



MEMORIA DE SOSTENIBILIDAD 2013
Banco Santander Chile

 **Santander**
un banco para tus ideas

| | |
|-------------------------------------|----|
| Mensaje del Presidente | 02 |
| Visión del Gerente General | 04 |
| Grupo Santander y la Sostenibilidad | 12 |
| Gobierno Corporativo | 20 |
| Grupos de Interés | 26 |
| Clientes | 28 |
| Empleados | 33 |
| Inversión Social | |
| Santander Universidades | 39 |
| Inversión en la Comunidad | 42 |
| Procesos Sostenibles | |
| Proveedores | 49 |
| Huella Ambiental | 51 |
| Índice de Contenidos GRI | 54 |



La memoria de sostenibilidad 2013
del Banco Santander también está
disponible en versión online
www.santander.cl

MEMORIA DE SOSTENIBILIDAD 2013

Banco Santander Chile

MENSAJE DEL PRESIDENTE



Para Banco Santander, la sostenibilidad es un concepto integral que abarca varias dimensiones, partiendo de la base que lo primero que debe ser sostenible es el propio negocio. Por eso, comenzamos a implementar el Plan Estratégico 2012-2015, el que contempla varias etapas e iniciativas para convertir a Banco Santander en el mejor banco para los clientes, dicho por ellos; contar con la mejor banca comercial del país y ser el mejor lugar para trabajar, dicho por los empleados. En este contexto, en 2013 se obtuvieron varios avances, y se consolidaron tendencias e iniciativas que ya venían del ejercicio anterior.

Además, ser sostenible significa tener en cuenta criterios éticos, sociales y ambientales a la hora de tomar decisiones;

una visión de largo plazo en las relaciones con nuestros grupos de interés, y contribuir con el progreso de las comunidades en las que desarrollamos nuestra actividad.

Es así como ponemos especial énfasis en el accountability, a través de un gobierno corporativo que se rige por estándares internacionales y que aplica las mejores prácticas en la gestión del riesgo y control interno. En cuanto a la gestión de la ética, en 2013 se modificaron algunos aspectos del Código General de Conducta para lograr un óptimo manejo y prevención de conflictos de interés, y se profundizó la descripción de principios éticos del Grupo, la enunciación de conductas de corrupción y el canal de denuncias. Asimismo, durante el año se continuó poniendo foco en la

En 2013 lanzamos la primera etapa de un proyecto para construir una relación más simétrica entre los usuarios del sistema financiero y las instituciones del sector: el programa de educación financiera Sanodelucas, que fomenta el uso responsable y adecuado de los productos y servicios financieros, basado en decisiones informadas y bien fundamentadas.

transparencia, implementando iniciativas que promueven conductas éticas. Entre ellas, capacitaciones para los nuevos ejecutivos comerciales, implementación de un informativo en la página web para orientar a los clientes que soliciten el cierre de productos, y aquellos aspectos que debe considerar a la hora de realizar esta solicitud.

En 2013 lanzamos además la primera etapa de un proyecto especialmente destacado en el contexto de nuestra política de sostenibilidad, y de los esfuerzos realizados por construir una relación más simétrica entre los usuarios del sistema financiero y las instituciones del sector: el programa de educación financiera Sanodelucas. Esta iniciativa, orientada a todas las personas -clientes y no clientes del banco-, fomenta el uso responsable y adecuado de los productos y servicios financieros, basado en decisiones informadas y bien fundamentadas.

El voluntariado corporativo también recibió un renovado impulso a través del lanzamiento de los Proyectos Solidarios.

Estos buscan promover que las unidades y sucursales del banco a lo largo de todo el país presenten proyectos de esta naturaleza, ya que las ideas ganadoras obtienen un apoyo consistente en \$ 500 mil para implementarlas. En 2013, se seleccionaron 21 iniciativas de este tipo.

En la difusión de la cultura de alto nivel, destacamos el concierto ofrecido por el director Zubin Mehta y la Orquesta Filarmónica de Israel ante más de diez mil personas en el Movistar Arena, así como el lanzamiento de dos libros de alto interés: "Atacama" y "Vicente Huidobro, Poesía y Creación".

Por su parte, el impulso que recibe la educación superior a través de Santander Universidades y Universia, también registró importantes avances. Al concluir el ciclo anunciado para el PAES, Programa Apoyo Educación Superior 2011-2013, podemos mostrar balances positivos: 971 becas entregadas a alumnos y docentes, y una inversión de cerca de US\$ 15 millones en distintas iniciativas. Además de este apoyo, durante el período se sumó el fomento a

la investigación, al instaurarse el Premio a la Investigación Científica Universitaria Santander, que en su primera versión abordó un importante desafío en salud pública como es la cura y prevención del cáncer.

Los invito a informarse sobre las iniciativas y logros alcanzados en la memoria de sostenibilidad 2013, el 11° documento de esta naturaleza que presentamos -y que, a su vez, incluye la Comunicación en Progreso del Pacto Global-, lo que reafirma nuestro compromiso permanente con la sostenibilidad.



Mauricio Larraín Garcés
PRESIDENTE BANCO SANTANDER



VISIÓN DEL GERENTE GENERAL

EL CONTEXTO ECONÓMICO DEL PAÍS HA PLANTEADO UNA SERIE DE NUEVOS DESAFÍOS EN EL ÚLTIMO TIEMPO. ¿CUÁLES SON LOS MÁS RELEVANTES PARA BANCO SANTANDER, Y CÓMO INFLUYEN EN LA OPERACIÓN DE LA EMPRESA?

Si bien hoy el país cuenta con un sistema financiero sano y en crecimiento, con excelentes niveles de solvencia y liquidez, en los últimos años hemos vivido importantes cambios en el entorno regulatorio y social, que han hecho necesario introducir ajustes en nuestros modelos de gestión, focos de crecimiento y, lo más importante, en nuestra relación con los clientes. Hoy contamos con una ciudadanía que espera más de las empresas, y tenemos que hacernos cargo de esa expectativa.

¿CUÁLES HAN SIDO LAS ACCIONES CONCRETAS PARA LOGRAR ESTE OBJETIVO?

Nuestro principal objetivo hoy es construir relaciones de largo plazo con nuestros clientes, basadas en la confianza, el beneficio mutuo y el buen servicio. Hasta ahora habíamos pensado el negocio desde la perspectiva de la oferta, pero actualmente estamos dando un giro indispensable, para ponernos del lado de la demanda. Ello necesariamente pasa por tener al cliente en el centro de la estrategia, de escucharlo y hacer propias sus necesidades y sus ideas.

La estrategia que se planteó hace dos años para dar este salto cualitativo está dando sus primeros frutos: los cambios ya se comenzaron a sentir en 2013.

Nuestro principal objetivo hoy es construir relaciones de largo plazo con nuestros clientes, basadas en la confianza, el beneficio mutuo y el buen servicio. Esto necesariamente pasa por tener al cliente en el centro de la estrategia, de escucharlo y hacer propias sus necesidades e ideas.

¿QUÉ SIGNIFICA ENFOCARSE EN LA OFERTA Y NO EN LA DEMANDA?

Escuchar más, ya que se requiere una relación más simétrica entre banco y cliente. Para reforzar este enfoque, además de potenciar el concepto de un banco simple y personal, que impulsa las ideas de las personas, en 2013 se lanzó un nuevo "claim" corporativo: "Un banco para tus ideas".

Por otra parte, también significa que debemos apuntar a emparejar la cancha. En este sentido, sumamos un esfuerzo importante a través de la plataforma Sanodelucas, programa de educación financiera lanzado en 2013 y que consta de varias etapas. Esta iniciativa promueve el uso responsable de los productos y servicios financieros y da cuenta de la creciente necesidad de disminuir las asimetrías de información.

¿ES ASÍ COMO BANCO SANTANDER ESTÁ INTEGRANDO LA SOSTENIBILIDAD AL NEGOCIO?

Exactamente. Y ya que la sostenibilidad conduce a un círculo virtuoso, esta integración transversal nos ayudará, a su vez, a ser un mejor banco, a ofrecer mejores productos y servicios, a tener clientes más satisfechos y empleados más orgullosos y contentos de trabajar en la empresa. Que es justamente adonde apunta nuestro Plan Estratégico al 2015.



Claudio Melandri Hinojosa
GERENTE GENERAL BANCO SANTANDER

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

LIDERAZGO

Somos una organización de referencia en cada uno de los mercados en los que actuamos. Nuestra vocación de liderazgo nos permite maximizar la creación de valor para nuestros accionistas, clientes, empleados y la sociedad.

EXCELENCIA EN LA GESTIÓN

Procuramos la eficiencia, rentabilidad y crecimiento de los resultados de Banco Santander Chile mediante estrategias claras, objetivos exigentes y compartidos, y rigurosas políticas de seguimiento y control.

ORIENTACIÓN AL CLIENTE

Desarrollamos una oferta de valor segmentada y acorde a las necesidades de cada uno de nuestros clientes.

TALENTO

Potenciamos el talento de nuestros empleados, a quienes recompensamos de manera equitativa, promoviendo una cultura del mérito.

COMPROMISO CON LA SOCIEDAD

Contribuimos a mejorar la calidad de vida de todas las personas con quienes nos relacionamos, a través de nuestros programas de Responsabilidad Social y de la adhesión irrestricta a los derechos de igualdad, de oportunidades, la no discriminación, la calidad de trabajo y la protección del medio ambiente.

ESTÁNDARES ÉTICOS

Desarrollamos nuestras tareas y responsabilidades con observancia y respeto a las leyes 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 personal o de otros funcionarios de Grupo Santander o de terceros.

PRINCIPALES MAGNITUDES

Banco Santander es una de las principales entidades financieras de Chile con una cuota de mercado en préstamos totales de 19,2% de acuerdo a la SBIF. Ofrece una amplia gama de productos y servicios financieros a sus clientes comerciales y retail, incluyendo créditos de consumo, hipotecarios y de comercio exterior, depósitos, cuentas corrientes y una variada alternativa de productos de inversión y cobertura. El banco se enfoca principalmente en los segmentos de individuos de ingresos medios y altos, así como en pequeñas y medianas empresas, grandes compañías y multinacionales.



| PERFIL DE LA EMPRESA ¹ | 2011 | 2012 | 2013 |
|---|------------|-------------|------------|
| Clientes | 3,4 mills. | 3,5 mills. | 3,5 mills. |
| Accionistas | 12.376 | 12.176 | 12.012 |
| Empleados | 11.566 | 11.713 | 11.516 |
| Proveedores (más de MM\$5) | 710 | 543 | 573 |
| Sucursales | 499 | 503 | 493 |
| ATM's | 1.920 | 2.013 | 1.860 |
| Supercaja en tu barrio | N/A | 2.849 | 5.400 |
| Síto web (visitas mensuales) | 7 mills. | 15 mills. | 15 mills. |
| Vox (llamados al año) | 12 mills. | 10,9 mills. | 9,5 mills. |
| Facebook (fans) | N/A | 29.720 | 70.102 |
| Twitter (seguidores) | N/A | 20.460 | 29.599 |
| Activos (% cuota mercado) | 19,5% | 17,6% | 17% |
| Préstamos totales (% cuota mercado) ^{2 y 3} | 19,7% | 18,7% | 19,2% |
| Individuos (% cuota mercado) ³ | 24,1% | 22,1% | 22,1% |
| Pymes (% cuota mercado) ⁴ | 25% | 25% | 25% |
| Cuentas corrientes (% cuota mercado) | 25% | 24% | 23,3% |
| Inversión en capacitación (M\$) | 1.928.000 | 2.199.451 | 2.075.000 |
| Nº casos atendidos por el buzón del comité de auditoría | 11 | 16 | 12 |

¹ Última información disponible / ² Fuente cuota: Superintendencia de Bancos e Instituciones Financieras. / ³ Cuota excluye inversión crediticia de CorpBanca en Colombia. / ⁴ Cuota estimada.





SOSTENIBILIDAD SOCIAL

| | | 2011 | 2012 | 2013 |
|---|--|--------|--------|---------|
| Santander Universidades | Nº Becas movilidad internacional | 228 | 285 | 387 |
| | Nº Convenios de colaboración | 56 | 56 | 56 |
| | Proyectos presentados al Premio a la Innovación y Emprendimiento | 43 | 47 | 70 |
| | Tarjetas universitarias entregadas | 62.262 | 93.474 | 76.783 |
| Universia | Empleos para universitarios | 39.853 | 37.609 | 37.690 |
| Educación Financiera (sanodelucas.cl)* | Número de visitas | N/A | N/A | 213.366 |
| | Número de páginas vistas | N/A | N/A | 454.266 |
| Comunidad | Belén Educa: alumnos beneficiados | 10.777 | 11.192 | 13.289 |
| | Corrida Santander-TECHO: participantes | 5.000 | 8.000 | 11.000 |
| Premio Mujer Emprededora | Nº Postulaciones | 30.000 | 32.000 | 23.000 |

*Plataforma digital de educación financiera que se lanzó en mayo 2013.



SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL

| | 2011 | 2012 | 2013 |
|---------------------------------------|---------------|---------------|---------------|
| Consumo de papel (tons.) | 2.597 | 3.108 | 2.664 |
| Consumo de energía (Kwh) | 33.791.854 | 34.626.112 | 34.242.094 |
| Consumo de agua (m ³) | 320.680 | 263.432 | 207.783 |
| Emissiones totales de CO ² | 18.523 | 19.724 | en cálculo |
| Desplazamientos terrestres (kms.) | 5,7 millones | 5,5 millones | 5,7 millones |
| Desplazamientos aéreos (kms.) | 25,9 millones | 22,6 millones | 19,8 millones |
| Residuos electrónicos (tons.) | 11 | 24,5 | 25,2 |
| Residuos reciclables (tons.) | 4,2 | 3,9 | 4,1 |

VALOR ECONÓMICO GENERADO Y DISTRIBUIDO

(%)



01 Mejor Banco en Chile y Latinoamérica, elegido por la Revista Global Finance.

02 Primer lugar en el sistema financiero y segunda posición en el país según ranking Best Managed Companies 2013, elaborado por la revista Euromoney.

03 Segundo lugar entre las empresas más transparentes del país. Ranking de Transparencia Corporativa Best Practices 2013 elaborado por Universidad del Desarrollo, KPMG, Chile Transparente y Consultora Inteligencia de Negocios.



RECONOCIMIENTOS 2013

09 Sello Más por Chile obtenido por segundo año consecutivo por proyectos realizados con Fundación TECHO y Belén Educa, otorgado por el Ministerio de Desarrollo Social.

10 Top 10 en RSE. Medalla de plata (séptimo lugar) en Ranking Nacional de Responsabilidad Social Empresarial, Fundación PROhumana.

11 Una de las Mejores Empresas para Trabajar en Chile, ranking Great Place to Work.

12 Empresa Socialmente Inclusiva. Distinción entregada por la Mutual de Seguridad CChC, con el patrocinio del Servicio Nacional de la Discapacidad del Gobierno de Chile (SENADIS).

13 Sello PRO Pyme entregado por el Ministerio de Economía.

04 Por décimo año consecutivo es distinguido como Mejor Banco en Internet para Personas en Chile y obtuvo el primer lugar en la categoría Best Information Security Initiatives, Revista Global Finance.

05 Segundo lugar en sector financiero en primer ranking de Percepción de Innovación, según empresa de investigación CADEM, la Facultad de Economía y Negocios de la Universidad de Chile, Best Place to Innovate y CORFO.

06 Santander Private Banking, elegida por la revista Euromoney como la mejor Banca Privada Global de Chile en 2013.

07 Tercer lugar entre los bancos más seguros de Latinoamérica, Revista Global Finance.

08 Premio Qué Veo 2013. Por segundo año consecutivo Banco Santander fue distinguido por incentivar valores en la sociedad: plataforma de educación financiera Sanodelucas.cl; campaña de postulación al premio Mujer Emprendedora, y campaña en beneficio de Fundación TECHO.

ASOCIACIONES

- Acción RSE
- Asociación de Bancos e Instituciones Financieras (ABIF)
- Cámara Chileno Norteamericana de Comercio (AmCham)
- Cámara Española de Comercio
- Comunidad Mujer
- Fundación Paz Ciudadana
- Generación Empresarial
- Icare, Instituto Chileno de Administración Racional de Empresas
- Pacto Global de Naciones Unidas
- PROhumana
- Unión Social de Empresarios Cristianos (USEC)



14 Effie de Oro en la categoría servicios financieros, por campaña de publicidad "Si tienes una idea, dale", en versión número 23 de los Effie Awards Chile 2013.

15 Premio Líderes Financieros 2013 en tres categorías: Mejor Agente Colocador de Bonos 2012, Mejor Bono Mercado Nacional 2012 y Mejor Bono Mercado Internacional o Mixto 2012, otorgado por Deloitte y Diario Financiero.

16 Premio Mejor Memoria sector financiero en el 17° Concurso Anual de Memorias, organizado por Editorial Gestión y PwC Chile.

1

GRUPO SANTANDER
Y LA SOSTENIBILIDAD
VISIÓN CORPORATIVA



PRINCIPALES MAGNITUDES

INVERSIÓN SOCIAL

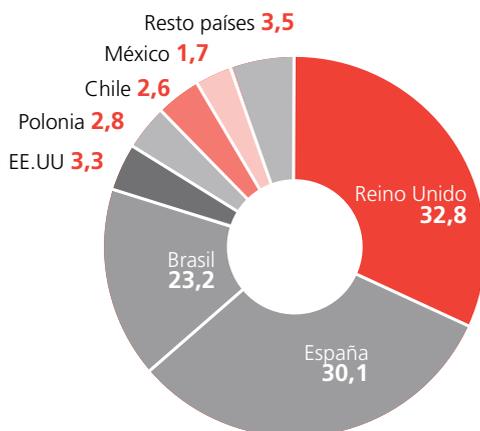
Millones de euros (importes brutos antes del efecto fiscal)



DISTRIBUCIÓN DE LA INVERSIÓN SOCIAL %



DISTRIBUCIÓN DE LA INVERSIÓN EN LA COMUNIDAD %



BALANCE Y RESULTADOS

(Millones de euros)

| | 2013 | 2012 | % 2013/2012 | 2011 |
|---|-----------|-----------|-------------|-----------|
| Activo total | 1.115.637 | 1.269.598 | (12,1) | 1.251.008 |
| Créditos a clientes (neto) | 668.856 | 719.112 | (7,0) | 748.541 |
| Recursos de clientes gestionados | 924.621 | 968.987 | (4,6) | 984.353 |
| Fondos propios ¹ | 84.269 | 80.921 | 4,1 | 80.379 |
| Total fondos gestionados | 1.240.806 | 1.387.740 | (10,6) | 1.382.464 |
| Margen bruto ² | 39.753 | 43.406 | (8,4) | 42.466 |
| Beneficio antes de provisiones (margen neto) ² | 19.909 | 23.422 | (15,0) | 23.055 |
| Beneficio atribuido al Grupo ² | 4.370 | 2.295 | 90,5 | 5.330 |

RATIOS (%)

| | 2013 | 2012 | 2011 |
|---------------------------------|-------|-------|-------|
| Eficiencia (con amortizaciones) | 49,9 | 46,0 | 45,7 |
| ROE | 5,42 | 2,91 | 7,12 |
| ROA | 0,44 | 0,25 | 0,50 |
| Core capital (BIS II) | 11,71 | 10,33 | 10,02 |
| Tasa de morosidad | 5,64 | 4,54 | 3,90 |
| Cobertura de morosidad | 61,7 | 72,4 | 61,0 |

OTROS DATOS

| | 2013 | 2012 | % 2013/2012 | 2011 |
|-------------------------------|-----------|-----------|-------------|-----------|
| Número de accionistas | 3.299.026 | 3.296.270 | 0,1 | 3.293.537 |
| Número de clientes (millones) | 106,6 | 101,9 | 4,6 | 102,1 |
| Número de empleados | 182.958 | 186.763 | (2,0) | 193.349 |
| Número de oficinas | 13.927 | 14.392 | (3,2) | 14.756 |

Indicadores significativos de sostenibilidad

| | 2013 | 2012 | % 2013/2012 | 2011 |
|--|--------|--------|-------------|--------|
| Retribución total al accionista (Millones de euros) | 6.775 | 6.086 | 10,6 | 5.260 |
| Empleados con contrato fijo (%) | 96,6 | 96,3 | 0,3 | 97,4 |
| Inversión en formación a empleados (Millones de euros) | 110,9 | 123,2 | (10,0) | 112,7 |
| Gastos de personal (Millones de euros) | 10.069 | 10.323 | (2,0) | 10.326 |
| Cifra de inversión social (Millones de euros) | 187 | 182 | (2,7) | 170 |
| Proyectos de energías renovables financiados (MW) | 4.747 | 2.827 | 59,5 | 2.344 |
| Número total de proveedores homologados | 5.753 | 4.669 | 23,6 | 3.614 |

1 En 2013, dato del scrip dividend de mayo 2014 estimado.

2 Variaciones sin tipo de cambio: M. bruto: -2,2%; B° antes de provisiones: -8,4%; B° atribuido: +136,8%.

DIVERSIFICACIÓN GEOGRÁFICA

Grupo Santander cuenta con una diversificación geográfica equilibrada entre mercados maduros y mercados emergentes, que contribuyeron al beneficio de 2013 en un 47% y un 53%, respectivamente.

