de los contenidos del anterior reporte.

Todas estas observaciones fueron recogidas y tomadas en consideración a la hora de elaborar el presente documento, donde se describen las prioridades y actuaciones concretas de Banco Santander en materia de sostenibilidad.

1 Estrategia y Análisis		Página	Principio Pacto Global
1.1	Declaración del máximo responsable de la toma de decisiones de la organización	12	
1.2	Descripción de los principales impactos, riesgos y oportunidades en materia de sostenibilidad	6-11, 12, 14, IA 225	

2 Perfil de la Organización		Página	Principio Pacto Global
2.1	Nombre de la organización informante	2, 16	
2.2	Principales marcas, productos y/o servicios	19-21, 44-47	
2.3	Estructura operativa de la organización	19-21, 32, 33	
2.4	Localización de la sede principal de la organización	Contratapa	
2.5	Número de países en los que opera	4, 5	
2.6	Naturaleza de la propiedad y forma jurídica	IA 224	
2.7	Mercados servidos	19-21	
2.8	Dimensión de la organización informante	16, 17	
2.9	Cambios significativos durante el período cubierto por la memoria	2, 33	
2.10	Premios y distinciones recibidos durante el período informativo	22, 23	

3 Parámetros de la Memoria		Página	Principio Pacto Global
Perfil de la Memoria			
3.1	Período cubierto por la información contenida en la memoria	2	
3.2	Fecha de la memoria anterior más reciente	2	
3.3	Ciclo de presentación de memorias	2	
3.4	Punto de contacto para cuestiones relativas a la memoria	Contratapa	
Alcance y Cobertura de la Memoria			
3.5	Procesos de definición de contenido	2, 6, 7, 68	
3.6	Cobertura de la memoria	2	
3.7	Límites del alcance o cobertura de la memoria	2	
3.8	Base para incluir información en el caso de negocios conjuntos	2, IA 83	
3.9	Técnicas de medición de datos y bases para realizar cálculos	2, 18	
3.10	Descripción del efecto que pueda tener la reexpresión de información perteneciente a memorias anteriores	2	
3.11	Cambios significativos relativos a períodos anteriores en el alcance	2	
3.12	Tabla que indica la localización de los contenidos de la memoria	69-73	

Gobierno			
4.1	Estructura de gobierno de la organización	26, IA 18	
4.2	Función del más alto ejecutivo	26	
4.3	Estructura directiva unitaria	26, IA 18	
4.4	Participación de accionistas y empleados	24, 25, 26, 40, 41	
4.5	Vínculo entre las compensaciones y el desempeño de la organización a los miembros de más altos órganos de gobierno, directivos y ejecutivos senior	IA 224-225	
4.6	Procedimientos implantados para evitar conflictos de intereses en el máximo órgano de gobierno	26-31	
4.7	Procedimientos de determinación de la capacitación y experiencia exigible a los miembros del máximo órgano de gobierno	26-31	
4.8	Declaración de Misión y Valores	14	
4.9	Procedimiento del más alto órgano de gobierno para supervisar la identificación y gestión, por parte de la organización, del desempeño económico, ambiental y social, incluidos riesgos y oportunidades	6, 7-11, 26-31, IA 225, 226	
4.10	Procedimiento para evaluar el desempeño del más alto órgano de gobierno	26-31, IA 58-61	
Compromiso con Iniciativas Externas			
4.11	Descripción de cómo la organización ha adoptado un planteamiento o principio de precaución	8-11, 26-31, IA 225,226	
4.12	Principios o programas sociales, ambientales y económicos desarrollados externamente, así como cualquier otra iniciativa que la organización suscriba o apruebe	50-51, 56, 57, 60-63, 64-67	
4.13	Principales asociaciones a las que pertenece	15	
Participación de los Grupos de Interés			
4.14	Relación de grupos de interés que la organización ha incluido	6, 7, 25, 35, 43, 45, 49, 51, 61, 65	
4.15	Bases para la identificación y selección de los grupos de interés participantes	6, 7, 68	
4.16	Enfoques adoptados para la inclusión de los grupos de interés, incluyendo la frecuencia de su participación por tipos y categorías de grupos de interés	6, 7, 68	
4.17	Principales preocupaciones y aspectos de interés que hayan surgido a través de la participación de los grupos de interés	6, 7, 10, 11, 68	

