



www.santanderrio.com.ar



Memoria de Sostenibilidad 2008

La responsabilidad social
corporativa en Banco Santander Río

Memoria de Sostenibilidad 2008

La responsabilidad social
corporativa en Banco Santander Río

Alcance

Siete años

La presente Memoria de Sostenibilidad es el séptimo documento anual que publica Santander Río dando cuenta de sus compromisos en materia de responsabilidad social corporativa, y se refiere al periodo comprendido entre el 1° de enero y el 31 de diciembre de 2008.

Estándares internacionales

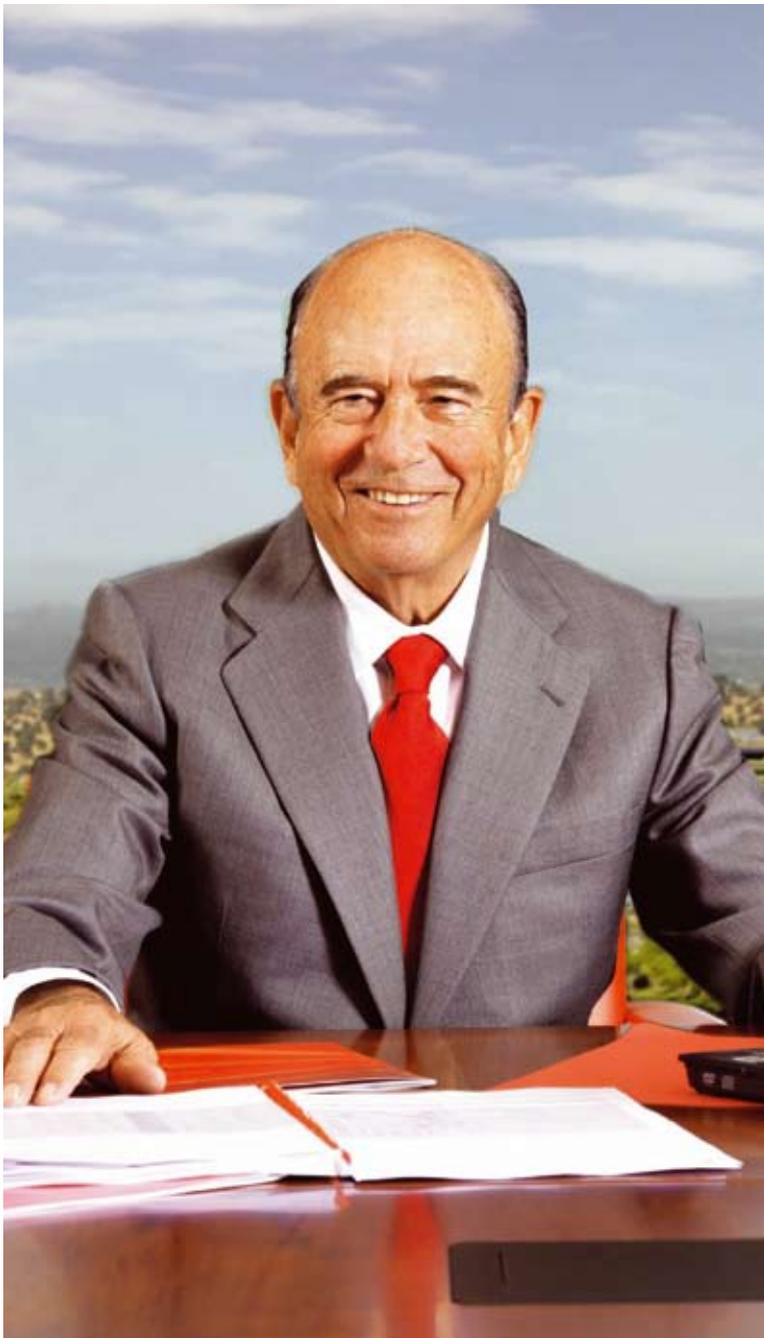
Como en años anteriores, para la elaboración de esta Memoria, Santander Río ha tenido en cuenta las normas legales vigentes, así como las directrices y recomendaciones efectuadas por organizaciones internacionales de referencia, como Global Reporting Initiative (GRI), Global Compact y AccountAbility AA1000.

Proceso de elaboración

Para confeccionar este documento, se ha realizado un estudio de materialidad. Previamente, se identificaron los grupos de interés relevantes para la organización, con quienes se ha mantenido un diálogo fluido durante todo el año. Como resultado, se han detectado una serie de tópicos de interés que abarcan una muestra representativa del abanico de temas relevantes para Banco Santander Río, en línea con las temáticas identificadas como significativas para el Grupo Santander.