El Banco centra su presencia en diez mercados principales: España, Alemania, Polonia, Portugal, Reino Unido, Brasil, México, Chile, Argentina y Estados Unidos. Además, tiene una cuota de mercado significativa en Uruguay y Puerto Rico, negocios de financiación al consumo en otros países europeos y presencia en China a través del negocio de banca mayorista y de financiación al consumo.

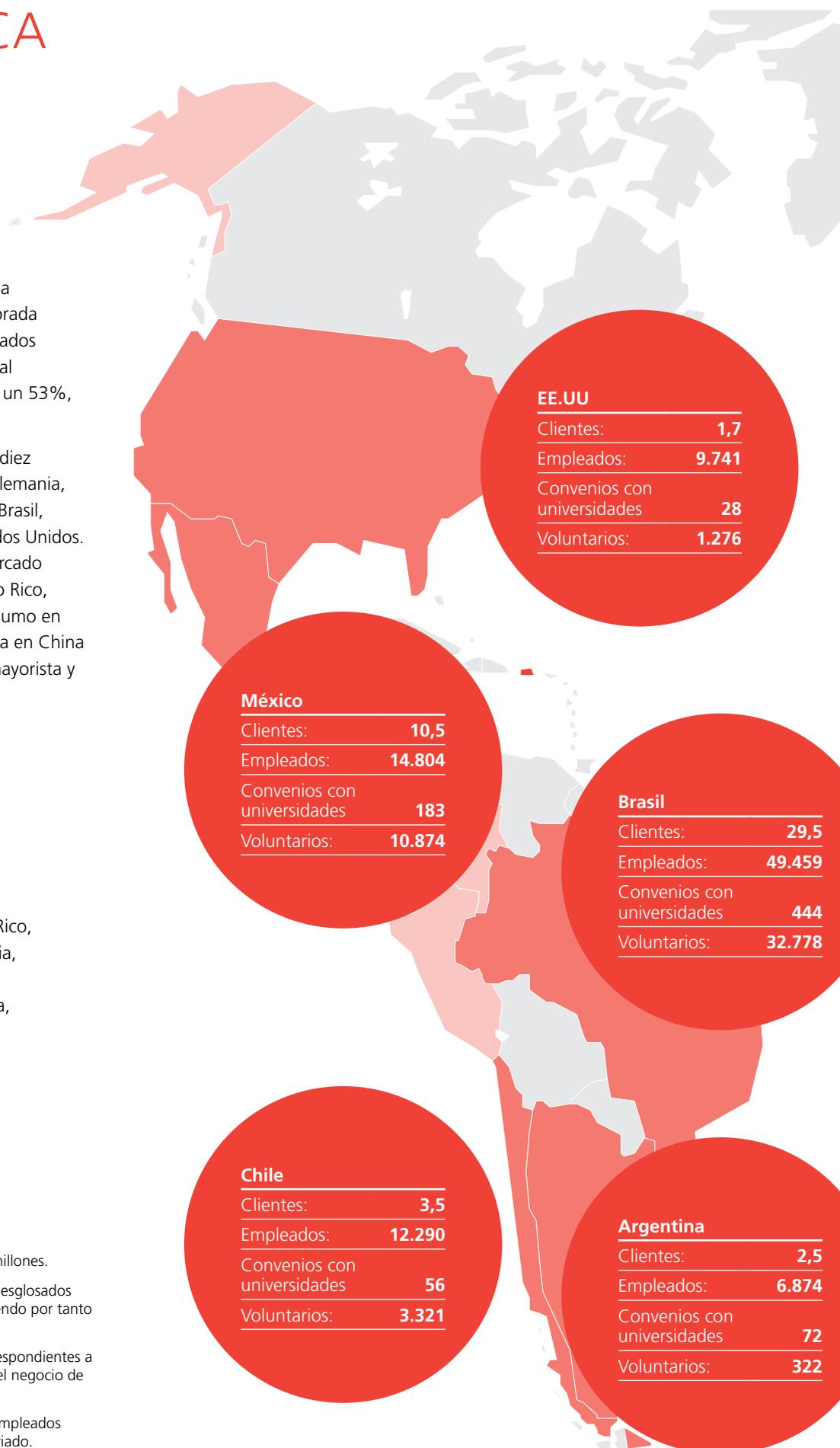
- Países principales
- Otros países en los que Banco Santander tiene negocios de banca comercial: Perú, Puerto Rico, Uruguay, Noruega, Suecia, Finlandia, Dinamarca, Holanda, Bélgica, Austria, Suiza e Italia.

Los datos de clientes se presentan en millones.

Los datos de empleados se presentan desglosados atendiendo a criterios de gestión no siendo por tanto comparables.

Los datos de clientes y empleados correspondientes a España, Portugal y Polonia no incluyen el negocio de consumo.

Los datos de voluntarios se refieren a empleados participantes en programas de voluntariado.



Reino Unido

| | |
|-----------------------------|--------|
| Clientes: | 25,5 |
| Empleados: | 25.368 |
| Convenios con universidades | 72 |
| Voluntarios: | 2.328 |

Alemania

| | |
|-----------------------------|-------|
| Clientes: | 6,4 |
| Empleados: | 5.714 |
| Convenios con universidades | 8 |
| Voluntarios: | - |

Polonia

| | |
|-----------------------------|--------|
| Clientes: | 4,2 |
| Empleados: | 12.363 |
| Convenios con universidades | 39 |
| Voluntarios: | 381 |

Portugal

| | |
|-----------------------------|-------|
| Clientes: | 2,0 |
| Empleados: | 5.635 |
| Convenios con universidades | 46 |
| Voluntarios: | 691 |

España

| | |
|-----------------------------|--------|
| Clientes: | 14,1 |
| Empleados: | 27.406 |
| Convenios con universidades | 110 |
| Voluntarios: | 6.556 |

SANTANDER, UN BANCO SOSTENIBLE

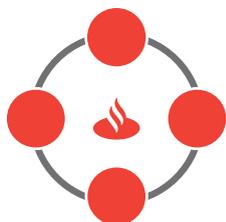
Para Banco Santander, ser sostenible implica desempeñar su actividad contribuyendo al progreso económico y social de las comunidades en las que está presente, teniendo en cuenta su impacto en el medio ambiente y fomentando las relaciones estables con sus principales grupos de interés.

Modelo de **negocio sostenible**



Santander cuenta con un modelo de negocio sostenible, **centrado en el cliente** y orientado a satisfacer sus necesidades, con productos y servicios innovadores y ajustados a su perfil. Este modelo integra, no sólo criterios económicos, sino también éticos, sociales y ambientales. Se basa en una visión a largo plazo que ha permitido a Santander mantenerse **como una entidad internacional** de referencia, anticiparse a los retos y aprovechar las oportunidades del actual entorno cambiante.

Compromiso
con sus **grupos de interés**



Santander mantiene relaciones estables y duraderas con todos sus grupos de interés, para entender sus expectativas, responder a sus demandas con soluciones innovadoras y construir relaciones de confianza en el largo plazo.

Contar con el mejor **gobierno corporativo**



El Consejo de Administración es el máximo órgano de decisión del Grupo, salvo en las materias reservadas a la junta general de accionistas. Es quien aprueba la política y estrategia de responsabilidad corporativa del Banco.

La estrategia de gobierno corporativo de Banco Santander está orientada por los principios de transparencia, eficacia y defensa de los intereses de los accionistas.

Contribuir al **progreso social y económico** de las comunidades



Santander promueve la bancarización y la inclusión social y financiera, y contribuye al desarrollo de las comunidades en las que está presente, preservando el medio ambiente. La inversión en educación superior es una seña de identidad de Banco Santander.

RELACIÓN CON LOS GRUPOS DE INTERÉS

CLIENTES

El cliente está en el centro del modelo de negocio de Banco Santander. La satisfacción y la calidad de servicio son máximas prioridades. Santander ofrece productos y servicios innovadores, responsables y transparentes, adaptados a las necesidades y perfiles de riesgo de cada cliente, a través de un modelo de comercialización multicanal.



CLIENTES

106,6
millones

OFICINAS

13.927

CRÉDITOS A CLIENTES

668.856
millones de euros

SATISFACCIÓN DE CLIENTES PARTICULARES

86,9%*

FINANCIACIÓN

4.747
megavatios financiados
en proyectos de energías
renovables



MICROEMPREENDEDORES

250.014

ACCIONISTAS E INVERSIONISTAS

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

ACCIONISTAS

3,3
millones

RETRIBUCIÓN AL ACCIONISTA

6.775
millones de euros de retribución
a los accionistas

POR ACCIÓN

0,60
euros

PROFESIONALES

Santander promueve la gestión global del talento, la formación, el desarrollo y el compromiso de sus profesionales.



PROFESIONALES

182.958

CONTRATACIÓN

96,6%
empleados con contrato fijo

INVERSIÓN TOTAL EN FORMACIÓN

110,9
millones de euros

INVERSIÓN SOCIAL

El foco de la inversión social del Grupo es la educación superior, que se ha convertido en una seña de identidad y un factor de diferenciación. A través de Santander Universidades, el Banco apoya la mejora de la educación, la investigación, la innovación, el emprendimiento y la transferencia de conocimiento. Además, Santander promueve la inclusión social y financiera de las comunidades en las que ejerce su actividad con iniciativas destinadas a cubrir las necesidades de los colectivos más desfavorecidos.

INVERSIÓN SOCIAL

187
millones de euros
de los cuales 142 millones
de euros fueron destinados a
proyectos con las universidades.

HUELLA AMBIENTAL

Santander elabora una medición de su huella ambiental y cuenta con un ambicioso plan de eficiencia energética.

ENERGÍAS RENOVABLES

34%
de la energía
consumida procede de energías
renovables

PROVEEDORES

Los procesos de compras del Banco se gestionan de forma sostenible, promoviendo el cumplimiento de los Principios del Pacto Mundial de Naciones Unidas entre sus proveedores.

* Dato a cierre de 2013, correspondiente a los resultados de las encuestas del segundo semestre.

GESTIÓN DE LA SOSTENIBILIDAD

La sostenibilidad se integra en el modelo de negocio de Banco Santander, y cuenta para ello con una estructura definida de gobierno, tanto a nivel corporativo como local, que facilita la implicación de todas las áreas de negocio y de apoyo del Banco en los distintos países en los que está presente.

El **consejo de administración** aprueba, con carácter indelegable, las políticas y estrategias generales y en particular la de responsabilidad social corporativa, entre otras.

Banco Santander cuenta con un comité de sostenibilidad presidido por el consejero delegado y compuesto por los directores generales de las diferentes divisiones del Banco, y se reúne una vez al año.

El comité de sostenibilidad tiene la función de proponer la estrategia de sostenibilidad y las políticas generales y sectoriales del Banco, para someterlas a la aprobación del consejo de administración. Además, realiza el seguimiento de las iniciativas que ejecutan las diferentes áreas implicadas, tanto de negocio como de apoyo.

El secretario del comité es el director del área de sostenibilidad. Este área, perteneciente a la división de comunicación, marketing corporativo y estudios, impulsa y coordina las distintas iniciativas que se llevan a cabo en el ámbito de la sostenibilidad por las áreas correspondientes del Banco.

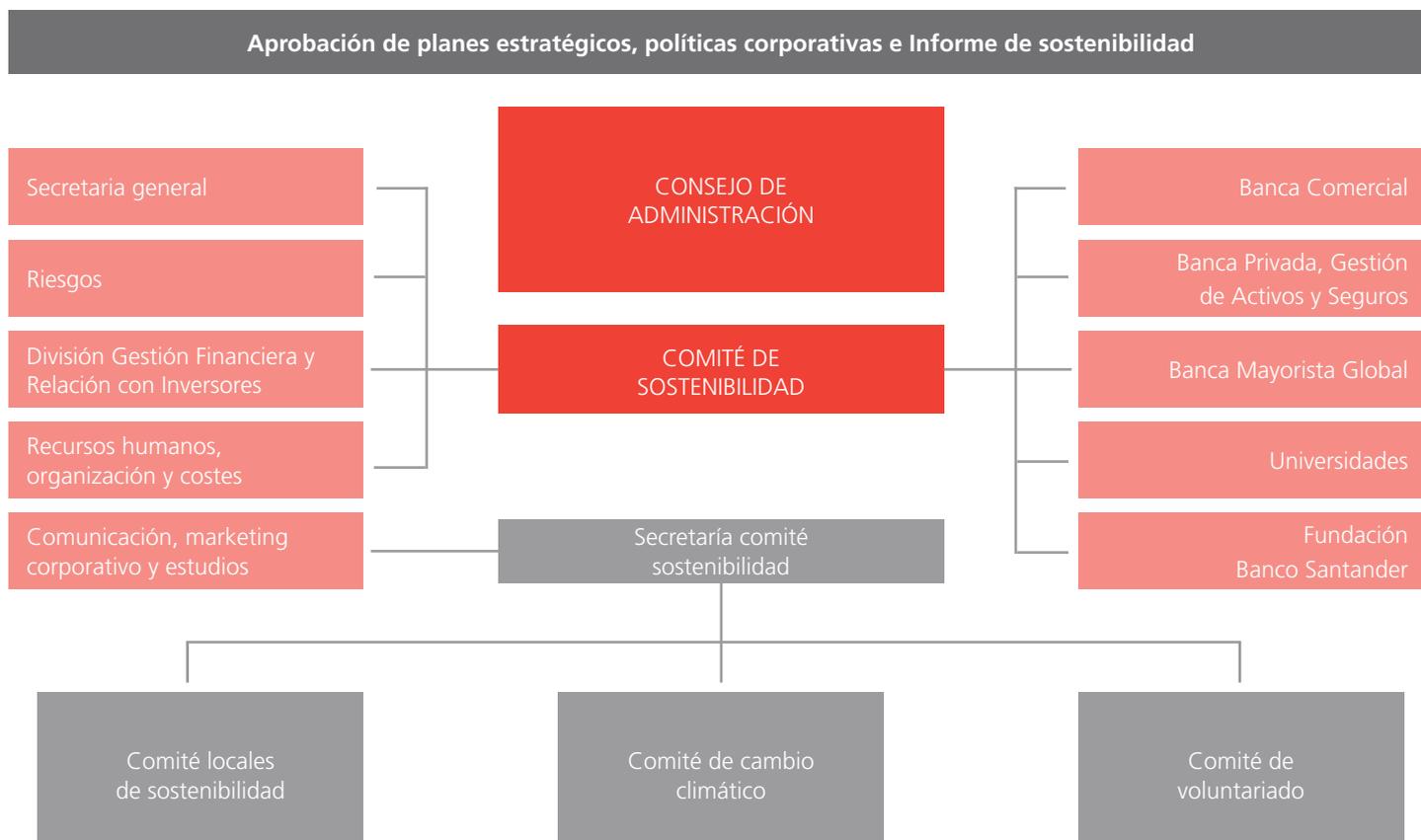
Además, se han creado en la práctica totalidad de los países comités locales de sostenibilidad, presididos en cada caso por el country head correspondiente.

El Grupo cuenta también con otros comités multidisciplinares que contribuyen a impulsar internamente las diferentes iniciativas de sostenibilidad.

Comité de cambio climático Tiene como objetivo identificar los riesgos y oportunidades de negocio en esta materia.

Comité de voluntariado Su objetivo es identificar oportunidades de voluntariado corporativo y promover el programa Voluntarios Santander Comprometidos en todo el Grupo.

ESTRUCTURA DE LA FUNCIÓN DE LA SOSTENIBILIDAD EN GRUPO SANTANDER



POLÍTICAS INTERNAS E INICIATIVAS INTERNACIONALES



El Grupo vela por la correcta integración de los criterios éticos, sociales y ambientales en el desarrollo de su actividad.

Para ello ha desarrollado diversas políticas, códigos y normativa interna que se inspiran en las mejores prácticas y protocolos internacionales, códigos de conducta y guías internacionales aplicables en cada materia.

POLÍTICA SOCIAL Y AMBIENTAL

Establece los principios generales que rigen las actuaciones de sostenibilidad del Banco, así como los mecanismos necesarios para el análisis de riesgos sociales y ambientales en la decisión de operaciones de financiación de proyectos.

POLÍTICAS SECTORIALES

Estas políticas se inspiran en las mejores prácticas internacionales y establecen el detalle de las actividades que no son financiadas por Banco Santander y aquellas que lo son bajo determinadas restricciones.

- La **política de defensa** establece que Banco Santander no financiará proyectos relativos a la fabricación, comercio o distribución de minas antipersona, bombas de racimo, armas nucleares, armas químicas o biológicas.
- Las demás políticas sectoriales son de aplicación a las operaciones de Principios del Ecuador. La **política de energía** hace referencia a las

actividades en los sectores de petróleo, gas natural, carbón, energías renovables y energía nuclear. La **política forestal** establece los principios y los criterios de financiación de determinadas actividades con impacto en los recursos forestales como productos de madera, obtención de papel, biomasa, biocombustibles, aceite de palma y soja, caucho y plantaciones y cultivos agrícolas en zonas forestales. La **política de agua** se refiere a proyectos de hidroeléctricas (presas, represas y embalses), la depuración y potabilización de aguas y estructuras de saneamiento.

POLÍTICA DE DERECHOS HUMANOS

Recoge la posición de Santander en relación a los derechos humanos y es de aplicación a todas las actividades del Banco y sociedades del Grupo.

Las denuncias y comunicaciones recibidas a través de los canales habituales del Banco se han gestionado de acuerdo con los procedimientos y políticas del Banco. No se han identificado incidentes de explotación infantil ni episodios de trabajo forzado o no consentido.

CÓDIGO GENERAL DE CONDUCTA

Recoge los principios éticos y normas de conducta que rigen la actuación de todos los empleados de Banco Santander y es el elemento central del programa de cumplimiento del Grupo.

CÓDIGO DE CONDUCTA EN LOS MERCADOS DE VALORES

Establece las reglas que deben seguir las personas sujetas al mismo a la hora de operar en los mercados de valores.

COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS

Para asegurar una adecuada comercialización y diseño de los diferentes productos y servicios que presta el Banco se han establecido diferentes órganos de control.

INICIATIVAS INTERNACIONALES A LAS QUE BANCO SANTANDER ESTÁ ADHERIDO/PRESENTE

Pacto Mundial de Naciones Unidas

UNEP Finance Initiative

Principios del Ecuador

Principios de Inversión Responsable (PRI)

Carbon Disclosure Project

Banking Environment Initiative (BEI)

Grupo Wolfsberg

Mesa Redonda sobre Soja Responsable

Grupo de trabajo de ganadería sostenible

Principios de Aseguramiento Sostenible

2

GOBIERNO CORPORATIVO



Banco Santander cuenta con gobierno corporativo de alto nivel, que ha establecido políticas que garantizan el resguardo de los intereses y promueven la creación de valor para sus accionistas. También salvaguarda la transparencia a través de la entrega de información oportuna y relevante a los distintos grupos de interés. Sus prácticas de administración se fundamentan en principios éticos y legales, creando un ambiente de control interno que refuerza la gestión eficiente de los recursos.