IA: Informe Anual 2009

Dimensión Económica		Página	Principio Pacto Global
DMA Enfoque de Gestión		6-8	
EC - 1	Valor económico directo generado	18	
EC - 2	Implicaciones financieras, riesgos y oportunidades para las actividades de la organización debido al cambio climático	6-11	P7
EC - 3	Cobertura de las obligaciones de la organización debidas a programas de beneficios sociales	38	
Presencia en el Mercado			
EC - 5	Salario inicial estándar comparado con salario mínimo local.	37	P1
EC - 6	Política, prácticas y proporción de gasto correspondiente a proveedores locales	48, 49	
EC - 7	Procedimientos para la contratación local y proporción de altos directivos procedentes de la comunidad local	26-31, 34-41	P6
Impactos Económicos Indirectos			
EC - 8	Desarrollo e impacto de las inversiones en infraestructura y servicios prestados para el beneficio público	50-55, 56, 57, 60-63	

Dimensión Ambiental		Página	Principio Pacto Global
DMA Enfoque de Gestión		6-9, 11, 64-67	P7, P8, P9
Materiales			
EN - 1	Materiales utilizados por peso o volumen	65, 66	P8
EN - 2	Porcentaje de materiales utilizados que son valorizados	65, 66	P8, P9
Energía			
EN - 3	Consumo directo de energía desglosado por fuentes de energía primarias	65	P8
EN - 4	Consumo indirecto de energía desglosado por fuentes de energía primarias	65	P8
EN - 5	Ahorro de energía debido a la conservación y a mejoras en la eficiencia	65	P8, P9
Biodiversidad			
EN - 11	Descripción de terrenos adyacentes o ubicados dentro de espacios naturales protegidos o de áreas de alta biodiversidad no protegidas	a	P8
EN - 12	Descripción de los impactos más significativos en la biodiversidad	a	P8
Emisiones, Vertidos y Residuos			
EN - 16	Emisiones totales, directas e indirectas de gases de efecto invernadero	65	P8
EN - 17	Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero	65	P8
EN - 19	Emisiones de sustancias reductoras de la capa de ozono	65	P8
EN - 20	Óxidos nitrosos, óxidos de azufre y otras emisiones al aire significativas	c	P8
EN - 21	Vertido de aguas residuales según naturaleza y destino	b	P8
EN - 22	Peso total de residuos gestionados según tipo y método de tratamiento	b	P8
EN - 23	Número total y volumen de los derrames residuales más significativos	b	P8

a: Todas las oficinas de Banco Santander se encuentran en terrenos urbanos, por lo cual no afectan espacios naturales protegidos o de alto valor en biodiversidad.
b: Todas las oficinas de Banco Santander se encuentran en terrenos urbanos, por lo cual el agua captada como vertida se hace a través de la red urbana.
c: Las actividades del Banco no generan emisiones significativas ni derrames de sustancias peligrosas.

Dimensión Social: Prácticas Laborales y Ética del Trabajo		Página	Principio Pacto Global
---	--	--------	------------------------

DMA Enfoque de gestión		6-11, 14, 34	
Empleo			
LA - 1	Desglose del colectivo de trabajadores por tipo de empleo, por contrato o por región	36	P6
LA - 2	Número total de empleados y rotación media desglosado por grupos de edad, sexo y región	36	
LA - 3	Beneficios sociales para empleados con jornada completa	38, 39	
Relaciones Empresa Trabajadores			
LA - 4	Porcentaje de empleados cubiertos por convenio colectivo	40	P1, P3
Salud y Seguridad en el Trabajo			
LA - 8	Programas de educación, formación, asesoramiento, prevención y control de riesgos que se apliquen a los trabajadores, a sus familias o a los miembros de la comunidad en relación con enfermedades graves	35-41	P1
Formación y Educación			
LA - 10	Promedio de horas de formación al año por empleado	37	P6
LA - 11	Programas de habilidades directivas y de formación continua que fomenten la contratación permanente de los empleados y les apoye en la gestión de los programas de jubilación	35, 36	P6
LA - 12	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares de desempeño y de desarrollo profesional	34-38	
LA - 13	Composición de los órganos de gobierno corporativo y plantilla, desglosado por sexo, grupo de edad, pertenencia a minorías y otros indicadores de diversidad	26-31, 36	P1, P6

Derechos Humanos		Página	Principio Pacto Global
------------------	--	--------	------------------------