Índice

Mensaje del presidente	8
Perfil de Santander Río	10
Mapa de sostenibilidad	15
Actividad sostenible	
Cientes	16
Productos y servicios	20
Estructura sostenible	
Empleados	24
Proveedores	28
Entorno sostenible	
Acción social / Universidades	30
Medio ambiente	36
Acerca del Grupo Santander	38



"Conscientes, más que nunca, de que la sostenibilidad no solo genera valor para la sociedad, sino también para la empresa que la integra en su estrategia, en 2008 hemos destinado 126 millones de euros a proyectos de responsabilidad social corporativa."

Emilio Botín, presidente del Grupo Santander.

Mensaje del presidente



Bienvenidos a esta, nuestra séptima Memoria de Sostenibilidad, un documento que relata los hitos de la gestión social responsable de Santander Río en un año crecientemente complejo para los negocios como lo fue 2008. Porque el entorno macroeconómico, internacional y local comenzó a mostrar signos adversos, en especial a partir del segundo trimestre, cuando a las repercusiones de la crisis financiera internacional se sumaron, en Argentina, los conflictos internos.

Este clima cambiante puso a prueba nuestra estrategia de negocios y, también, el compromiso que asumimos para llevarla adelante con responsabilidad. La responsabilidad tiene que ver más con un modo de gestión y menos con la coyuntura, y abarca a los distintos públicos con los que interactuamos: desde clientes, empleados y proveedores, hasta la comunidad en la cual invertimos para generar valor social. En Santander Río estamos convencidos de que vivir en sociedad nos exige crecer de la mano de todos los que la integran.

Por eso, nos ocupamos de cuidar la fortaleza de nuestro balance, evaluar con prudencia el riesgo y desarrollar productos acordes a las necesidades del mercado, productos sólidos y técnicamente correctos. Pero también fomentamos el respeto por los derechos humanos, laborales y medioambientales en nuestra cadena de valor, y trabajamos para minimizar el impacto de nuestras operaciones, ahorrando recursos no renovables.

Para crear valor de la mano de nuestros clientes, cumplimos —entre otros objetivos— con los planes de expansión: abrimos 14 nuevas sucursales, además de aumentar los equipos de operaciones automáticas y optimizar la seguridad

de la banca electrónica. Continuamos fomentando el acceso al crédito de los sectores productivos, creadores de empleo y motor económico del país. Y dimos un paso más en el apoyo a los proyectos de innovación tecnológica, otorgando en el año 48 millones de pesos a pequeñas y medianas empresas, con fondos del primer tramo de la línea de créditos impulsada por el Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación Productiva de la Nación.

Para crear valor de la mano de nuestros empleados, celebramos la filosofía que nos identifica en la Semana Santander Sos Vos, organizada en simultáneo en los 40 países donde el Grupo está presente, para promover la salud, la solidaridad y la integración de la familia. En ese marco, llevamos a cabo la primera actividad de voluntariado corporativo, recogiendo el espíritu solidario que caracteriza a nuestros empleados, e implementamos acciones de concientización para involucrarlos en una conducta ambientalmente responsable.

Hoy, gracias a una propuesta de valor interna que prioriza el costado humano, con beneficios y oportunidades de desarrollo para nuestro equipo, nos ubicamos como la segunda mejor empresa para trabajar de Argentina, según el *ranking* Great Place to Work 2008.

Para crear valor de la mano de nuestra comunidad, continuamos promoviendo la educación y el trabajo como semillas del crecimiento y de la igualdad de oportunidades. A través de nuestro Programa de Responsabilidad Social Corporativa, del Programa Universidades y del Portal Universia, destinamos más de 11,2 millones de pesos a inversión social:

- Invertimos para fortalecer el sistema educativo en todos sus niveles. En el superior, a través del apoyo a la calidad académica de las universidades y a sus proyectos de investigación; en el nivel medio, mejorando la gestión de las escuelas agrotécnicas de todo el país; y, en el nivel básico, entregando más de 460 becas escolares y promoviendo en los niños el amor por los libros con las Maratones de Lectura. En materia de educación superior, también otorgamos becas de ayuda social a alumnos de grado y becas de perfeccionamiento docente, además de premios al mérito académico y a los jóvenes emprendedores.

- Invertimos para crear mayores oportunidades de empleo. Lo hicimos acompañando a los más jóvenes en el paso de la educación hacia mundo laboral, con programas como Sumando Herramientas o con el Centro Educativo Pescar Santander Río, que este año se organizó en la ciudad de Buenos Aires. Y también, con la cuarta edición de nuestro programa Ideas que dan Trabajo, que aportó el capital semilla para poner en marcha 24 microemprendimientos apadrinados por empleados.