El gobierno corporativo es liderado por un directorio -el máximo órgano ejecutivo del banco- cuyos integrantes participan en los diferentes comités que les permiten informarse detallada y puntualmente sobre la gestión de la empresa. Sus principales funciones son establecer los lineamientos estratégicos, hacer un seguimiento global de los negocios, riesgos y resultados, y analizar y monitorear las oportunidades y amenazas.

DIRECTORIO

Está integrado por once directores, de los cuales solo tres están relacionados a Banco Santander y un presidente, que aportan a la buena marcha de la institución desde sus diversos ámbitos de especialidad, ya que cada uno posee una importante trayectoria profesional y de reconocido prestigio. El presidente ejerce un rol enfocado en el quehacer del directorio, mientras que el gerente general vela por la gestión de negocios y operativa del banco.

Los cambios registrados en el directorio estuvieron determinados por la salida de Jesús María Zabalza, que asumió como gerente general en Banco Santander Brasil. En su reemplazo se nombró a Juan Pedro Santa María, quien de este modo pasó de director suplente a director.

| DIRECTORES | CARGO | EXTERNO |
|------------------------------|-------------------|---------|
| Mauricio Larraín Garcés | Presidente | No |
| Oscar von Chrismar Carvajal | Vicepresidente | No |
| Víctor Arbulú Crousillat | Director | 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 | Director | Sí |
| Juan Pedro Santa María Pérez | Director | No |
| Lisandro Serrano Spoerer | Director | Sí |
| Roberto Zahler Mayanz | Director | Sí |
| Raimundo Monge Zegers | Director Suplente | No |

COMITÉS DE GESTIÓN DEL DIRECTORIO

Garantizan la aplicación de las prácticas de gobernabilidad y transparencia en pos de la sostenibilidad de la empresa, y en beneficio de los diversos públicos de interés del banco.

DE RIESGO

Presidente: Oscar von Chrismar

Miembros Directorio: Marco Colodro, Vittorio Corbo, Roberto Méndez, Raimundo Monge, Juan Pedro Santa María

Frecuencia: Mensual

DE DIRECTORES Y AUDITORÍA

Presidente: Carlos Olivos

Miembros Directorio: Víctor Arbulú, Lisandro Serrano, Juan Pedro Santa María (secretario)

Frecuencia: Mensual

DE MERCADOS

Presidente: Oscar von Chrismar

Miembros Directorio: Roberto Zahler, Marco Colodro, Vittorio Corbo

Frecuencia: Semanal

EJECUTIVO DE CRÉDITOS

Presidente: Mauricio Larraín

Miembros Directorio: Oscar von Chrismar, Marco Colodro, Roberto Méndez, Juan Pedro Santa María

Frecuencia: Semanal

DE REVELACIONES

Presidente: Claudio Melandri

Miembro Directorio: Oscar von Chrismar

Frecuencia: Trimestral

ALCO, ASSET LIABILITIES COMMITTEE (ACTIVOS Y PASIVOS)

Presidente: Mauricio Larraín

Miembros Directorio: Oscar von Chrismar, Roberto Zahler, Vittorio Corbo, Marco Colodro, Raimundo Monge

Frecuencia: Mensual

UNIVERSIDADES Y UNIVERSIA

Presidente: Mauricio Larraín

Miembros Directorio: Roberto Méndez, Lucía Santa Cruz

Frecuencia: Trimestral

DE RECURSOS HUMANOS Y DIRECTIVOS

Presidente: Mauricio Larraín

Miembro Directorio: Oscar von Chrismar

Frecuencia: Cuatrimestral

DE CLIENTES Y CALIDAD

Presidente: Oscar von Chrismar

Miembro Directorio: Roberto Méndez

Frecuencia: Trimestral

ESTRATÉGICO

Presidente: Mauricio Larraín

Miembros Directorio: Oscar von Chrismar, Vittorio Corbo, Roberto Méndez, Raimundo Monge

Frecuencia: Semestral

DE ANÁLISIS Y RESOLUCIÓN (CAR)

Presidente: Juan Pedro Santa María

Miembro Directorio: Lisandro Serrano

Frecuencia: Mensual

DE MARKETING Y COMUNICACIONES

Presidente: Mauricio Larraín

Miembros Directorio: Roberto Méndez, Lucía Santa Cruz, Oscar von Chrismar, Lisandro Serrano

Frecuencia: Trimestral

DE TRANSPARENCIA

Presidente: Carlos Volante

Miembros Directorio: Juan Pedro Santa María, Raimundo Monge

Frecuencia: Trimestral

POLÍTICA RETRIBUTIVA

Durante 2013, el directorio recibió una remuneración de MM\$ 1.083 (similar a 2012, cuando se cancelaron MM\$ 1.034 por este concepto, que incluye dietas y gastos). Cabe destacar que la política de retribuciones de la alta dirección de Banco Santander se rige por los siguientes principios:

- 1 Las retribuciones son congruentes con una gestión rigurosa de los riesgos, sin propiciar una asunción inadecuada de los mismos.
- 2 Anticipación y adaptación a los cambios regulatorios en materia de retribuciones.
- 3 La transparencia en la información sobre las retribuciones.

CANALES DE COMUNICACIÓN

En caso de necesidad de comunicación con el directorio, ésta puede concretarse a través de diversos canales. Los empleados, en tanto, pueden recurrir a canales regulares como jefaturas inmediatas, o transmitir las inquietudes a través del Comité de Directores y Auditoría, el que recibe denuncias y sugerencias a través de un buzón creado especialmente para ello (Buzón de Auditoría). Cada vez que se da un caso, el comité encargado del seguimiento supervisa que sea atendido y resuelto adecuadamente. En 2013 se registraron 12 casos presentados al Comité.

CUMPLIMIENTO

Los riesgos más relevantes de la industria financiera están representados por el blanqueo de capitales, los riesgos reputacionales y de cumplimiento.

En relación al primero, Santander dispone de un sistema de prevención de blanqueo de capitales y de la financiación del terrorismo avanzado y eficaz, permanentemente adaptado a las últimas regulaciones internacionales, y con capacidad de hacer frente a la aparición de nuevas técnicas por parte de las organizaciones criminales.

Los riesgos reputacionales, por su parte, pueden tener un impacto adverso en los resultados o las expectativas de desarrollo de los negocios. Incluyen, entre otros, aspectos jurídicos, económico-financieros, éticos, sociales y ambientales.

En tanto, el riesgo de cumplimiento consiste en recibir sanciones, económicas o no; o ser objeto de otro tipo de medidas disciplinarias aplicadas por organismos supervisores por incumplir las leyes, regulaciones, normas, estándares de autorregulación de la organización o códigos de conducta aplicables a la operación de la empresa.

La figura de CRO constituye una segunda línea de defensa para todos los dominios de riesgo, asegurando al directorio y a los supervisores que todos los riesgos materiales estén correctamente identificados, medidos y controlados.

Para monitorear el correcto comportamiento en todos estos ámbitos, la empresa ha dispuesto varias instancias:

- El área de cumplimiento, creada en 2002.
- La unidad de prevención de blanqueo de capitales y financiamiento del terrorismo.
- El Chief Risk Officer (CRO), figura creada en 2012.

También existen riesgos provenientes del mercado de valores y los temas relacionados a la transparencia. Para el primero se dispone de un documento normativo (ver siguiente capítulo), y para salvaguardar el segundo tema, se han dispuesto una serie de medidas transversales pro-transparencia.

ÉTICA

El Código General de Conducta constituye el elemento central del programa de cumplimiento del Grupo Santander, y recoge los principios éticos y normas de conducta que definen la actuación de todos los empleados. El documento se encuentra disponible en la intranet corporativa y en la carpeta virtual del funcionario. Su lectura es obligatoria y el cumplimiento de esta disposición tiene un seguimiento mensual, por lo que el 100% de los empleados conocen y adhieren al código. A ello se suma una capacitación anual en los contenidos.

Este documento se complementa en determinadas materias con las normas que figuran en códigos y manuales sectoriales, como el Código de Conducta en el Mercado de Valores. Este previene los conflictos de interés, el uso de información sensible y que norma la operación de las personas que componen áreas claves dentro del Grupo. Los empleados sujetos a este código (738 en 2013) deben hacer una declaración por escrito de todos los eventuales conflictos, teniendo además la obligación de informar al área de cumplimiento cualquier situación que lo amerite.

Otro documento relevante en la gestión de la ética es el Manual de Prevención de Blanqueo de Capitales. Su finalidad es informar sobre las políticas, normas,

organización y procedimientos que se deben aplicar para establecer un adecuado sistema de prevención de este tipo en todas las empresas del Grupo. La lectura del documento es obligatoria, al igual que la realización de los cursos de capacitación y actualización. Al 31 de diciembre se habían capacitado 484 y 6.262 empleados en ambos cursos, respectivamente.

ACTUALIZACIÓN DEL CÓDIGO DE CONDUCTA

En 2013 se llevaron a cabo algunos cambios en el Código General de Conducta, producto de la necesidad de implementar a nivel local las nuevas tendencias en materia de cumplimiento que se están desarrollando en el mundo. También, para obtener un documento dinámico y actualizado a las exigencias coyunturales, y los nuevos riesgos que pueden ocasionarse. Es así como se profundizaron aspectos claves como el manejo y prevención de conflictos de interés, la descripción de principios éticos del Grupo, la enunciación de conductas de corrupción y el canal de denuncias.





3

GRUPOS
DE INTERÉS

Banco Santander mantiene un diálogo permanente con sus diferentes grupos de interés definidos de manera corporativa, y que están compuestos por clientes, empleados, accionistas, proveedores y la sociedad.

Para mantener una comunicación fluida, la empresa ha desarrollado e implementado canales de diálogo de diversa índole.

| EMPLEADOS | CLIENTES | ACCIONISTAS | SOCIEDAD | PROVEEDORES |
|---|--|--|---|--|
| EXPECTATIVA | | | | |
| Trabajar en el mejor lugar, desarrollo profesional y mantener equilibrio entre la vida familiar y laboral. | Tener el mejor servicio, una relación simétrica y costos competitivos. | Transparencia en la gestión de recursos e información. | Contribuir al progreso social y económico del país. | Equidad en la administración del proceso de compras y relaciones de largo plazo. |
| CANALES | | | | |
| <p>Centro de Atención Virtual (CAV) y presencial fijo y móvil (CAP y CAP móvil).</p> <p>Intranet corporativa de actualización diaria.</p> <p>E-mails masivos.</p> <p>Revista Ideas INFORMA y ediciones especiales: publicaciones internas en formato impreso y digital.</p> <p>Santander TV: canal de televisión interno que se transmite vía intranet y pantallas activas.</p> <p>Noticiero Buenas Noticias: informativo quincenal cuyo formato se repite para Banefe, con periodicidad mensual.</p> <p>News División Personas: boletín digital mensual que da cuenta de los panoramas deportivos, culturales, beneficios y campañas.</p> <p>“Hola”: red social interna que permite un contacto permanente entre los casi doce mil empleados de Arica a Punta Arenas, gracias a un interfaz simple y funcionalidades similares a Facebook y Twitter.</p> | <p>Página web corporativa.</p> <p>Sistema de Atención de Clientes (SAC) para centralizar solicitudes y reclamos.</p> <p>Ediciones especiales de la revista Ideas INFORMA para clientes.</p> <p>Sitio de transparencia.</p> <p>Sistema de telefonía.</p> <p>Encuestas (vía internet, teléfono, focus group).</p> <p>Información sobre campañas y productos enviados vía mail.</p> <p>Perfiles en redes sociales: Facebook, Twitter y Youtube.</p> | <p>Junta general de accionistas (anual).</p> <p>Informes trimestrales.</p> <p>Buzón del accionista y comunicación vía e-mail.</p> <p>Líneas de atención telefónica.</p> <p>Publicaciones para accionistas (informe anual financiero y memoria de sostenibilidad).</p> <p>Mensajes vía SMS.</p> | <p>Diálogo permanente con fundaciones socias en torno a proyectos de sostenibilidad.</p> <p>“Santander Comprometidos”: news digital mensual que informa a los clientes de las diversas acciones en las que la empresa y sus equipos se comprometen por un Chile sostenible, creando espacios abiertos de colaboración en ámbitos de educación, cultura, comunidad y negocios responsables (educación financiera).</p> <p>Membresía y participación en diversas instituciones y ONG’s.</p> <p>Redes sociales.</p> <p>Memoria de sostenibilidad.</p> <p>Sala de comunicación: portal que informa sobre las últimas actividades y noticias de Banco Santander.</p> | <p>Proceso de evaluación y monitoreo de los servicios.</p> <p>Programa de capacitación a proveedores claves y Pymes.</p> |

CLIENTES

Banco Santander aspira a convertirse en el mejor banco para clientes, dicho por ellos. Para lograr este objetivo, ha puesto al cliente en el centro de la estrategia y se compromete a entender sus necesidades, responder con soluciones innovadoras y construir relaciones de confianza a largo plazo.

Este compromiso se plasma en el Plan Estratégico 2012-2015, el que contempla un nuevo modelo de banca comercial, y que está estructurado en diferentes etapas. En 2013, el objetivo fue ser “un banco ágil y productivo”.

SISTEMÁTICA COMERCIAL Y NEO CRM

Para construir el mejor banco para los clientes y mejorar el clima organizacional, la empresa desarrolló e implementó un nuevo modelo de atención en la red de sucursales: la sistemática comercial.

Se trata de un método de trabajo que estandariza la forma de trabajar del área comercial del banco, pone énfasis en el proceso y la gestión de la atención, y promueve conductas y acciones que aseguren que el cliente tenga una buena

experiencia en su relación con Banco Santander.

Para apoyar y potenciar el nuevo método de gestión comercial, los ejecutivos cuentan con NEO CRM, una herramienta que permite crear en tiempo real una pauta de tareas diarias, orientándolas y planificándolas de manera eficiente, además de monitorear los avances. NEO CRM recogió las mejores prácticas y las necesidades más recurrentes de la red de sucursales y, a diciembre 2013, era usada

por el 100% de los ejecutivos de banca comercial. A fines de 2013 también se puso en marcha una importante inversión en tecnología para iniciar la incorporación de la sistemática comercial y NEO CRM a Banefe.

Para implementar de manera correcta y eficiente esta nueva manera de trabajar, se llevó a cabo el proceso de capacitación de ejecutivos más grande de los últimos años (ver también en pg. 33).

| PILARES DE SISTEMÁTICA COMERCIAL | | | |
|---|--|---|---|
| ROLES Y TAREAS | MODELO DE VENTA Y COACHING | | APOYO HERRAMIENTA |
|  |  |  |  |
| Organización de roles y tareas de las funciones de la red. | Capacitación en venta efectiva, consultiva y relacional. | | NEO CRM. |



➔ **“La Sistemática Comercial es una forma distinta de trabajar, de hacer las cosas, es una metodología de trabajo que permite organizar el día a día de la Red de sucursales en forma ordenada, planificada y de esta manera lograr relacionarnos mejor con nuestros clientes, prestándoles un servicio de excelencia”.**

MARCIA MUÑOZ

Gerente Territorial Banco Santander Chile

PRODUCTOS Y SERVICIOS

REORDENAMIENTO DE SEGMENTOS

En 2013 se llevó a cabo una nueva segmentación de clientes, dando cuenta de los cambios socioeconómicos del país. El reordenamiento permitió entregar una propuesta de valor diferenciada para cada grupo.

Este reordenamiento contempla una oferta de productos con atributos propios del segmento, así como canales prioritarios para reclamos y solicitudes.

SUPERCAJA EN TU BARRIO

Se trata de uno de los servicios de Banco Santander que corresponde a un enfoque social. Este canal se siguió desarrollando en 2013 y ya supera los 5.400 comercios habilitados. Permite a los clientes realizar depósitos, giros, pagos de servicios (agua, luz, gas, carga de tarjeta BIP y celulares de prepago, entre otros) y productos del banco, consultar saldo de cuentas y realizar transferencias entre cuentas.

MULTICANALIDAD

Esta estrategia fue implementada para potenciar los atributos de disponibilidad y cercanía, así como para un uso fácil y amigable. Durante el período, evolucionó favorablemente como resultado de la promoción de este atributo, la optimización de procesos y la habilitación de nuevos servicios:

BANCO SANTANDER EN FACEBOOK

Se trata de la principal red social, con una penetración del 70% de los internautas chilenos. Por ello, la empresa decidió implementar la primera sucursal de una entidad financiera chilena en este medio, ofreciendo acceso a información transaccional en forma segura y bajo estrictas normas de seguridad. También alberga la posibilidad de contactarse con ejecutivos especializados para resolver dudas. En el año, la satisfacción neta de este canal alcanzó un 87%.

SANTANDER EN SMARTPHONES Y TABLETS

Esta aplicación simple y cómoda permite obtener información de cuenta corriente, cajeros y sucursales más cercanas, y ofertas o descuentos vigentes en el perímetro donde se encuentre la persona con su dispositivo. Asimismo, brinda la posibilidad de administrar inversiones (fondos mutuos y depósitos a plazo) o compra y venta acciones. Junto a la versión web móvil, registraron un vigoroso aumento en el uso. A diciembre, más de 280 mil clientes usaban estos nuevos canales.

CUENTAS CLARAS 2.0

Esta renovada versión para clientes de la página web ofrece mayores ventajas para administrar las finanzas familiares. Por ejemplo, posee más tipologías para clasificar gastos, creación de subconjuntos de gastos de fácil revisión, con una potente y amigable interfaz gráfica. El cliente también puede intervenir su página para reclasificar ítems e, incluso, administrar presupuestos para todas las partidas. En diciembre, más de 200 mil clientes administraron sus finanzas por medio de esta aplicación.

Como resultado del impulso de la multicanalidad, al cierre de 2013 la proporción de transacciones remotas versus transacciones totales se había incrementado del 78,3% (2012) al 85,14%.

SATISFACCIÓN

Otro pilar del Plan Estratégico 2012-2015 apunta a ofrecer una óptima calidad de servicio para lograr altos niveles de satisfacción de los clientes. Durante el período reportado se obtuvieron resultados que reflejan mejoras en aquellos focos donde se aplicaron planes concretos:

- Aumento de la satisfacción de clientes con los canales de atención: del 79,7% (2012) al 85,4% (2013), según el benchmark corporativo 2ª ola 2013.
- Canales de atención: destacó el aumento del uso del canal Mobile Banking y el primer lugar en la evaluación de Internet Banking (coherente con el premio de Global Finance al "Mejor Sitio Web Banco", obtenido por 10º año consecutivo).
- La satisfacción general de canales mantuvo los buenos resultados durante el período.

RECLAMOS

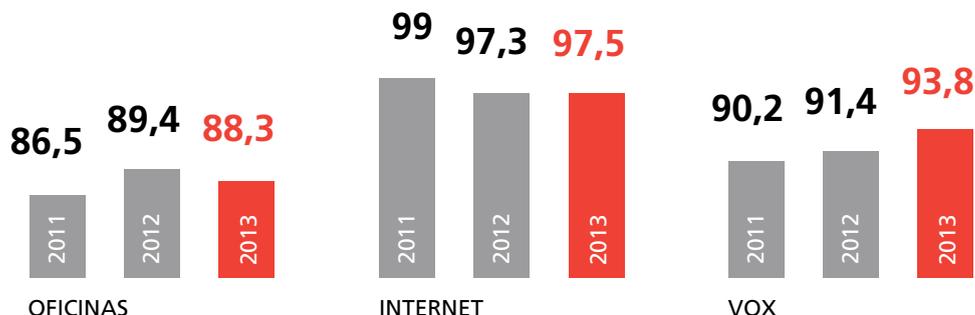
En 2013, el principal canal de atención de reclamos siguió siendo VOX. El aumento en el uso de la red en el período se explica por la capacitación en el uso del servicio de atención al cliente (SAC) para este canal.

| | 2012 | 2013 |
|----------|------|------|
| VOX | 54% | 50% |
| Internet | 21% | 21% |
| Red | 17% | 29% |
| Otros | 8% | - |

Otro elemento que aportó a la consolidación de la multicanalidad fue el hecho de usar estos medios para dar respuesta a las inquietudes y preguntas de los clientes. De este modo, cuando un cliente tiene una respuesta a su requerimiento, el cajero (ATM) le entrega el número, así como también le avisa que tiene una respuesta y lo invita a llamar a VOX para que se la entreguen.