DMA Enfoque de gestión		6, 7, 9, 11, 14	P1, P2
Prácticas de Inversión y Abastecimiento			
HR - 1	Porcentaje de acuerdos de inversión significativos que incluyan cláusulas de derechos humanos	48, 49	P1, P2, P3, P4, P5, P6
HR - 2	Porcentaje de los principales distribuidores y contratistas que pasaron por una observación de los derechos humanos	48, 49	P1, P2, P3, P4, P5, P6
Libertad de Asociación y Convenio Colectivos			
HR - 5	Actividades de la Compañía en las que el derecho a libertad de asociación y de acogerse a convenios colectivos puedan correr riesgos y medidas para respaldar estos derechos	40, 41	P1, P2, P3
Explotación Infantil			
HR - 6	Actividades identificadas que conllevan riesgo potencial de incidentes de explotación infantil y medidas adoptadas para contribuir a su eliminación	2, 6, 7, 9, 48, 49	P1, P2, P5
Trabajos Forzados			
HR - 7	Operaciones identificadas como de riesgo significativo en materia de trabajo forzado y medidas adoptadas para contribuir a su eliminación	6, 7, 9, 48, 49	P1, P2, P4

Sociedad		Página	Principio Pacto Global
DMA Enfoque de gestión		6-11, 26-29, 50-55, 60-63	P10
Comunidad			
SO - 1	Naturaleza, alcance y efectividad de programas y prácticas para evaluar y gestionar los impactos de las operaciones en las comunidades incluyendo entrada, operación y salida de la empresa	6, 7, 10, 11, 26-29, 50-55, 60-63	P10
Corrupción			
SO - 2	Porcentaje y número total de unidades de negocio analizadas con respecto a riesgos relacionados con la corrupción	26-29	P10
SO - 3	Porcentaje de empleados formados en las políticas y procedimientos anticorrupción de la organización	26-29	P10
SO - 4	Medidas tomadas en respuesta a incidentes de corrupción	26-29	P10
Política Pública			
SO - 5	Posición en las políticas públicas y participación en el desarrollo de las mismas y de actividades de lobby	15, 26-29	P2, P3, P4, P5, P6, P7, P8, P10
Cumplimiento Normativo			
SO - 8	Valor monetario de sanciones y multas significativas y número total de sanciones no monetarias derivadas del incumplimiento de las leyes y regulaciones	A 226	

Responsabilidad Sobre Productos		Página	Principio Pacto Global
DMA Enfoque de gestión		42-43, 44-47	
Salud y Seguridad del Cliente			
PR - 1	Fases del ciclo de vida de los productos y servicios en las que se evalúan los impactos de los mismos en la salud y seguridad de los clientes	31, 45	
PR - 3	Tipos de información sobre productos y servicios requeridos por los procedimientos y normativa en vigor y porcentaje sujeto a tales requerimientos	44-47	P8
PR - 5	Prácticas con respecto a la satisfacción del cliente incluyendo los resultados de mediciones sobre la satisfacción del clientes	42, 43, 44, 57	
Comunicaciones y Marketing			
PR - 6	Programas de cumplimiento de las leyes o adhesión a estándares y códigos voluntarios mencionados en comunicaciones de marketing, incluyendo publicidad, promoción y patrocinio	47	
Cumplimiento Normativo			
PR - 9	Costo de multas significativas por incumplimiento de la normativa de productos y servicios	Durante 2009 no se registraron multas por este concepto	

	Nivel de calificación	C	C+	B	B+	A	A+
Obligatorio	Autodeclaración		Informe		Informe		
Opcional	Verificación GRI		Verificado externamente		Verificado externamente		

Para mayor información visite
www.santander.cl

o contáctese con:

Elke Schwarz K.
Directora de Comunicaciones Corporativas y RSE
mail: eschwarz@santander.cl

María Cristina Marcet M.
Directora Responsabilidad Social Corporativa
mail: cmarcet@santander.cl

Bandera 140, piso 19, Santiago
Teléfono (56 - 2) 320 80 98
Fax (56 - 2) 671 65 54

EDICIÓN:
KonceptoEdiciones
www.konceptoediciones.cl

DISEÑO Y PRODUCCIÓN:
Midia Comunicación
www.midia.cl

IMPRESIÓN:
Morgan Impresores
www.morgan.cl