Con respecto al posicionamiento general ante los organismos reguladores, al cierre de junio 2013 (última cifra disponible), Banco Santander ocupaba un tercer lugar.

SATISFACCIÓN GENERAL DE CANALES (%)



Desglosado por entidad, ante el Sernac Financiero obtuvo una tasa de 5,2 reclamos por cada 10 mil deudores en el primer semestre 2013; mientras que ante la Sbf, la tasa registrada fue de 3,3 reclamos por cada 10 mil deudores. Estas cifras mejoran levemente respecto a las obtenidas en igual período 2012, cuando se ubicaban en 5,7 y 3,9, respectivamente.

ACUERDO CON CONADECUS

En mayo de 2013, Banco Santander y la Corporación Nacional de Consumidores y Usuarios (Conadecus) llegaron a acuerdo para materializar un avenimiento por las diferencias suscitadas en torno a un producto ofrecido en 2008 y 2009, denominado Alivio Hipotecario.

El banco informó ampliamente a sus clientes sobre las alternativas de financiamiento, habilitó un canal exclusivo de atención y estableció acuerdos individuales con los consumidores de este producto.

"UN BANCO PARA TUS IDEAS"

En 2013 se lanzó un nuevo "claim" corporativo con el objetivo de potenciar la idea de un banco simple y personal; que establece relaciones más simétricas y que se caracterizan por la transparencia. De este modo, se construye la imagen de una empresa cuya misión es ser un mentor y un impulsor de ideas.

MARKETING

Durante el período reportado, las campañas se centraron en enfatizar la relación entre cliente y empresa. También destacaron la idea de establecer relaciones de largo plazo con los clientes y la comunidad, por sobre el concepto de un banco que busca la transacción de corto plazo.

La campaña de publicidad "Si tienes una idea, dale", recibió un Effie de Oro en la categoría Servicios Financieros.

TRANSPARENCIA

Para dar continuidad a la preocupación por este tema, en 2013 se implementaron varias iniciativas para impulsar la transparencia:

- Se incluyó un módulo de transparencia en las capacitaciones de los nuevos ejecutivos comerciales. Además se incorporaron los principales principios de la política de calidad y transparencia del banco en los otros módulos de capacitación.
- Los comunicados semanales enviados por la gerencia de Marketing enfatizaron la existencia de buenas prácticas de transparencia para toda la red de sucursales.
- Se implementó una bienvenida a clientes nuevos que incluye información sobre los principales beneficios del banco, la forma de activar los productos y los costos asociados al plan contratado.

- Se agregó un informativo en la página web corporativa que ofrece orientación respecto de cómo solicitar el cierre de productos, y los aspectos que se deben considerar a la hora de realizar esta petición.

SEGURIDAD E INNOVACIÓN

En términos de resguardo de la seguridad de los clientes, se logró una migración de 425.766 mil tarjetas de Banco Santander a plásticos con chip EMV. Se trata de una tecnología que dispone del sistema de autenticación CDA (Combined Data Authentication) que entrega un altísimo nivel de seguridad a las transacciones realizadas con el plástico. También permite realizar transacciones con o sin contacto de manera similar a la BIP.

La página web también es sometida a permanentes controles, a lo que se suma la sección "Protege tus transacciones", la que informa sobre cómo efectuar este tipo de acciones de manera segura. Además se ofrece descargar un software de seguridad de manera gratuita.

PYMES

Este segmento - cuya importancia quedó de relieve con el proyecto lanzado a nivel corporativo (ver recuadro) - comprende aquellas empresas que tienen ventas

de entre \$24 millones y \$2 mil millones anuales. Al cierre del ejercicio, los clientes Pyme habían crecido un 2.3%, en tanto que los préstamos otorgados se elevaron un 14%.

ACCIONES PROPYME

Banco Santander siguió apoyando a este segmento de clientes a través de la entrega de una página web gratis. Así se suma un canal adicional de ventas, promoción y publicidad que fomenta el crecimiento a medio y largo plazo. A diciembre 2013, se habían entregado cerca de 10.000 claves: 3.700 estaban activadas y mil correspondían a sitios ya publicados.

Grupo Santander lanzó el proyecto estratégico Santander Pymes, con el que en 2016 aspira a llegar en Latinoamérica a un millón de clientes.

Esta iniciativa se enmarca en la política global de impulso a las Pymes en los principales mercados y responde al compromiso del banco de facilitar el acceso de estas empresas a los servicios financieros y al crédito, a las nuevas tecnologías, a empleo calificado y a acompañar su internacionalización en nuevos mercados.

MICROEMPRESARIOS

Ya que uno de los rubros importantes para este segmento es la agricultura, Banco Santander sumó a su oferta de financiamiento un producto específico para enfrentar los riesgos climáticos asociados a esta actividad. Así, durante el año se enfatizó la difusión y uso de los beneficios del seguro agrícola con subsidio estatal (50% del monto), el que considera los fenómenos climáticos de mayor ocurrencia en Chile. En 2013, los microempresarios que contaban con este seguro no se vieron afectados por la sequía.

E-LEARNING

El curso "Creciendo con tu negocio" fue desarrollado como una herramienta de capacitación web para microempresarios, con el fin de apoyar el emprendimiento mediante la creación de mejores experiencias de compra para sus propios clientes. Vía E-Learning, este curso entrega los conocimientos necesarios en administración, marketing y endeudamiento responsable, entre otros temas. Durante 2013, 1.943 microempresarios realizaron este curso.

VISA MICROEMPRESARIO

Se creó para que este segmento pudiera contar con un producto que les ayude a financiar las necesidades propias de su negocio, procurando el orden y la consolidación de los pagos. Al cierre del ejercicio, a través de esta tarjeta se hicieron 4.218 operaciones.

FCU

Otro producto creado durante el año para microempresarios que buscan financiamiento para capital de trabajo e inversiones, fue el Financiamiento Crédito en Cuotas (FCU). Ofrece la modalidad de cuotas fijas mensuales y plazos de otorgamiento de hasta 60 meses y se encuentra disponible para microempresarios formales e informales.

CRÉDITO CON GARANTÍA ESTATAL

| Tipo de crédito | 2011 | | 2012 | | 2013 | |
|-----------------|--------------|------------------|--------------|------------------|--------------|------------------|
| | UF prestadas | Posición mercado | UF prestadas | Posición mercado | UF prestadas | Posición mercado |
| CORFO | 12.975.070 | 1° | 18.573.876 | 1° | 26.488.474 | 1° |
| FOGAPE | 8.834.683 | 1° | 9.575.397 | 1° | 2.591.595 | 3° |
| SGR | 1.384.000 | 1° | 1.078.200 | 1° | 1.307.000 | 2° |

ACCIONISTAS

La creación de valor a largo plazo y transparencia informativa constituyen los compromisos más relevantes de Banco Santander con sus accionistas. Se suma a ellos la igualdad de derechos para todos los accionistas y un diálogo permanente con éstos.

Para ello, el área de Relaciones con Inversionistas ha creado varios canales de comunicación como teléfonos de atención exclusiva y buzón del accionistas. También publica informes trimestrales y anuales, lo cual permite una comunicación fluida con este grupo de interés, ya sean inversionistas locales o extranjeros, o accionistas minoritarios. Asimismo, se han sumado a estas instancias entrevistas, conferencias y reuniones con inversionistas, las que junto con la página web www.santander.cl/accionistas ofrecen una amplia gama de alternativas de información.

Durante el año, esta área llevó a cabo las siguientes acciones:

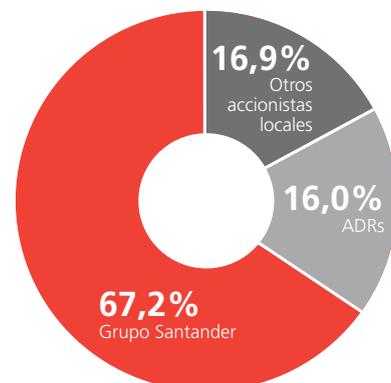
- La línea de atención al accionista atendió 1.077 consultas.
- El buzón del accionista, a través del que se informa de cualquier noticia de Banco Santander Chile a los 12.005 accionistas inscritos en el Registro de Accionistas, gestionó 2.706 correos.
- Se atendieron 275 cartas.

ESTRUCTURA ACCIONARIA

El capital básico del Banco al 31 de diciembre de 2013 estaba dividido en 188.446.126.794 acciones de serie única, sin preferencias de ningún tipo. El principal accionista es Grupo Santander, con un 67,18% de la propiedad.

La gran cantidad de acciones del Banco en manos de inversionistas minoritarios se traduce en una atractiva liquidez, alcanzando un promedio de cerca de \$20 millones de dólares en transacciones diarias, considerando los volúmenes de la bolsa de Nueva York y la Bolsa de Comercio de Santiago.

ESTRUCTURA ACCIONARIA (al 30.12.13)



Los principales accionistas de Banco Santander Chile al cierre de 2013 eran:

| RAZÓN SOCIAL O NOMBRE ACCIONISTA | Acciones | % sobre Total |
|--|------------------------|---------------|
| Santander Chile Holding S.A. | 66.822.519.695 | 35,46 |
| Teatinos Siglo XXI Inversiones S.A. | 59.770.481.573 | 31,72 |
| Total Grupo Santander | | 67,18 |
| ADRs | 30.087.328.471 | 15,97 |
| Banco de Chile por cuenta de terceros | 5.307.688.395 | 2,82 |
| Banco Itaú por cuenta de inversionistas | 3.891.286.598 | 2,06 |
| Banco Santander por cuenta de inversionistas extranjeros | 2.391.942.513 | 1,27 |
| A.F.P. Provida S.A. para fondo de pensiones | 1.312.941.384 | 0,70 |
| A.F.P. Habitat S.A. para fondo de pensiones | 833.800.659 | 0,44 |
| A.F.P. Provida S.A. Fondo tipo B | 798.746.205 | 0,42 |
| A.F.P. Capital S.A. Fondo tipo C | 759.723.130 | 0,40 |
| A.F.P. Cuprum S.A. para fondo de pensiones | 707.361.300 | 0,38 |
| Banchile Corredores de Bolsa | 673.306.314 | 0,36 |
| A.F.P. Habitat S.A. Fondo tipo B | 662.871.503 | 0,35 |
| A.F.P. Cuprum S.A. Fondo tipo A | 617.351.484 | 0,33 |
| A.F.P. Provida S.A. Fondo tipo A | 608.083.028 | 0,32 |
| A.F.P. Capital S.A. Fondo tipo B | 541.278.639 | 0,29 |
| A.F.P. Cuprum S.A. Fondo tipo B | 532.211.515 | 0,28 |
| A.F.P. Habitat S.A. Fondo tipo A | 520.347.876 | 0,28 |
| Santander S.A. Corredores de Bolsa | 502.154.293 | 0,27 |
| A.F.P. Capital S.A. Fondo tipo A | 499.687.121 | 0,27 |
| A.F.P. Provida S.A. Fondo tipo D | 477.615.890 | 0,25 |
| Larraín Vial S.A. Corredora de Bolsa | 387.945.201 | 0,21 |
| Bolsa de Comercio de Santiago Bolsa de Valores | 346.472.002 | 0,18 |
| BTG Pactual Chile S.A. Corredores de Bolsa | 316.539.040 | 0,17 |
| A.F.P. Capital S.A. Fondo tipo D | 275.774.384 | 0,15 |
| Resto accionistas | 8.800.668.581 | 4,67 |
| Total | 188.446.126.794 | 100,0 |

EMPLEADOS

Santander aspira a ser una de las mejores empresas para trabajar, por lo que ha reforzado las políticas de desarrollo profesional y gestión de personas. Ello, con el fin de impulsar la meritocracia y el talento, así como para mejorar el clima y la calidad de vida laboral.

Además, para apoyar el objetivo de convertirse en el mejor banco para los clientes, amplió y reforzó de manera importante las formaciones y capacitaciones. De este modo, provee las herramientas necesarias para que los empleados puedan entregar un servicio diferenciador, simple y ágil, que genere mayores niveles de satisfacción en los clientes.

Ambos propósitos sirven asimismo a la finalidad de retener y atraer el capital humano, factor esencial para sustentar el crecimiento y la sostenibilidad de la empresa.

CAPACITAR PARA LLEGAR A SER EL MEJOR BANCO PARA CLIENTES

Debido a la relevancia de la sistemática comercial en el cumplimiento de este objetivo (ver también en pg. 28), en 2013 la División Personas llevó a cabo un proceso de capacitación a gran escala, acción que se refleja en el aumento de las horas lectivas con respecto al año anterior. En un lapso de cinco meses, dos mil ejecutivos de cuenta de la red de sucursales, pertenecientes a todos los segmentos, participaron en 32 mil horas de actividades con el fin de estructurar un modelo de atención homogéneo, institucional y diferenciador, centrado en las personas y en la experiencia del cliente.

Para monitorear la experiencia y efectividad de este proceso a lo largo del año, se realizaron permanentes encuentros de feedback entre los empleados de la red de sucursales y los gerentes responsables de la implementación.

A estas capacitaciones enfocadas en la sistemática comercial, se suman los programas de formación ya existentes como Trainee, Entrénate y Entrénate, formación a tu medida. En 2013, la iniciativa Trainee se amplió a regiones, por lo que 23 ejecutivos de distintos segmentos y territoriales de regiones participaron en el primer programa de este tipo. También se incorporó un taller de innovación al programa Entrénate, abierto a todos los funcionarios.

INDICADORES DE FORMACIÓN

| | 2011 | 2012 | 2013 |
|---|-----------|-----------|-----------|
| Inversión anual (M\$) | 1.928.000 | 2.199.451 | 2.075.000 |
| Horas de formación desglosadas por categoría de empleados | | | |
| Administrativos | 35 | 38 | 50 |
| Profesionales | 32 | 37 | 34 |
| Supervisores | 37 | 32 | 28 |
| Porcentaje de participantes sobre la plantilla | 79% | 90% | 76% |
| Distribución de participantes por segmento | | | |
| Administrativos | 47% | 58% | 42% |
| Profesionales | 40% | 28% | 41% |
| Supervisores | 13% | 14% | 17% |
| Evaluación de satisfacción de los participantes (1 a 7) | 6,7 | 6,8 | 6,7 |
| Horas lectivas (total) | 334.450 | 305.104 | 373.880 |

MÁS SATISFECHOS

Los indicadores de satisfacción de empleados y clientes mejoraron después de las siguientes medidas adoptadas:

- Se estabilizó el tiempo de permanencia de los ejecutivos en una misma sucursal y cartera (mínimo un año y medio).
- Se estableció que antes de asumir una cartera, todos los nuevos ejecutivos deben realizar un programa formativo (programa Trainee).
- Se definió que la elección de los cargos directivos de la red de sucursales se debe compartir previamente en un comité directivo.
- Se monitoreó el horario de salida de las personas de la red de sucursales.
- Se implementó un plan salarial.

EL MEJOR LUGAR PARA TRABAJAR

Para monitorear el ambiente interno y los niveles de motivación, compromiso y satisfacción, y elaborar propuestas concretas para detectar las oportunidades de mejora, el banco aplica anualmente dos herramientas: la encuesta de Clima y el Great Place to Work.

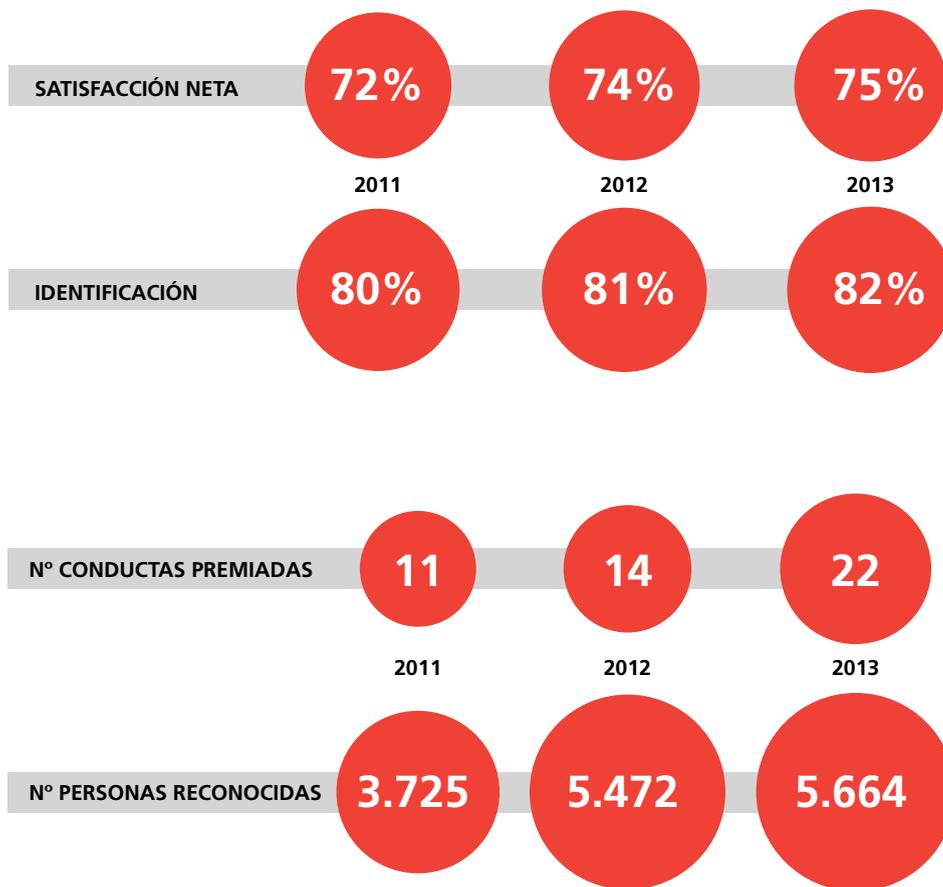
La tasa de respuesta de la encuesta anual de Clima fue de un 83% y todas las dimensiones tuvieron una variación positiva respecto al 2012. Los resultados le otorgaron especial valor a Banco Santander como un buen lugar de trabajo, donde destacan las oportunidades de desarrollo, la comunicación organizacional, la opinión sobre los supervisores, el sentido de pertenencia y los beneficios ofrecidos por la empresa.

Además, desde 2011 - el Año del Servicio - se incorporaron preguntas relacionadas con la percepción del servicio que entregado y la satisfacción de los clientes con los servicios del banco. En 2013, éstas tuvieron un alza significativa de 3.86 y 11.7, respectivamente.

Los resultados anteriores muestran un avance en la satisfacción neta del empleado y en su percepción sobre el banco como el mejor lugar para trabajar.

RECONOCIMIENTOS

La empresa distingue anualmente a aquellas personas que mejor representan los valores que quiere destacar, ya que este tipo de iniciativa promueve la meritocracia e impacta positivamente en el clima laboral. Para sumar esfuerzos en la construcción del mejor lugar para trabajar, en 2013



se aumentaron al doble las conductas premiadas, destacando las campañas "Transmite positivo", "Santander eres Tú" y "Mejor Compañero".

Estos reconocimientos se entregan a través de una serie de instancias, entre las que destacan las ceremonias masivas que se

llevan a cabo anualmente, como "Semanas de Reconocimiento", "Ceremonias de Compromiso y Fidelidad", "Estrellas de Servicio" y "Santander Personas Awards".

PREMIO A LA INCLUSIÓN SOCIAL

En la segunda versión del Reconocimiento ESI - para aquellas organizaciones que generan oportunidades concretas de inclusión socio-laboral a personas con discapacidad física - la Mutual de Seguridad CChC, con el patrocinio del Servicio Nacional de la Discapacidad del Gobierno de Chile (SENADIS), premió al banco en la categoría "Reinserción Laboral".

El motivo de la distinción fue el caso de la ejecutiva de crédito Claudia Dazarola quien, tras sufrir un accidente de trayecto en 2009, que le ha significado años de rehabilitación, volvió a desempeñarse normalmente en sus funciones e incluso aumentó sus responsabilidades dentro de la empresa.

Las promociones constituyen otro elemento relevante en el contexto del impulso de la meritocracia. En 2013, éstas beneficiaron a 1.159 personas.

EVALUACIONES

Otro elemento esencial y estratégico de la meritocracia son las evaluaciones de desempeño. Anualmente se analiza este factor para informar a los empleados sobre sus avances y sus necesidades de formación, y poder ofrecerles oportunidades de desarrollo profesional. En el período se evaluó al 99% de los empleados (10.692 funcionarios).

También se realiza una evaluación ascendente, en la que los empleados

analizan el desempeño de sus supervisores, lo que en 2013 abarcó a 1.501 supervisores.

DESARROLLO DE TALENTOS

Para fomentar la meritocracia, el crecimiento y el desarrollo de talentos, la empresa ha creado varias alternativas para impulsar el progreso profesional:

- A nivel internacional: debido a su naturaleza de Grupo presente en 22 países, cuenta con tres programas de

esta naturaleza, Futuros Directivos (FUDIS), Santander Executive Training Programme (STEP) y el programa de pasantías Mundo Santander.

- A nivel local: los programas locales ALAS y DELTA enfatizan aquellas habilidades que permitan potenciar la carrera profesional.

PROGRAMAS LOCALES DE FORMACIÓN Y DESARROLLO DE TALENTO

| | 2011 | | 2012 | | 2013 | | Observaciones |
|---------------------------------------|---------------|-----------|---------------|-----------|---------------|-----------|--|
| | Participantes | Ediciones | Participantes | Ediciones | Participantes | Ediciones | |
| Step | 3 | 2 | 4 | 3 | 6 | 4 | 1 activo + 3 en el extranjero + 2 han pasado por Chile |
| Fudi (en Chile) | 45 | 11 | 51 | 12 | 34 | 13 | 22 graduados + 12 activos a diciembre 2013 |
| Fudi (chilenos en el extranjero) | 24 | 8 | 29 | 9 | 26 | 13 | 26 a dic. 2013 |
| Pasantías (chilenos en el extranjero) | 34 | 2 | 42 | 3 | 55 | 4 | 42 + 13 durante el 2013 |
| Total | 106 | 23 | 126 | 27 | 121 | 24 | |

Fuente: División Personas, 2013.

PROGRAMAS INTERNACIONALES DE FORMACIÓN Y DESARROLLO DE TALENTO

| | 2011 | | 2012 | | 2013 | |
|-----------------|---------------|-----------|---------------|-----------|---------------|-----------|
| | Participantes | Ediciones | Participantes | Ediciones | Participantes | Ediciones |
| Programa ALAS | 124 | 4 | 156 | 5 | 203 | 6 |
| Programa DELTA | 79 | 2 | 79 | 2 | 100 | 3 |
| Programa RED-Y* | - | - | - | - | 11 | 2 |

*En 2011 se realizó la primera edición de este programa (3 ingresos).

➔ **“Realmente este Grupo entrega muchas posibilidades de desarrollo. Primero estudié un magíster y ahora parto a Madrid por tres años por medio del Programa STEP (Santander Executive Training Program)”.**

SERGIO ROBLES

Jefe de Metodología División Riesgos de Banco Santander



COMPENSACIONES

En 2013, Banco Santander entregó un total de MM\$ 307.910 en compensaciones a sus empleados. El ingreso mínimo percibido alcanzó los \$ 512.219, lo que significa un 144% más que el ingreso mínimo del país, fijado el 1 de agosto de 2013 en \$ 210.000.

BENEFICIOS

Además de las retribuciones fijas y variables que componen el sistema de compensación total en Santander, los profesionales disfrutaban de una serie de beneficios para ellos y sus familias. Durante el período, se invirtieron MM\$ 25.794 por este concepto (monto que no incluye los convenios colectivos).

VIVE SANTANDER: “Nos importas tú y tu vida”. Congrega todas aquellas iniciativas que buscan una relación equilibrada entre el trabajo y la vida personal. Entre ellos destacan el día de trabajo con hijos y con la mamá, horario flexible y horario full flexible, los Jeans Day, el Día de la Red, las tardes libres (hasta tres al año) y VIVE Plus. También existe el programa Cruza las Fronteras para profundizar el aprendizaje de un idioma y los aventones, que fomentan el uso compartido del auto hacia y desde el lugar de trabajo.

CRECE SANTANDER: “Nos importas tú y tu desarrollo” incluye todos los programas descritos en “Reconocimientos” y “Desarrollo de talentos”.

DISFRUTA SANTANDER: “Nos importas tú y tu bienestar”. Agrupa a diversas iniciativas y beneficios orientados a la calidad de vida integral de todos los funcionarios, como el amplio abanico de panoramas Santander, la oferta cultural, convenios de diversa índole e iniciativas para mejorar la calidad de vida, así como beneficios académicos.

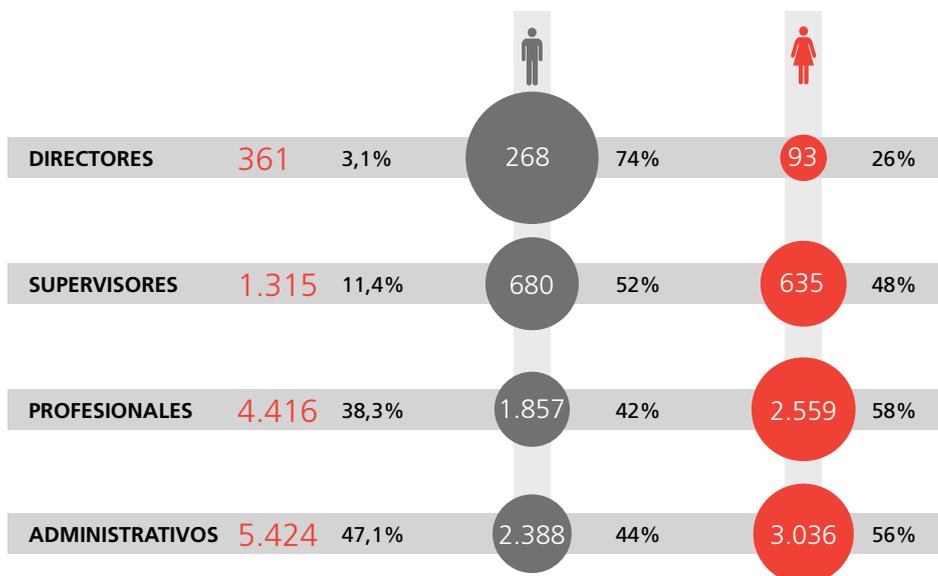
| INDICADORES DEMOGRÁFICOS | 2011 | 2012 | 2013 |
|----------------------------|--------|--------|--------|
| Dotación | 11.566 | 11.713 | 11.516 |
| Contrato indefinido | 11.502 | 11.661 | 11.439 |
| Contrato plazo fijo | 64 | 52 | 77 |
| Jornada completa | 11.566 | 11.317 | 11.516 |
| Promedio antigüedad (años) | 8,63 | 8,76 | 9,21 |

- Un 55% de los empleados de Banco Santander son mujeres.
- En 2013 hubo 1.607 nuevas contrataciones.
- Un 37% de la dotación tiene entre 30 y 40 años de edad; un 26% entre 40 y 50, un 23% menos de 30, y un 14% más de 50.
- Las medidas implementadas por Banco Santander han logrado reducir los índices de rotación media, bajando de 13,8% en 2011 a 10,6% en 2013. Destaca el hecho que la rotación de las mujeres bajara de 12,7% en 2011 a 9,7% en 2013.

CANALES DE COMUNICACIÓN

La empresa ha instaurado cuatro vías de comunicación para responder consultas y proveer a los empleados la información para maximizar los beneficios ofrecidos. Se trata del Centro de Contacto Virtual (CAV), los Centros de Atención Presencial Fijo y Móvil (CAP Móvil), y el Centro de Contacto Telefónico.

Respecto de los cargos de mayor a menor responsabilidad, durante 2013 se registró la siguiente composición:



SINDICATOS

Banco Santander mantiene un diálogo permanente y basado en el respeto mutuo con las distintas representaciones legales de los trabajadores. La finalidad es asegurar adecuados niveles de entendimiento e interlocución. Para salvaguardar este aspecto, la empresa además ha implantado una política de puertas abiertas, en la que la Gerencia de Relaciones Laborales y Servicios a Personas ocupa un rol esencial.

Esta comunicación fluida con los sindicatos se traduce en encuentros trimestrales con altos directivos del banco, así como la participación en foros y seminarios de diversa índole, realizados entre diciembre y julio del período reportado. Además, durante el año reportado, dirigentes sindicales de todo el país asistieron al seminario "Felicidad

en la empresa y la familia", dictado por el consultor internacional Wenceslao Unanue.

El cierre del proceso de negociaciones colectivas con varios sindicatos, contemplado para diciembre 2014, concluyó exitosamente en marzo 2014, beneficiando a más de 8.500 empleados.

SALUD Y SEGURIDAD

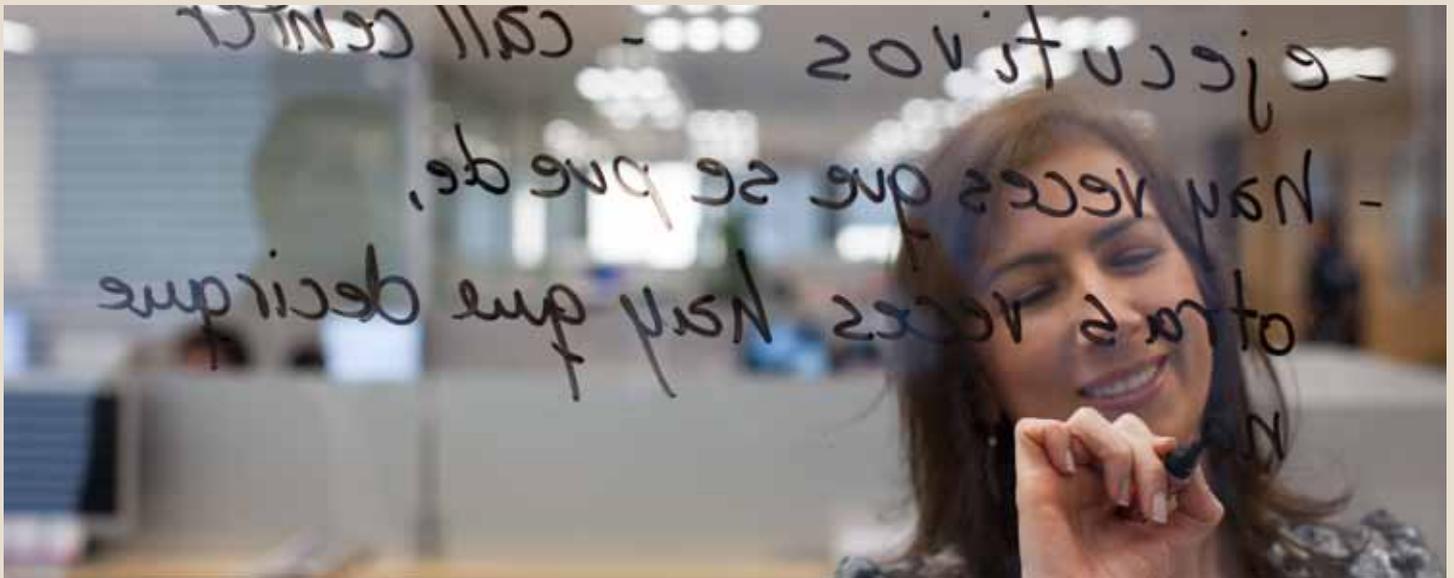
Banco Santander promueve un entorno basado en la seguridad y salud laboral de sus empleados, con especial atención a la prevención de riesgos laborales, más allá de las obligaciones legales. Es así como el modelo de salud Santander establece algunos énfasis corporativos:

- Modelos asistenciales y de reconocimiento estandarizados.

- Protocolos específicos de medicina preventiva.
- Campañas de promoción de hábitos saludables.

Durante 2013, se continuaron las iniciativas permanentes y, de manera complementaria, se realizaron actividades específicas en torno al tema:

- Planes de evacuación para emergencias por sucursales: se generaron planes de evacuación para las principales sucursales de la red de sucursales.
- Ejercicios de evacuación total con corte de energía en edificios centrales.
- Capacitación en sucursales sobre uso y manejo de extintor percutando equipo.



INDICADORES DE SINDICALIZACIÓN

| | 2011 | 2012 | 2013 |
|--|-------|-------|-------|
| Nº de empleados | 7.538 | 7.771 | 8.521 |
| Porcentaje de sindicalización | 65% | 66% | 64% |
| Nº de sindicatos | 21 | 21 | 22 |
| Porcentaje de empleados cubiertos por contrato colectivo | 100% | 100% | 100% |
| Tasa de sindicalización en Chile* | 11,8% | 12,2% | s/i |

*Fuente: Compendio de Series Estadísticas 1990-2012, Dirección del Trabajo; pg. 23.

INDICADORES DE SALUD Y SEGURIDAD

| | 2011 | 2012 | 2013 |
|---|---------|---------|---------|
| % total de colaboradores representados en comités paritarios | 100% | 100% | 100% |
| Horas no trabajadas por enfermedad común y accidente no laboral | 701.293 | 700.102 | 730.133 |
| Tasa de absentismo | 3,40% | 3,6% | 3,8% |
| Gravedad de accidentes de trabajo (días no trabajados) | 4.058 | 3.601 | 3.299 |
| Incidencia de accidentes mortales | 0 | 0 | 0 |

4

INVERSIÓN
SOCIAL



Universia agrupa a 60 universidades, lo que representa un 99% de la comunidad nacional en este ámbito, con 884.930 estudiantes.

La política de sostenibilidad de Banco Santander establece que la empresa debe contribuir e impulsar el desarrollo económico y social de las comunidades en las que está presente. Ello, a través de iniciativas que promueven la educación en sus distintas etapas, el emprendimiento, la inclusión financiera y la cultura.

Uno de sus principales focos es la inversión en la educación superior, como impulso para generar el cambio necesario y colaborar con el desarrollo social del país. A través de la División Global Santander Universidades, el Grupo Santander coopera desde hace más de 17 años con numerosas casas de estudios superiores en el mundo. Se trata de una iniciativa internacional y emblemática de la entidad, la que actualmente cuenta con cerca de 1.100 convenios de colaboración con universidades y centros educativos de todo el mundo. A través de estas alianzas, se impulsan proyectos que apuntan a mejorar la educación.

Para dar cuenta de esta iniciativa en Latinoamérica, se ha implementado el Plan de Apoyo a la Educación Superior (PAES) en Argentina, Brasil, Chile, México, Puerto Rico y Uruguay. En nuestro país, los pilares del programa se basan en:

- 1. Responsabilidad social:** apoyar el desarrollo profesional y personal de los estudiantes, profesores e instituciones académicas, contribuyendo al progreso económico y social para una sociedad más justa y equilibrada.
- 2. Reconocimiento en la sociedad:** compromiso con el desarrollo académico y tecnológico de las instituciones de educación superior del país
- 3. Apoyo directo:** a los diferentes colectivos de la comunidad académica a través de diversas actividades tangibles:
 - a. Becas Santander Universidades: fomentar la movilidad internacional de estudiantes y profesores, facilitar el acceso a la universidad a estudiantes desfavorecidos económicamente, a promover la investigación y formación especializada de profesores a través de becas de postgrado, y a desarrollar prácticas profesionales.
 - b. Innovación y emprendimiento: impulsar la creación de empresas innovadoras con alto potencial de crecimiento.
 - c. Desarrollo tecnológico: entrega de la credencial universitaria TUI (tarjeta universitaria inteligente) a aquellas

comunidades universitarias con las que se tiene convenio. La TUI permite obtener diversos beneficios y se puede utilizar de diferentes formas.

- d. Investigación científica: premio creado en 2013, que busca ser un referente y estímulo para promover el desarrollo de la ciencia en beneficio de la sociedad.

En 2011, el PAES anunció una inversión en Chile de US\$ 15 millones y la entrega de casi mil becas por un total de US\$ 5 millones hasta fines de 2013, desglosadas en becas de movilidad internacional, Top China, Becas Iberoamérica y otros programas de apoyo al mundo universitario. Al finalizar el período de dicho programa, se habían entregado 971 becas a lo largo de los tres años:

| | |
|------------|-------------------------|
| 900 | Becas internacionales |
| 25 | Pedagogía |
| 6 | Red Emprendia |
| 6 | Biairi |
| 6 | Periodismo |
| 2 | Investigación |
| 26 | Emprendimiento |
| 971 | 97% cumplimiento |

PLAN DE BECAS DE MOVILIDAD INTERNACIONAL

En 2013, se asignaron los siguientes apoyos:

- 100 becas de movilidad internacional de libre elección.
- 175 becas Iberoamérica para estudiantes de pregrado:
 - 144 becas ya adjudicadas y con becarios identificados.
 - 31 becas ya asignadas a las universidades y en proceso de selección.
- 30 becas Iberoamérica para jóvenes profesores e investigadores:
 - 23 becas ya asignadas y con becarios identificados.
 - 2 becas ya asignadas y en proceso de selección.
 - 2 becas reasignadas a RedEmprendia.
 - 3 becas reasignadas a EFE (aportes para cubrir dos becas)

(Ver desglose y descripciones de las becas en Apoyo Educación Superior/Becas Santander en la web corporativa).

INNOVACIÓN Y EMPRENDIMIENTO

En la versión 2013 del Premio Visión Emprendedora 100k Santander Universidades participaron 57 compañías, y se entregaron U\$S 125.000 en premios para las dos categorías.

1. EMPRESAS EN CRECIMIENTO

Premio: US\$ 100.000

Primer lugar: Bookmart, empresa de venta de libros digitales. La compañía desarrolló una aplicación que permite bajar libros por capítulos y ya cuentan con más de un millón de títulos. La idea nació a raíz de la costumbre universitaria de fotocopiar exclusivamente los acápites que se están estudiando.

2. EMPRESAS SEMILLA

Premio: US\$ 5.000 para cada ganador.

Los postulantes también participaron en un taller de emprendimiento para conocer otros proyectos, cómo presentar iniciativas a potenciales inversionistas y para crear redes con otros participantes.

- **ECOFERT (USM):** sistema para higienizar lodos peligrosos de aguas servidas y riles, provocados por actividad humana e industrial.
- **AMBIOTEK (USACH):** sistema de mantención para rieles mineros, de manera sustentable y amigable con el medio ambiente, utilizando energía solar en sus procesos, materiales orgánicos para su producción e impacto positivo en las comunidades aledañas.
- **TBAND (USM):** banda adhesiva que detalla historia de variaciones de temperatura de productos, ideal para las "cadenas de frío" de fármacos, productos congelados o que necesitan de frío para su mantención.
- **WORKET (PUCV):** desarrolla una plataforma web donde empresas pueden encontrar proveedores de servicios, los que son medidos en un ranking, por lo que su reputación será conocida, obteniendo confianza, variedad y rapidez para seleccionarlos.
- **CLOUDINTELLIGENCE (PUC):** desarrolla un software de inteligencia de negocios a bajo precio, pensado en empresas pequeñas, les entrega información relacionada con las ventas, permitiendo tomar decisiones oportunas sin gastar grandes sumas de dinero en informes.

TARJETAS INTELIGENTES

Banco Santander posee actualmente 6,3 millones de Tarjetas Universitarias Inteligentes (TUI), desarrollados en conjunto con 262 universidades de once países. En

Chile, en 2013 se sumó la Universidad de Antofagasta a las 38 instituciones que ya la poseen. Para la ocasión, se entregó a casi 5.000 alumnos y 780 funcionarios y académicos, con lo que a la fecha, las TUI emitidas desde inicios de este proyecto bordean las 1.100.000 credenciales.

Este carnet sirve como tarjeta BIP para el Transantiago, para las bibliotecas, casinos y estacionamientos de las casas de estudio; y también se puede utilizar como Redcompra, en cajeros automáticos y en las redes internacionales Cirrus y Maestro.

EN PRO DE LA INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA

Banco Santander también apoya la investigación científica, por lo que a partir de este año, instaura el Premio a la Investigación Científica Universitaria Santander. La primera versión convocó a los investigadores que trabajan en la cura y prevención del cáncer, para distinguir en dos categorías y otorgar una beca de movilidad internacional de US\$5.000 para el investigador titular de cada categoría en alguno de los centros de la red Universitaria o Santander Universidades.

CATEGORÍA SENIOR

Premio: US\$ 70.000

Ganador: equipo de investigadores dirigido por el doctor Luis Burzio Eriz (UAB).

Proyecto: "Los ARN'S mitocondriales no codificantes como blancos generalizados para el diagnóstico y terapia del cáncer".

CATEGORÍA INICIO

Premio: US\$ 30.000

Ganador: equipo de investigación liderado por la doctora Claudia Quezada (U. Austral)

Proyecto: "Estudio de la quimiorresistencia del glioblastoma multiforme humano".

UNIVERSIA

Se trata de la red de universidades más importante del mundo, y tiene por finalidad promover el desarrollo social y empresarial a través de cuatro líneas de acción:



A nivel internacional, agrupa a 1.262 universidades iberoamericanas de 23 países, representando así a 16,2 millones de alumnos y profesores. A fines de 2013, lanzó la convocatoria para el III Encuentro Internacional de Rectores Universia en Río de Janeiro, al que se proyecta que asistirán 1.100 universidades.

En Chile, esta iniciativa impulsada por Banco Santander agrupa a 60 universidades, lo que representa un 99% de la comunidad nacional en este ámbito, con 884.930 estudiantes.

ENCUENTROS DE RECTORES

Durante el año, se realizaron dos eventos de este tipo organizados por Universia: una sesión especial en la Quinta Región, y el encuentro tradicional en Santiago. El primero de ellos se llevó a cabo en la Universidad Técnica Federico Santa María, y centró su discusión en torno a los tres proyectos de ley relacionados con la educación superior que fueron ingresados al Congreso: la nueva agencia de acreditación, la superintendencia de Educación y el financiamiento estudiantil. Para ello, se invitó a exponer al diputado Romilio Gutiérrez, ex presidente y actual integrante

de la Comisión de Educación de la Cámara Baja, y al abogado Raúl Figueroa, jefe de asesores del Ministerio de Educación.

El segundo se organizó para conocer las propuestas de los programas de las candidaturas presidenciales respecto a la educación superior. Ante la audiencia expusieron los representantes de los comandos de Evelyn Matthei, Marco Enríquez-Ominami, Franco Parisi y Michelle Bachelet.

- 115 portales de empleo en Chile (pertenecientes a instituciones de educación superior).
- 4 ferias a nivel nacional para inserción laboral.
- 1.174.362 empleos intermediados a través de la comunidad laboral (estimación del 40% sobre el total de vacantes publicadas al año).
- 432.472 de ellos son ofertas para titulados universitarios iberoamericanos.
- 869.012 empleos intermediados en el período.
- 272.297 de ellos son ofertas para titulados universitarios chilenos.

VACANTES DE EMPLEO



POSTULACIONES



INVERSIÓN EN LA COMUNIDAD

Una segunda línea de la inversión social de Banco Santander tiene por objetivo contribuir al desarrollo de las comunidades donde se insertan sus operaciones.

Este aporte se materializa a través del fomento a la educación, la promoción del voluntariado corporativo, el apoyo al emprendimiento femenino, los microempresarios y la promoción de la cultura. Y, a partir del 2013, se agregó un importante énfasis en la educación financiera.

Para amplificar el impacto de estas iniciativas, la empresa ha establecido

desde siempre alianzas de largo plazo con entidades del tercer sector (ONG, fundaciones y otras entidades sin fines de lucro). Con estas además ha establecido un diálogo fluido y constante, para conocer en profundidad las necesidades y expectativas de las comunidades locales, con especial atención a los colectivos más desfavorecidos y con menor poder adquisitivo.

EDUCACIÓN FINANCIERA

En este ámbito, el hito más importante fue el lanzamiento de Sanodelucas. Se trata de un programa de educación financiera inclusivo, que permite a todas las personas conocer y dominar a nivel de usuario los términos e instrumentos de uso habitual en la banca. De este modo, se hace posible administrar de mejor forma el dinero y los productos de ahorro y crédito disponibles.

La iniciativa, alineada con las directrices de la Organización de Cooperación para el

Desarrollo Económico (OCDE), responde a la convicción de que un sistema financiero sólido y sostenible depende de diversas variables. Una de las principales consiste en que las personas sean sujetos activos, que cuenten con las herramientas que les permitan tomar decisiones informadas en el corto y largo plazo.

La OCDE define la educación financiera como “el conocimiento y la comprensión de conceptos financieros, la habilidad, la motivación y la confianza para aplicar dichos conocimientos para saber tomar decisiones eficaces en una amplia gama de contextos financieros y mejorar la gestión financiera, el bienestar de los individuos y de la sociedad, y permitir su participación en la vida económica”.



→ **“Sanodelucas.cl me sirvió mucho. Los contenidos te muestran –de forma simple y fácil– todos esos conceptos financieros que parecen tan difíciles de entender. El sitio es súper didáctico e interactivo”.**

RAFAEL ZANETTA
Cliente



El objetivo del programa es incrementar el número de quienes integran la ciudadanía financiera que hace uso responsable de todos los productos y servicios que hoy están a su disposición, para la toma de decisiones con información útil y de calidad que dé solidez a la concreción de todos los proyectos.

Las categorías abordadas son orden del presupuesto, ahorro, financiamiento, seguros y emprendimiento, con algunas de las temáticas como las siguientes:

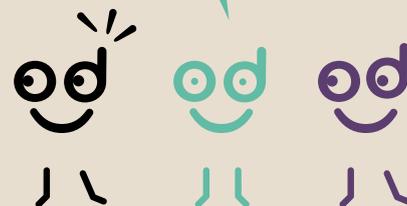
- ¿Cómo organizar mis platas?
- Me están ofreciendo un aumento de cupo.
- ¿Cómo empezar un proyecto?
- ¿Qué es el pago mínimo?
- ¿Cómo financiar la educación de mis hijos?
- ¿Cómo asegurar lo que he logrado?



Además, ofrece un diccionario con conceptos propios del mundo financiero, una innovadora herramienta para realizar un presupuesto mensual y planillas de apoyo.

En una segunda etapa, que se inicia en 2014, se reforzará el mensaje que la educación financiera es un foco relevante de la política de sostenibilidad de Banco Santander. Para ello, se realizarán cursos de formación y presencia de Sanodelucas en sucursales.

El programa se encuentra disponible en la página corporativa y también se puede acceder desde Facebook (www.facebook.com/sanodelucas) o Twitter (@sanodelucas_).



213.366

Nº de visitas mayo-diciembre

454.266

Nº de páginas vistas

La exposición inaugural de Sanodelucas estuvo a cargo del gerente general de Banco Santander, Claudio Melandri, quien se refirió a la importancia de entregar información para disminuir la brecha que existe entre las personas y las instituciones financieras. El programa fue presentado por el gerente de la División Comunicaciones, Estudios y Políticas Públicas, Pablo Correa, que expuso los lineamientos generales, y dio a conocer los objetivos y motivaciones que impulsaron al banco a desarrollar la iniciativa. Finalizando, Bernardo Larraín, presidente del Círculo Empresa y Sociedad de ICARE, habló del nuevo escenario que enfrentan las empresas con sus stakeholders. "Un escenario donde los círculos de interés de las empresas se van complejizando y donde las percepciones se convierten en realidades. Dichas percepciones se producen precisamente por la asimetría de información entre las empresas y sus clientes, que es justamente la brecha que hay que ir disminuyendo y que se aborda a través de este programa", agregó.





ALIANZAS CON EL TERCER SECTOR

FUNDACIÓN TECHO

En 2013, Banco Santander reafirmó su compromiso con TECHO para acompañar y apoyar a la fundación en todas las etapas del proceso. Se trata de construir una alianza en 360 grados, que incluya al mundo corporativo, a las comunidades y a los clientes.

• Corrida Solidaria

Banco Santander ha cumplido quince años colaborando en diferentes iniciativas con la Fundación TECHO. En 2013, se concretó a través de la cuarta corrida solidaria Santander-TECHO. Más de 11 mil personas participaron en los circuitos 5, 10 y 21 K y la nueva categoría familiar de 2,5 K. Esta actividad deportiva, que se convirtió en la corrida solidaria más grande del país, financiará parte de la intervención que miles de voluntarios de TECHO realizan semanalmente en más de 231 campamentos y 23 villas de blocks a lo largo de Chile.

• “Emparejar la cancha”

A mediados de año se llevó a cabo la campaña Santander-TECHO “La idea es emparejar la cancha”. Banco Santander tiene un rol fundamental en la convocatoria de todos los sectores sociales, para así erradicar los cientos de campamentos que aún existe en nuestro país.

• Cena Anual de Agradecimiento

TECHO-Chile con el apoyo de Banco Santander organizó –por segundo año consecutivo– la Cena Anual de Agradecimiento, a la que asistieron más de 900 personas y empresas que colaboran permanentemente con esta Fundación, que realiza diversas acciones destinadas a superar la situación de pobreza en que viven miles de personas en el país.

El evento contó con la participación de autoridades, líderes de opinión, directivos de grandes empresas, dirigentes de campamentos y representantes del mundo del espectáculo.

CONECTA TU SEDE

En el contexto de la segunda versión del concurso “Conecta tu sede”, la empresa donó 108 computadores reacondicionados a las 54 campamentos de todo Chile que resultaron ganadoras. La iniciativa, organizada por Banco Santander en conjunto con la Secretaria Ejecutiva de Campamentos del Ministerio de Desarrollo Social y la corporación de dirigentes “También somos chilenos”, incentiva la creación de propuestas para usar estos equipos y habilitarlos en las sedes sociales. Estas herramientas tecnológicas benefician a la comunidad, reducen la exclusión digital y potencia el rol de los dirigentes sociales.

IMPULSO A LA EDUCACIÓN

FUNDACIÓN BELÉN EDUCA

Para amplificar el impacto de estas iniciativas, la empresa ha establecido desde siempre alianzas de largo plazo con entidades del tercer sector. Con éstas además ha establecido un diálogo fluido y constante, para conocer en profundidad las necesidades y expectativas de las comunidades locales, con especial atención a los colectivos más desfavorecidos y con menor poder adquisitivo.

- **Becas**
Además de las becas que entrega la División Global de Santander Universidades, la empresa apoya a estudiantes de la Fundación Belén Educa - con la que mantiene una alianza desde hace trece años - a través de becas de excelencia para los alumnos más destacados, provenientes de alguno de los doce establecimientos que conforman la organización. En 2013, se otorgaron cuatro de estas becas a estudiantes destacados por rendimiento académico, compromiso, liderazgo y responsabilidad.
- **Seminario de Administración**
Fundación Belén Educa, Santander y Empresas Copec organizaron el VI Seminario de Administración "Desafíos y

oportunidades para el emprendimiento personal", que convocó a 300 alumnos de tercero y cuarto medio de la Fundación Belén Educa. El evento tuvo lugar en el auditorio de la Sociedad de Fomento Fabril (SOFOFA).

En su presentación, Claudio Melandri, gerente general de Banco Santander, se refirió a la importancia del esfuerzo y la disciplina para conseguir los objetivos, metas y sueños que cada uno tiene.

- **Donación de computadores**
80 computadores reacondicionados, donados por la empresa a la fundación, contribuirán a reducir la brecha digital y mejorar el trabajo de alumnos, profesores y administrativos de los últimos cuatro colegios incorporados a la red educacional de la entidad: Colegio Lorenzo Sazié, Escuela Molokai, Colegio Padre Damián y Liceo Obispo Augusto Salinas.
- **Práctica profesional**
Un grupo de 26 estudiantes, provenientes de distintos colegios de la Fundación Belén Educa, realizaron una pasantía que les permitirá la obtención de su título técnico profesional. El período (de tres meses de duración) contó con el monitoreo de un supervisor de Banco Santander.

FUNDACIÓN CHILENTER

Banco Santander entregó 1.800 computadores a la Fundación Chilenter, organización que pertenece a la Red de Fundaciones de la Presidencia de la República, y cuya misión es disminuir la brecha digital de manera sustentable con el medio ambiente.

Los equipos entregados se reacondicionan en los laboratorios de Fundación Chilenter para disminuir la brecha digital siendo distribuidos a organizaciones sociales y establecimientos educacionales subvencionados de todo el país; o bien se reciclan de manera adecuada para no impactar de forma negativa en el medio ambiente.

El aporte a Chilenter se inscribe en el marco del programa "Computadores para la Comunidad". Este programa de responsabilidad social se inició el año 2000 y, a la fecha, ha permitido la entrega de más de 19 mil computadores, beneficiando a más de 325 mil personas en todo el país.





12° Premio nacional
**mujer
emprendedora**
Banefe & Santander



VOLUNTARIADO CORPORATIVO

PROYECTOS SOLIDARIOS

En 2013, se lanzó la iniciativa denominada "Proyectos Solidarios". Enfocada en las unidades y sucursales Santander de todo el país, entregó 21 aportes de \$ 500 mil para implementar las propuestas ganadoras. Algunas de ellas fueron:

- "Un nieto para un abuelo" (Santiago).
- "Devolviendo dignidad y esperanza" (Santiago).
- "Un patio para mis juegos" (Santiago).
- "Pintemos un arcoiris... ¿Te animas?" (Santiago).

- "Sembradores de esperanza en el desierto" (Iquique).
- "Construyendo sonrisas" (Ovalle).
- "Equipamiento y pintado de la escuela rural El Turco" (San Antonio).

8ª OLIMPIADA PARÉNTESIS

En la octava versión de las "Olimpiadas Solidarias Santander-Fundación Paréntesis" participaron 300 personas vinculadas a los programas de la fundación, además de los voluntarios del banco. La alianza entre

esta organización, que acoge y acompaña a personas en situación de pobreza con consumo problemático de alcohol y drogas, cumplió trece años en 2013. Además de lo anterior, Banco Santander celebró la fiesta de Navidad junto a esta misma entidad. Ambas jornadas contaron con la participación especial de voluntarios Santander.



➔ **"Cuando comencé tenía muchas dificultades, pero cuando las cosas se ponían mal mi principal inspiración fueron mis trabajadores y por ellos he seguido adelante. Esta es una gran posibilidad que me permitirá expandirme a regiones, así que el agradecimiento a Santander y Banefe es enorme".**

FRANCISCA RIESCO

Ganadora nacional Categoría Pyme.



APOYO AL EMPRENDIMIENTO

PREMIO A MUJERES EMPRENDEDORAS

En su XIIª versión, el Premio Mujer Emprendedora Banefé & Santander de la categoría "Microempresas" recayó en Linda Coloma, quien se dedica a la fabricación de envases de papel y cartón en Quilicura. La categoría "Pyme" -que se incorporó en 2012 a este certamen-, fue adjudicada a Francisca Riesco, propietaria de una empresa de máquinas expendedoras de bebidas y café en Recoleta.

En la jornada, que contó con la asistencia de la ministra del Sernam, Loreto Seguel, y del ministro de Economía, Félix de Vicente, también se distinguieron seis ganadoras zonales, tres por cada categoría:

- **"Microempresas"**: Isabel Galleguillos (zona norte), dedicada a la minería en Tambillos (Región de Coquimbo); Carmen Lastra (zona centro), dueña de una escuela de lenguaje en Chimbarongo (Región de O'Higgins), y Kristina Sams (zona sur), quien se dedica al cultivo de lavandas y posee un salón de té en Frutillar (Región de Los Lagos).
- **"Pyme"**: Brenda Bahamondez (zona norte), con un jardín infantil y sala cuna en Arica (región de Arica y Parinacota);

Laura Yáñez (zona centro), dedicada a la venta de repuestos automotrices en San Javier (Región del Maule), y María Elvira Riquelme (zona sur), que tiene una fábrica de cecinas artesanales en Valdivia (Región de Los Ríos).

Las ganadoras nacionales en ambas categorías recibieron como premio un capital de trabajo de ocho millones de pesos, además de dos cursos de capacitación y una beca para estudiar una carrera técnica de dos años, ambas extensivas a sus hijos o equipo de trabajo.

El Premio Nacional Mujer Emprendedora es un reconocimiento creado 2001, con el propósito de destacar y reconocer el esfuerzo y la capacidad emprendedora de las mujeres chilenas, constituyéndose en una importante instancia de fomento para este sector económico. Además, con doce años de trayectoria, el Premio ha jugado un rol relevante en la valoración del rol de la Mujer Emprendedora en nuestra sociedad, ya que de esta manera aporta a la familia y tiene la posibilidad de generar empleo.

DIFUSIÓN DE LA CULTURA

Como muestra del interés de Banco Santander por difundir la cultura y acercarla a la comunidad, durante 2013 se realizaron importantes actividades. Así, se presentó

el libro "Atacama", una obra que muestra esta región desde diferentes perspectivas a lo largo de 327 páginas. Desarrollado por Banco Santander en conjunto con el Museo Chileno de Arte Precolombino - una alianza que ya cumple casi treinta años -, contiene fotografías de alto nivel y textos escritos por 17 relevantes investigadores a nivel nacional. Otra obra importante presentada durante el año fue el volumen antológico "Vicente Huidobro, Poesía y Creación", del catedrático italiano Gabriele Morelli, quien ha dedicado gran parte de su carrera a la investigación de la vida y obra del poeta chileno. El trabajo contó con el apoyo de la Fundación Banco Santander.

En el ámbito musical, el director de origen indio Zubin Mehta se presentó junto a la Orquesta Filarmónica de Israel ante más de diez mil personas en el Movistar Arena en un concierto abierto a la comunidad y de categoría mundial.

Por otra parte, la ganadora del XVII Concurso Internacional de Piano Santander Paloma O'Shea, Ah Ruem Ahn, realizó cuatro conciertos en ciudades del centro y sur de Chile. Ello, en el contexto de una gira internacional más amplia que en 2013 la ha llevado a escenarios de España, Alemania, Francia, Portugal, Irlanda, la Federación Rusa, México, Bahamas, Perú y Venezuela.

5

PROCESOS
SOSTENIBLES



PROVEEDORES

En 2013, 471 proveedores fueron homologados bajo los estándares en los ámbitos técnicos, financieros, legales y fiscales.

La relación de Banco Santander con sus proveedores está basada en la ética, la transparencia y el respeto mutuo, con foco en la optimización económica y en la calidad de los servicios.

Con el objetivo de profesionalizar la función de compra, el Grupo Santander ha definido un modelo global, donde Aquanima, la sociedad especializada en adquisiciones y filial del Grupo, se encarga de homogeneizar y estandarizar procesos.

Banco Santander además evalúa a los proveedores en forma sistemática, con el fin de velar por el cumplimiento de los requerimientos descritos. También deben aprobar un proceso de selección respecto a los estados financieros y seguir los lineamientos e indicadores para minimizar riesgos y prácticas no sostenibles.

A lo largo de 2013, se monitoreó a 321 proveedores recurrentes (de un total de 573), y mensualmente, a un 20% de los proveedores elegidos aleatoriamente.

GESTIÓN DE COMPRAS RESPONSABLE

Como principio fundamental de sostenibilidad en la gestión de compras, los contratos incluyen una declaración por la que el proveedor se compromete a respetar y cumplir los 10 Principios del Pacto Mundial de Naciones Unidas, al que Banco Santander Chile está adherido desde 2003.

→ **“Tenemos una relación cercana y de larga data con el banco. Nos sentimos tan Banco Santander como cualquier empleado. Creemos que contribuimos, a través de la alimentación, a mejorar la calidad de vida de sus trabajadores”.**

PABLO ACHURRA

Gerente general de Aramark
Proveedor de Banco Santander



| Nº DE PROVEEDORES POR FACTURACIÓN | 2011 | 2012 | 2013 |
|--|------|------|------|
| MM \$600 | 79 | 71 | 63 |
| MM\$ 180 < MM\$ 600 | 85 | 74 | 83 |
| MM\$ 30 < MM\$ 180 | 160 | 180 | 206 |
| Total | 324 | 325 | 352 |

| | 2011 Total país | 2012 Total país | 2013 Total país |
|--|--------------------|--------------------|--------------------|
| Nº de proveedores (base prov. fact. > MM\$) | 710 | 543 | 573 |
| Facturación anual (MM\$) | 267 mil | 389 mil | 293 mil |
| Proveedores locales | 98% | 98% | 97,1% |
| Proveedores evaluados | 220 | 218 | 321 |

Nota: La diferencia apreciada entre 2011 y 2012 obedece a una reclasificación de los proveedores.

| PROVEEDORES POR CATEGORÍA | 2011 | 2012 | 2013 |
|--------------------------------------|-------|-------|------|
| Marketing | 23,5% | 10,1% | 17% |
| Tecnología | 18,5% | 17,9% | 20% |
| Servicios | 19,8% | 33,9% | 11% |
| Suministros | 18,1% | 16,5% | 22% |
| Infraestructura | 17,2% | 20,2% | 22% |
| Gastos descentralizados | 2,9% | 1,4% | 8% |



APOYO AL DESARROLLO DE LA SOCIEDAD

A través de los siguientes acciones, Banco Santander da cumplimiento a su política de sostenibilidad de contribuir al progreso de las comunidades donde opera:

- Al menos durante los últimos seis años, el 98% de los proveedores han sido locales, es decir, empresas que operan en el mismo ámbito geográfico en que se realiza la compra, el servicio y la facturación.

- El Sello PROpyme, otorgado por el Ministerio de Economía, y cuya vigencia se ratificó para el 2013, garantiza el pago a proveedores en un plazo máximo de 20 días post recepción de la factura. Se trata de un apoyo importante a este sector económico.

RECONOCIMIENTO 2013

23 empresas fueron distinguidas en 2013 como mejores proveedores por recibir la mejor evaluación en calidad de servicio,

tiempos de entrega y alto compromiso con las políticas internas de Banco Santander. De éstas, se destacaron Simple SPA, Serviparvus, Romero y Asociados, Hewlett Packard y TSOFT Chile, quien recibió este premio por segundo año consecutivo.

Durante la ceremonia de premiación, Pablo Correa, gerente División Comunicaciones, Estudios y Políticas Públicas de Banco Santander, expuso sobre las claves y riesgos de la economía mundial para el 2014.

HUELLA AMBIENTAL Y PLAN DE EFICIENCIA ENERGÉTICA

Banco Santander desarrolla sus actividades de forma eficiente y sostenible, evitando así daños en este ámbito. Para ello cuenta con una política ambiental que establece la medición de su huella ambiental y define que debe contar con un Sistema de Gestión Medioambiental (SGMA) que regula el consumo y gestiona los recursos.

Todos los proyectos que superan los US\$ 10 millones son sometidos a análisis de riesgo social y ambiental según los Principios del Ecuador en Project Finance. Esta metodología se suma a aquellas iniciativas internacionales más relevantes a las que ha adherido el Grupo Santander en este tema: UNEP Finance Initiative, Carbon Disclosure Project (CDP) y el ya mencionado Pacto Global de las Naciones Unidas.

INDICADORES AMBIENTALES

Banco Santander mide anualmente los indicadores ambientales más relevantes, correspondientes a las actividades desarrolladas en los edificios centrales y en la red de sucursales.

| | | 2012 | 2013 |
|-----------------------------------|---|------------|------------|
| CONSUMO DE AGUA (m ³) |  | 163.000 | 96.491 |
| CONSUMO DE ENERGIA (Kwh) |  | 13.367.336 | 13.415.095 |
| CONSUMO DE PAPEL (kgs) |  | 206.580 | 218.259 |

RESIDUOS ELECTRÓNICOS

| | | | |
|---|---|---------------|---------------|
| ORDENADORES (unidades) |  | 710 | 885 |
| IMPRESORAS, FAX, FOTOCOPIADORAS (unidades) |  | 140 | 120 |
| OTROS RESIDUOS ELÉCTRICOS ELECTRÓNICOS (unidades) |  | 117 | 3.764 |
| TOTAL (UNIDADES) | | 967 | 4.769 |
| TOTAL (KILOS) | | 24.560 | 52.256 |

Nota: El 100% de estos residuos va a reciclaje.

HUELLA DE CARBONO

Desde 2009, Grupo Santander mide, calcula y controla su huella ambiental, por lo que tiene una dimensión concreta de su impacto en el medio ambiente. En 2012, el banco inició un plan de eficiencia energética con horizonte en el 2015, que se denomina Plan 20-20-15. Los objetivos propuestos aplican a las instalaciones tanto sucursales como edificios corporativos:

- Reducir un 20% del consumo eléctrico en 2015 con respecto a 2011.
- Reducir un 20% de las emisiones en 2015 con respecto a 2011.

COMPENSACIÓN DE LA CONVENCION DE DIRECTIVOS

Por segundo año consecutivo, se calcularon y compensaron las emisiones de la Convención de Directivos anual. Como resultado, se obtuvo un total de 67 toneladas de CO², las que fueron reducidas

a través de la compra de un crédito de un proyecto de energía renovable. La certificación se realizó de acuerdo al Carbon Neutral Protocol, estándar global para la certificación de neutralidad en las emisiones de carbono.

RECERTIFICACIÓN AMBIENTAL

La empresa obtuvo por cuarto período consecutivo la certificación bajo la norma ISO 14001:2004 en los edificios corporativos. IQ Net y Aenor fueron las entidades autorizadas internacionalmente que consignaron que el Sistema de Gestión Ambiental (SGA) cumple los requisitos de la norma antes mencionada para la administración, operación y mantenimiento de las instalaciones de estos edificios, y por lo mismo renovaron su certificación por un nuevo período de tres años.

Hace diez años Banco Santander fue pionero en la industria (entre las instituciones

financieras del país), al obtener esta certificación por primera vez. Además, ha mantenido ese liderazgo, siendo recertificado ininterrumpidamente desde entonces (2003-2006; 2006-2009 y 2009-2012).

RECICLAJE

Campaña Recopila

Bajo el título de Recopila, en noviembre 2013 se inició una campaña para que los funcionarios de Servicios Centrales y de las oficinas territoriales de Valparaíso, Concepción y La Serena, depositen pilas y baterías en desuso en contenedores especialmente diseñados para ese fin. Hasta fines de diciembre, se habían recolectado 95,8 kilos de pilas usadas.

PROYECTOS PEE 2013

El Grupo define la estrategia de eficiencia energética para todas sus instalaciones, así como los mecanismos y procedimientos de decisión, control y seguimiento. En este contexto, durante 2013 se implementaron las siguientes iniciativas:

UBICACIÓN

DESCRIPCIÓN

PUESTA EN SERVICIO

AHORRO ACUMULADO KWH

Red de sucursales, compuesta por 58 sucursales y edificios centrales (Agustinas 920 y Bombero Ossa 1040).

Proyecto de iluminación eficiente y renovación de equipos de iluminación TL5 por TL8 en plataforma.

05.12.2013

s/i

Edificios Bandera 102 y Huérfanos 1269.

Proyecto de control centralizado edificios centrales, instalación de sistema de control para control de energía.

03.11.2013

2.418

PROCESO DE ELABORACIÓN DEL INFORME DE SOSTENIBILIDAD

La memoria de sostenibilidad 2013 de Banco Santander abarca la gestión y los principales logros, avances y acciones de la empresa en sus ámbitos económico, ambiental, social y de gobierno corporativo. La información presentada ha sido elaborada con las mismas técnicas de medición y cifras de reportes anteriores, y corresponde al período comprendido del 1 de enero al 31 de diciembre 2013. De este modo, la compañía cumple por 11ª vez con el ciclo anual de presentación de este tipo de documentos.

El contenido se elaboró según la Guía G3.1 del Global Reporting Initiative (GRI). Para dar cumplimiento al requerimiento de las empresas adheridas al Pacto Global de las Naciones Unidas - entidad de la que Banco Santander es miembro desde 2003 - este reporte también incluye la Comunicación en Progreso (CoP) correspondiente al período mencionado.

Los límites de cobertura y alcance del informe están representados por las operaciones de Banco Santander en Chile. También se dan a conocer de manera general las políticas corporativas y cifras globales 2012 del Grupo Santander - expresadas en euros - para graficar su presencia a nivel mundial. Los números relativos a las operaciones en el país están expresados en CLP. No hubo cambios significativos en este período reportado.

Se han establecido como límites de cobertura y alcance de este informe, aquellos aspectos que se encuentran enmarcados dentro del ámbito de las operaciones de Banco Santander en Chile, lo que abarca Banca Comercial, Banefe y Santander Global Banking&Markets.

Según lo señalado anteriormente, se han respetado los principios y requisitos de Global Reporting Initiative para optar a una categoría de reporte "B".

MATERIALIDAD

La elaboración del documento estuvo a cargo de la División Comunicaciones, Estudios, Políticas Públicas y Sostenibilidad en colaboración con todas las divisiones de Banco Santander, quienes validaron y documentaron los datos presentados.

Para definir la materialidad del informe, se analizaron aquellos aspectos de sustentabilidad más relevantes para Banco Santander, los permanentes diálogos sostenidos con los grupos de interés, las entrevistas realizadas a los principales ejecutivos de la compañía y se revisaron los principales documentos de la empresa.

Este documento se encuentra disponible en www.santander.cl, junto a los informes publicados con anterioridad.

6

ÍNDICE DE
CONTENIDOS GRI



| INDICADOR GRI 3.1 | DESCRIPCIÓN | Profundidad | Ubicación | Principio del Pacto Global | Explicación |
|-------------------------------------|--|-------------|-----------|--|---|
| 1. Estrategia y análisis | | | | | |
| 1.1 | Declaración del máximo responsable de la toma de decisiones de la organización. | Completo | 2 | | |
| 1.2 | Descripción de los principales impactos, riesgos y oportunidades de sostenibilidad. | Completo | 4 | | |
| 2. Perfil de la organización | | | | | |
| 2.1 | Nombre de la organización. | Completo | 7 | No se especifica este Principio en una CoP | |
| 2.2 | Principales marcas, productos y/o servicios. | Completo | | | Con el fin de no extenderse, este indicador se detalla en el Informe Anual y en la web corporativa www.santander.cl/nuestros_productos |
| 2.3 | Estructura operativa de la organización, incluidas las principales divisiones, entidades operativas, filiales y negocios conjuntos (joint ventures). | Completo | 7 | | |
| 2.4 | Localización de la sede principal de la organización. | Completo | 65 | | |
| 2.5 | Número de países en los que opera la organización y nombre de los países en los que desarrolla actividades significativas. | Completo | 14-15 | | |
| 2.6 | Naturaleza de la propiedad y forma jurídica. | Completo | 65 | | |
| 2.7 | Mercados servidos | Completo | 7, 14-15 | | |
| 2.8 | Dimensiones de la organización informante. | Completo | 7, 9, 13 | | |
| 2.9 | Cambios significativos durante el periodo cubierto por la memoria. | Completo | 53 | | |
| 2.10 | Premios y distinciones recibidos durante el periodo informativo. | Completo | 10-11 | | |
| 3. Parámetros del reporte | | | | | |
| PERFIL DEL REPORTE | | | | | |
| 3.1 | Periodo cubierto por la información contenida en la memoria. | Completo | 53 | No se especifica este Principio en una CoP | |
| 3.2 | Fecha de la memoria anterior más reciente. | Completo | 53 | | |
| 3.3 | Ciclo de presentación de memorias. | Completo | 3, 53 | | |
| 3.4 | Punto de contacto para cuestiones relativas a la memoria o su contenido. | Completo | 65 | | |

| INDICADOR | DESCRIPCIÓN | Profundidad | Ubicación | Principio del Pacto Global | Explicación |
|--|---|-----------------|-----------|--|---|
| GRI 3.1 | | | | | |
| ALCANCE Y COBERTURA DEL REPORTE | | | | | |
| 3.5 | Proceso de definición del contenido de la memoria. | Completo | 53 | No se especifica este Principio en una CoP | |
| 3.6 | Cobertura de la memoria. | Completo | 53 | | |
| 3.7 | Indicar la existencia de limitaciones del alcance o cobertura de la memoria. | Completo | 53 | | |
| 3.8 | La base para incluir información en el caso de negocios conjuntos (joint ventures), filiales, instalaciones arrendadas, actividades subcontratadas y otras entidades que puedan afectar significativamente a la comparabilidad entre periodos y/o entre organizaciones. | Sin información | | | La información presentada está claramente delineada y, por ende, no afecta la comparabilidad. |
| 3.9 | Técnicas de medición de datos y bases para realizar los cálculos. | Completo | 53 | | |
| 3.10 | Descripción del efecto que pueda tener cualquier reformulación de información perteneciente a memorias anteriores, y sus razones. | Completo | 53 | | No hay cambios por efecto de reexpresión de información de los indicadores, en relación a lo presentado en el punto anterior. |
| 3.11 | Cambios significativos relativos a periodos anteriores en el alcance, la cobertura o los métodos de valoración aplicados en la memoria. | Completo | 53 | | |
| ÍNDICE DEL CONTENIDO DEL GRI | | | | | |
| 3.12 | Tabla que indica la localización de los contenidos básicos en la memoria (Índice). | Completo | Solapa 1 | No se especifica este Principio en una CoP | |
| VERIFICACIÓN | | | | | |
| 3.13 | Política y práctica actual en relación con la solicitud de verificación externa de la memoria. | Sin información | | No se especifica este Principio en una CoP | Banco Santander, al igual que en todas las versiones anteriores, no ha aplicado una verificación externa. |
| GOBIERNO | | | | | |
| 4.1 | Estructura de gobierno de la organización, incluyendo los comités del máximo órgano de gobierno. | Completo | 21, 22 | P 1-10 | |
| 4.2 | Funciones del más alto ejecutivo. | Completo | 21, 22 | P 1-10 | |
| 4.3 | Estructura directiva unitaria. | Completo | 21 | P 1-10 | |
| 4.4 | Mecanismos de los accionistas y empleados para comunicar recomendaciones o indicaciones al máximo órgano de gobierno. | Completo | 22,23 | P 1-10 | |
| 4.5 | Vínculo entre la retribución de los miembros del máximo órgano de gobierno, altos directivos y ejecutivos y el desempeño de la organización. | Completo | 23 | P 1-10 | |
| 4.6 | Procedimientos implantados para evitar conflictos de intereses en el máximo órgano de gobierno. | Completo | 23 | P 1-10 | |
| 4.7 | Procedimiento de determinación de la capacitación y experiencia exigible a los miembros del máximo órgano de gobierno. | Completo | 21, 22 | P 1-10 | |
| 4.8 | Declaraciones de misión y valores desarrolladas internamente, códigos de conducta y principios relevantes para el desempeño económico, ambiental y social. | Completo | 6, 24 | P 1-10 | |

| INDICADOR GRI 3.1 | DESCRIPCIÓN | Profundidad | Ubicación | Principio del Pacto Global | Explicación |
|---|--|-----------------|-------------------|--|--|
| 4.9 | Procedimientos del máximo órgano de gobierno para supervisar la identificación y gestión, por parte de la organización, del desempeño económico, ambiental y social. | Completo | 22 | P 1-10 | |
| 4.10 | Procedimientos para evaluar el desempeño propio del máximo órgano de gobierno, en especial con respecto al desempeño económico, ambiental y social. | Completo | 22 | P 1-10 | |
| COMPROMISOS CON INICIATIVAS EXTERNAS | | | | | |
| 4.11 | Descripción de cómo la organización ha adoptado un planteamiento o principio de precaución. | Completo | 19, 23 | P 7 | |
| 4.12 | Principios o programas sociales, ambientales y económicos externos, así como cualquier otra iniciativa externa que la organización suscriba o apruebe. | Completo | 19, 42-43, 47, 49 | P 1 y 10 | Estos lineamientos están definidos de manera corporativa e informadas en www.santander.com/políticas . |
| 4.13 | Principales asociaciones a las que pertenece y apoya. | Completo | 11 | P 1 y 10 | |
| PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS | | | | | |
| 4.14 | Relación de grupos de interés que la organización ha incluido. | Completo | 16, 27 | No se especifica este Principio en una CoP | |
| 4.15 | Base para la identificación y selección de grupos de interés con los que la organización se compromete. | Completo | 16, 27 | | |
| 4.16 | Enfoques adoptados para la inclusión de los grupos de interés, incluidas la frecuencia de su participación por tipos y categoría de grupos de interés. | Completo | 16, 27 | | |
| 4.17 | Principales preocupaciones y aspectos de interés que hayan surgido a través de la participación de los grupos de interés. | Completo | 16, 27 | | |
| DESEMPEÑO ECONÓMICO | | | | | |
| EC1 | Valor económico directo generado y distribuido . | Completo | 9 | | |
| EC2 | Consecuencias financieras y otros riesgos y oportunidades para las actividades de la organización debido al cambio climático. | Completo | 49 | P 7 | |
| EC3 | Cobertura de las obligaciones de la organización debidas a programas de beneficios sociales. | Sin información | | | Banco Santander no registró este indicador durante el período. |
| EC4 | Ayudas financieras significativas recibidas de gobiernos. | Sin información | | | |
| PRESENCIA EN EL MERCADO | | | | | |
| EC5 | Rango de las relaciones entre el salario inicial estándar y el salario mínimo local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas. | Completo | 36 | | |
| EC6 | Política, prácticas y proporción de gasto correspondiente a proveedores locales. | Completo | 50 | | |
| EC7 | Procedimientos para la contratación local y proporción de altos directivos procedentes de la comunidad local. | Sin información | | | El Modelo Corporativo de Recursos Humanos de Grupo Santander está orientado a atraer y retener a los mejores profesionales en los países en los que está presente, por lo que no cuenta con este tipo de procedimientos específicos. |

| INDICADOR GRI 3.1 | DESCRIPCIÓN | Profundidad | Ubicación | Principio del Pacto Global | Explicación |
|--|--|-----------------|---------------|--|---|
| IMPACTOS ECONÓMICOS INDIRECTOS | | | | | |
| EC8 | Desarrollo e impacto de las inversiones en infraestructuras y los servicios prestados principalmente para el beneficio público mediante. | Completo | 39, 42, 44-47 | No se especifica este Principio en una CoP | |
| EC9 | Entendimiento y descripción de los impactos económicos indirectos significativos, incluyendo el alcance de dichos impactos. | Completo | 39, 42, 44-47 | | |
| INDICADORES DE IMPACTO ECONÓMICO Y SOCIAL | | | | | |
| Indicadores del desempeño ambiental | | | | | |
| MATERIALES | | | | | |
| EN1 | Materiales utilizados, por peso o volumen. | Completo | 51 | P 8 | |
| EN2 | Porcentaje de los materiales utilizados que son materiales valorizados. | Completo | 51 | P 8 y 9 | |
| ENERGÍA | | | | | |
| EN3 | Consumo directo de energía desglosado por fuentes primarias. | Parcial | 51 | P 8 | No está desglosado por fuentes, ya que es información no considerada material por Banco Santander. |
| EN4 | Consumo indirecto de energía desglosado por fuentes primarias. | Sin información | | P 8 | Se trata de información considerada no material por Banco Santander. |
| EN5 | Ahorro de energía debido a la conservación y a mejoras en la eficiencia. | Completo | 52 | P 8 y 9 | |
| EN6 | Iniciativas para proporcionar productos y servicios eficientes en el consumo de energía o basados en energías renovables, y las reducciones en el consumo de energía como resultado de dichas iniciativas. | Completo | 52 | P 8 y 9 | |
| EN7 | Iniciativas para reducir el consumo indirecto de energía y las reducciones logradas con dichas iniciativas. | Parcial | 52 | P 8 y 9 | |
| AGUA | | | | | |
| EN8 | Captación total de agua por fuentes. | | 51 | P 8 | |
| EN9 | Fuentes de agua que han sido afectadas significativamente por la captación de agua. | Sin información | | | Banco Santander no realiza captación directa de agua. Los servicios sanitarios provienen de las empresas concesionarias correspondientes a cada localidad. |
| EN10 | Porcentaje y volumen total de agua reciclada y reutilizada. | Sin información | | | Debido a la naturaleza de las operaciones de Banco Santander el consumo de agua es poco significativo por lo tanto el foco de las acciones están en su ahorro más que en el reciclaje y la reutilización. |
| BIODIVERSIDAD | | | | | |
| EN11 | Descripción de terrenos adyacentes o ubicados dentro de espacios naturales protegidos o de áreas de alta biodiversidad no protegidas. Indíquese la localización y el tamaño de terrenos en propiedad, arrendados, o que son gestionados de alto valor en biodiversidad en zonas ajenas a áreas protegidas. | Sin información | | P 8 | 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. |

| INDICADOR GRI 3.1 | DESCRIPCIÓN | Profundidad | Ubicación | Principio del Pacto Global | Explicación |
|---------------------------------------|---|-----------------|-----------|-------------------------------|--|
| EN12 | Descripción de los impactos más significativos en la biodiversidad en espacios naturales protegidos o en áreas de alta biodiversidad no protegidas, derivados de las actividades, productos y servicios en áreas protegidas y en áreas de alto valor en biodiversidad en zonas ajenas a las áreas protegidas. | Sin información | | P 8 | 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 |
| EN13 | Hábitats protegidos o restaurados. | Sin información | | P 8 | |
| EN14 | Estrategias y acciones implantadas y planificadas para la gestión de impactos sobre la biodiversidad. | Sin información | | | |
| EN15 | Número de especies, desglosadas en función de su peligro de extinción, incluidas en la Lista Roja de la IUCN y en listados nacionales, y cuyos hábitats se encuentren en áreas afectadas por las operaciones según el grado de amenaza de la especie. | Sin información | | | |
| EMISIONES, VERTIDOS Y RESIDUOS | | | | | |
| EN16 | Emisiones totales, directas e indirectas, de gases de efecto invernadero, en peso. | Completo | 9, 52 | P 8 | |
| EN17 | Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero, en peso. | Sin información | | P 8 | Banco Santander no emite otro tipo de gases de efecto invernadero. |
| EN18 | Iniciativas para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero y las reducciones logradas. | Completo | 52 | P 7, 8 y 9 | |
| EN19 | Emisiones de sustancias destructoras de la capa ozono, en peso. | Sin información | | P 8 | Banco Santander no emite sustancias que destruyen la capa de ozono. |
| EN20 | NO, SO y otras emisiones significativas al aire por tipo y peso. | Sin información | | P 8 | Por su actividad, Banco Santander no emite NO y SO. |
| EN21 | Vertimiento total de aguas residuales, según su naturaleza y destino. | Sin información | | P 8 | Todas las oficinas de Banco Santander se encuentran en terrenos urbanos, por lo que el agua se capta y vierte a través de la red urbana. |
| EN22 | Peso total de residuos gestionados, según tipo y método de tratamiento. | Completo | 9, 51 | P 8 | |
| EN23 | Número total y volumen de los derrames accidentales más significativos. | Sin información | | P 8 | Por su actividad, Banco Santander no genera derrames. |
| EN24 | Peso de los residuos transportados, importados, exportados o tratados que se consideran peligrosos según la clasificación del Convenio de Basilea, anexos I, II, III y VIII y porcentaje de residuos transportados internacionalmente. | Sin información | | P 8 | Banco Santander no transporta, importa ni exporta residuos peligrosos. |
| EN25 | Identificación, tamaño, estado de protección y valor de biodiversidad de recursos hídricos y hábitats relacionados, afectados significativamente por vertidos de agua y aguas de escorrentía de la organización informante. | Sin información | | P 8 | Por la naturaleza de su operación, Banco Santander vierte agua exclusivamente a través de la red urbana. |
| PRODUCTOS Y SERVICIOS | | | | | |
| EN26 | Iniciativas para mitigar los impactos ambientales de los productos y servicios, y grado de reducción de ese impacto. | Sin información | | P 7, 8 y 9 | Banco Santander ofrece servicios financieros que no tienen impactos ambientales significativos. |

| INDICADOR GRI 3.1 | DESCRIPCIÓN | Profundidad | Ubicación | Principio del Pacto Global | Explicación |
|--|---|-----------------|-----------|-------------------------------|--|
| EN27 | Porcentaje de productos vendidos, y sus materiales de embalaje, que son recuperados al final de su vida útil, por categorías de productos. | Sin información | | P 8 y 9 | Banco Santander ofrece servicios financieros por lo tanto sus actividades no generan volúmenes relevantes de productos con materiales susceptibles de ser recuperados. |
| CUMPLIMIENTO NORMATIVO | | | | | |
| EN28 | Coste de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la normativa ambiental | Completo | | P 8 | Banco Santander no registra multas o sanciones por incumplimiento de la normativa ambiental vigente. |
| TRANSPORTE | | | | | |
| EN29 | Impactos ambientales significativos del transporte de productos y otros bienes y materiales utilizados para las actividades de la organización, así como del transporte de personal. | Sin información | | | Por su naturaleza, Banco Santander no genera impactos ambientales significativos. |
| GENERAL | | | | | |
| EN30 | Desglose por tipo del total de gastos e inversiones ambientales. | Sin información | | | |
| Indicadores de desempeño social | | | | | |
| EMPLEO | | | | | |
| LA1 | Desglose del colectivo de trabajadores por tipo de empleo, por contrato y por región. | Parcial | | | Falta desglose por región. |
| LA2 | Número total de empleados y rotación media de empleados, desglosados por grupo de edad, sexo y región. | Parcial | | | Falta desglose por sexo y región. |
| LA3 | Beneficios sociales para los empleados con jornada completa, que no se ofrecen a los empleados temporales o de media jornada, desglosado por actividad principal. | Completo | 36 | | |
| LA15 | Niveles de reincorporación al trabajo y de retención tras la baja por maternidad o paternidad desglosado por sexo. | Sin información | | | |
| RELACIONES EMPRESA/TRABAJADORES | | | | | |
| LA4 | Porcentaje de empleados cubiertos por un convenio colectivo. | Completo | 37 | P 1 y 3 | |
| LA5 | Periodo(s) mínimo(s) de preaviso relativo(s) a cambios organizativos, incluyendo si estas notificaciones son especificadas en los convenios colectivos. | Sin información | | P 3 | Banco Santander no cuenta con una política relacionada a este aspecto. No obstante, cambios importantes en la organización son comunicados con anticipación. |
| SALUD Y SEGURIDAD LABORAL | | | | | |
| LA6 | Porcentaje del total de trabajadores que está representado en comités de seguridad y salud conjuntos de dirección-empleados, establecidos para ayudar a controlar y asesorar sobre programas de seguridad y salud en el trabajo. | Completo | 37 | P 1 | |
| LA7 | Tasas de absentismo, enfermedades profesionales, días perdidos y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región. | Completo | 37 | P 1 | |
| LA8 | 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. (ver tabla en protocolo) | Parcial | 37 | P 1 | Queda pendiente mayor detalle de las iniciativas. |

| INDICADOR GRI 3.1 | DESCRIPCIÓN | Profundidad | Ubicación | Principio del Pacto Global | Explicación |
|--|---|-----------------|-----------|---|--|
| LA9 | Asuntos de salud y seguridad cubiertos en acuerdos formales con sindicatos. | Parcial | 37 | P 1 | Falta desglose según acuerdo sindical. |
| FORMACIÓN Y EDUCACIÓN | | | | | |
| LA10 | Promedio de horas de formación al año por empleado, desglosado por categoría de empleado. | Completo | 33 | No se especifica este Principio en una CoP. | |
| LA11 | Programas de gestión de habilidades y de formación continua que fomenten la empleabilidad de los trabajadores y que les apoyen en la gestión del final de sus carreras profesionales. | Completo | 33 | | |
| LA12 | Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional. | Completo | 35 | | |
| DIVERSIDAD E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES | | | | | |
| LA13 | Composición de los órganos de Gobierno corporativo y plantilla, desglosado por sexo, grupo de edad, pertenencia a minorías y otros indicadores de diversidad. | Parcial | 36 | P 1 y 6 | Falta desglose según pertenencia a minorías. |
| LA14 | Relación entre salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, desglosado por categoría profesional. | Sin información | 36 | P 1 y 6 | La política de compensaciones toma en cuenta la equidad interna y la competitividad de los empleados, independiente del género. |
| PRÁCTICAS DE INVERSIÓN Y ABASTECIMIENTO | | | | | |
| HR1 | Porcentaje y número total de contratos y acuerdos de inversión significativos que incluyan cláusulas de derechos humanos o que hayan sido objeto de análisis en materia de derechos humanos. | Completo | 49 | P 1, 2, 3, 4, 5 y 6 | |
| HR2 | Porcentaje de los principales distribuidores y contratistas que han sido objeto de análisis en materia de derechos humanos, y medidas adoptadas como consecuencia. | Completo | 49 | P 1, 2 y 6 | |
| HR3 | Total de horas de formación de los empleados sobre políticas y procedimientos relacionados con aquellos aspectos de los derechos humanos relevantes para sus actividades, incluyendo el porcentaje de empleados formados. | Completo | 24 | P 1, 2, 3, 4, 5 y 6 | El curso de inducción para los nuevos empleados incluye un módulo de sostenibilidad, donde se entrega información al respecto. |
| NO DISCRIMINACIÓN | | | | | |
| HR4 | Número total de incidentes de discriminación y medidas adoptadas. | Completo | | P 1, 2 y 6 | Durante 2013 no se registraron incidentes de discriminación o quejas relacionadas. Banco Santander además cuenta con dos documentos que tratan este tema: la Política General de DDHH de Grupo Santander, y el Código General de Conducta. Además, adhiere a los Principios del Pacto Mundial, en los que se incluyen el deber de apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales reconocidos de manera universal. |
| LIBERTAD DE ASOCIACIÓN Y NEGOCIACIONES COLECTIVAS | | | | | |
| HR5 | Actividades de la compañía en las que el derecho a libertad de asociación y de acogerse a convenios colectivos puedan correr importantes riesgos, y medidas adoptadas para respaldar estos derechos. | Completo | | P 1, 2 y 3 | No se han identificado actividades de este tipo en el contexto de la operación de Banco Santander. |

| INDICADOR GRI 3.1 | DESCRIPCIÓN | Profundidad | Ubicación | Principio del Pacto Global | Explicación |
|----------------------------------|--|-----------------|-----------|----------------------------|--|
| EXPLOTACIÓN INFANTIL | | | | | |
| HR6 | Actividades identificadas que conllevan un riesgo potencial de incidentes de explotación infantil, y medidas adoptadas para contribuir a su eliminación. | Completo | | P 1, 2 y 5 | |
| TRABAJOS FORZADOS | | | | | |
| HR7 | Operaciones identificadas como de riesgo significativo de ser origen de episodios de trabajo forzado o no consentido, y las medidas adoptadas para contribuir a su eliminación | Completo | | P 1, 2 y 4 | |
| PRÁCTICAS DE SEGURIDAD | | | | | |
| HR8 | Porcentaje del personal de seguridad que ha sido formado en las políticas o procedimientos de la organización en aspectos de derechos humanos relevantes para las actividades. | Sin información | | P 1 y 2 | El 100% de los empleados son capacitados en el Código de Conducta cuya lectura es obligatoria. |
| DERECHOS DE LOS INDÍGENAS | | | | | |
| HR9 | Número total de incidentes relacionados con violaciones de los derechos de los indígenas y medidas adoptadas. | Completo | | P 1 y 2 | |
| EVALUACIÓN | | | | | |
| HR10 | Porcentaje y número total de operaciones que han sido objeto de revisiones y/o evaluaciones de impactos en materia de derechos humanos. | Completo | 49 | | |
| REMEDIACIÓN | | | | | |
| HR11 | Número de quejas relacionadas con los derechos humanos que han sido presentadas, tratadas y resueltas mediante mecanismos conciliatorios formales. | Completo | | | Durante 2013 no se recibieron quejas formales en materia de derechos humanos. |
| COMUNIDAD | | | | | |
| SO1 | Porcentaje de operaciones donde se han implantado programas de desarrollo, evaluaciones de impactos y participación de la comunidad local. | Parcial | | | Banco Santander no cuenta con programas formales para analizar los impactos en las comunidades en la entrada y/o salida de la empresa. Sin embargo, se llevan a cabo análisis específicos cuando los riesgos detectados así lo recomiendan. Como forma de maximizar los impactos positivos en la sociedad y mitigar los negativos, se desarrolla desde hace 16 años el programa Santander Universidades. |
| SO9 | Operaciones con impactos negativos significativos posibles o reales en las comunidades locales. | Parcial | | | |
| SO10 | Medidas de prevención y mitigación implantadas en operaciones con impactos negativos significativos posibles o reales en las comunidades. | Parcial | | | |
| CORRUPCIÓN | | | | | |
| SO2 | Porcentaje y número total de unidades de negocio analizadas con respecto a riesgos relacionados con la corrupción. | Completo | 23 | | |
| SO3 | Porcentaje de empleados formados en las políticas y procedimientos anti-corrupción de la organización. | Completo | 23 | | El 100% de los empleados son capacitados en el Código de Conducta cuya lectura es obligatoria. |
| SO4 | Medidas tomadas en respuesta a incidentes de corrupción. | Completo | 23 | | |

| INDICADOR GRI 3.1 | DESCRIPCIÓN | Profundidad | Ubicación | Principio del Pacto Global | Explicación |
|---|---|-------------|-----------|--|---|
| POLÍTICA PÚBLICA | | | | | |
| SO5 | Posición en las políticas públicas y participación en el desarrollo de las mismas y de actividades de "lobbying". | Completo | | P 10 | |
| SO6 | Valor total de las aportes financieras y en especie a partidos políticos o a instituciones relacionadas, por países. | Completo | | P 10 | |
| COMPORTAMIENTO DE COMPETENCIA DESLEAL | | | | | |
| SO7 | Número total de acciones por causas relacionadas con prácticas monopolísticas y contra la libre competencia, y sus resultados. | Completo | | No se especifica este Principio en una CoP | |
| CUMPLIMIENTO NORMATIVO | | | | | |
| SO8 | Valor monetario de sanciones y multas significativas y número total de sanciones no monetarias derivadas del incumplimiento de las leyes y regulaciones. | Completo | | No se especifica este Principio en una CoP | |
| Indicadores de desempeño de la responsabilidad sobre los productos | | | | | |
| SALUD Y SEGURIDAD DEL CLIENTE | | | | | |
| PR1 | Fases del ciclo de vida de los productos y servicios en las que se evalúan, para en su caso ser mejorados, los impactos de los mismos en la salud y seguridad de los clientes, y porcentaje de categorías de productos y servicios significativos sujetos a tales procedimientos de evaluación. | Completo | 31 | P 1 | Los productos de Banco Santander no afectan la salud de sus clientes. Además, antes de ser lanzados tienen que ser aprobados por un Comité de Productos, el que analiza todos los posibles alcances de lo ofertado. En cuanto a la seguridad, en el negocio de tarjetas y medios de pago, el Banco dispone de medidas de prevención del fraude así como de un conjunto de sistemas que previenen los delitos virtuales. |
| PR2 | Número total de incidentes derivados del incumplimiento de la regulación legal o de los códigos voluntarios relativos a los impactos de los productos y servicios en la salud y la seguridad durante su ciclo de vida, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes. | Completo | | P 1 | |
| ETIQUETADO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS | | | | | |
| PR3 | Tipos de información sobre los productos y servicios que son requeridos por los procedimientos en vigor y la normativa, y porcentaje de productos y servicios sujetos a tales requerimientos informativos. | Completo | | P 8 | Todos los productos y servicios financieros de Banco Santander cumplen con la normativa legal. La información sobre éstos se puede obtener en "Infórmate/Tarifas de Productos", disponible en www.santander.cl . |
| PR4 | Número total de incumplimientos de la regulación y de los códigos voluntarios relativos a la información y al etiquetado de los productos y servicios, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes. | Completo | 30 | P 8 | |
| PR5 | Prácticas con respecto a la satisfacción del cliente, incluyendo los resultados de los estudios de satisfacción del cliente. | Completo | 30 | No se especifica este Principio en una CoP | |

| INDICADOR GRI 3.1 | DESCRIPCIÓN | Profundidad | Ubicación | Principio del Pacto Global | Explicación |
|-----------------------------------|--|-------------|-----------|--|---|
| COMUNICACIONES Y MARKETING | | | | | |
| PR6 | Programas de cumplimiento de las leyes o adhesión a estándares y códigos voluntarios mencionados en comunicaciones de marketing, incluidos la publicidad, otras actividades promocionales y los patrocinios. | Completo | | No se especifica este Principio en una CoP | Banco Santander es miembro de la Asociación Nacional de Avisadores, cuyas empresas asociadas adhieren voluntariamente al Código Chileno de Ética Publicitaria, aplicado por el Consejo de Autorregulación y Ética Publicitaria. |
| PR7 | Número total de incidentes fruto del incumplimiento de las regulaciones relativas a las comunicaciones de marketing, incluyendo la publicidad, la promoción y el patrocinio, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes. | Completo | | | |
| PRIVACIDAD DEL CLIENTE | | | | | |
| PR8 | Número total de reclamos debidamente fundamentados en relación con el respeto a la privacidad y la fuga de datos personales de clientes. | Completo | | P 1 | |
| CUMPLIMIENTO NORMATIVO | | | | | |
| PR9 | Importe de las multas significativas fruto del incumplimiento de la normativa en relación con el suministro y el uso de productos y servicios de la organización. | | | No se especifica este Principio en una CoP | |

INFORMACIÓN GENERAL

BANCO SANTANDER CHILE

Banco Santander Chile es una sociedad anónima regida por la Ley General de Bancos contenida en el DFL N°3 del año 1997 y realiza todas las actividades que dicho texto legal autoriza a los bancos.

Fue constituido por escritura pública de 7 de septiembre de 1977, otorgada en la Notaría de Santiago a cargo de Alfredo Astaburuaga Gálvez, bajo la razón social de Banco de Santiago, y su funcionamiento fue autorizado por Resolución N°118 del 27 de octubre de 1977, de la Superintendencia de Bancos e Instituciones Financieras, SBIF.

Los estatutos fueron aprobados por Resolución N°103 del 22 de septiembre de 1977 de la SBIF. El extracto de los estatutos y la resolución que los aprobó fueron publicados en el Diario Oficial del 28 de septiembre de 1977 y se inscribieron a fojas 8825 N°5017 del Registro de Comercio de 1977 del Conservador de Bienes Raíces de Santiago.

Banco Santander posee una red de distribución que cubre de Arica a Punta Arenas, incluyendo Isla de Pascua.

INFORMACIÓN GENERAL

Banco Santander Chile
97.036.000-K
(56-2) 2 320 2000
Bandera 140, Santiago, Chile
www.santander.cl

DIVISIÓN COMUNICACIONES, ESTUDIOS Y POLÍTICAS PÚBLICAS

Pablo Correa, Gerente División
Comunicaciones, Estudios y Políticas
Públicas

Elke Schwarz, Gerente Comunicaciones
Corporativas y Sostenibilidad

Mª Cristina Marcet, Gerente Sostenibilidad
cmarcet@santander.cl

RELACIÓN CON ACCIONISTAS E INVERSORES

Oficina de Relación con Accionistas
Calle Estado 152, piso 8
Santiago, Chile

ATENCIÓN ACCIONISTAS

Desde Chile: (02) 2320 22 22
Desde el extranjero: (+56 2) 2320 22 22
accionistas@santander.cl

SERVICIO DE ATENCIÓN AL CLIENTE

VOX (600) 320 3000
www.santander.cl

DEFENSORÍA DEL CLIENTE

www.defensoriadelclientedeabif.cl



El papel de esta memoria proviene
de bosques manejados de manera
sustentable y fuentes controladas.
www.pefc.org

Diseño y producción
www.dioslascria.cl

Impresión
QuadGraphics



un banco para tus ideas