Estos y otros hitos nos llenan de orgullo. Pero, ante todo, ratifican un compromiso con el crecimiento integral, económico, social y ambiental, para que todos los que formamos parte de este país, de la mano, nos proyectemos hacia el futuro.



Enrique Cristofani
Presidente de Santander Río



Perfil de Santander Río

Santander Río es el primer banco privado del sistema financiero argentino en cuanto a ahorro (depósitos y fondos comunes) y en cuanto a volumen de crédito. Posee 255 sucursales, más de 2 millones de clientes y presencia en 20 provincias y en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Es uno de los bancos líderes en medios de pago, comercio exterior, servicios transaccionales y *cash management*; y uno de los principales protagonistas en los mercados bursátiles, de títulos públicos y cambiarios. Este perfil de negocios se complementa con un amplio programa de responsabilidad social corporativa focalizado en la educación, que incluye también proyectos para el fortalecimiento social y la generación de empleo.

Áreas de negocios

Santander Río conduce sus actividades a través de cuatro áreas principales de negocios:

- Banca Comercial;
- Banca Privada y Colocación de Activos;
- Banca Corporativa y de Inversión;
- Tesorería.

Banca Comercial

Banca Comercial provee productos y servicios financieros para individuos y pymes. Utiliza para ello una de las redes de sucursales y canales alternativos (cajeros, puestos automáticos, banca telefónica y banca *on-line*) más grandes del país.

Banca Privada y Colocación de Activos

Banca Privada ofrece a los clientes un servicio de atención personalizada, discreta y efectiva. Por su parte, Colocación de Activos trabaja a través de Santander Río Asset Management Gerente de Fondos Comunes de Inversión S. A., sociedad independiente de Banco Santander Río S. A. que gestiona Fondos Comunes de Inversión.

Banca Corporativa y de Inversión

Banca Corporativa y de Inversión es la unidad de negocios encargada de financiar los ciclos productivos y los proyectos de inversión de grandes corporaciones y de otras entidades financieras.

Tesorería

Tesorería se encarga de arbitrar instrumentos financieros y de intermediar en el mercado de valores. Además, administra activos, pasivos y cartera de títulos; distribuye productos a inversores institucionales; provee servicios de fondeo internacional, colocaciones en renta fija y *trading*.

Resultados 2008

La estrategia de negocios elegida por Santander Río para cumplir sus objetivos comerciales fue mejorar y profundizar su relación con los clientes, así como seguir prestándoles un servicio personalizado, con productos innovadores, mediante un modelo operativo ágil y la mejor tecnología, en un marco de seguridad de las transacciones. Esta estrategia le ha permitido, en un año complejo para los negocios, reforzar su posicionamiento como banco líder de Argentina.

El entorno macroeconómico comenzó a mostrar indicadores negativos en 2008. En especial, a partir del segundo trimestre, cuando a los síntomas iniciales de la crisis financiera internacional se sumaron, en Argentina, los conflictos internos. No obstante este contexto, Santander Río experimentó un crecimiento en los negocios, tanto en préstamos y depósitos como en número de clientes.

Los préstamos y locaciones financieras (antes de las provisiones) alcanzaron los 14.800 millones de pesos, un 17,9% más que el año anterior. Del mismo modo, los depósitos crecieron un 12%, hasta alcanzar los 16.900 millones de pesos, y se consolidaron como la principal fuente de recursos, ya que representan, aproximadamente, el 90% del financiamiento del Banco.

Santander Río también cumplió con los planes de expansión iniciados en 2007. Abrió 14 nuevas sucursales —que ahora totalizan 255—; agregó más cajeros automáticos, terminales de autoservicio y puntos de venta. Cinco de estas sucursales están ubicadas en el interior del país, mientras que las nueve restantes se localizan en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y en Gran Buenos Aires. Además, se inauguraron tres oficinas regionales que integran un corredor económico en la provincia de Santa Fe.

Esta mayor capacidad de atención, junto con los resultados de las acciones comerciales y de las ofertas competitivas, lograron un crecimiento del 13,3% en el número de clientes activos, que



alcanzaron los 1,8 millones. Pero más importante aún fue el crecimiento en el número de clientes vinculados —aquellos individuos con cuenta, tarjeta de débito y tres productos adicionales, o empresas con vinculación y actividad equivalente—. Al cierre del año, los clientes vinculados superaban los 825.000, cifra que refleja un crecimiento del 23%, en especial en los segmentos de rentas medias y altas.

Esta preferencia de los clientes se manifiesta en los numerosos reconocimientos que Santander Río ha recibido, incluidas las distinciones como “El Mejor banco de Argentina” por las publicaciones internacionales de negocios *Euromoney*, *Latin Finance* y *The Banker* (ver “Premios y reconocimientos 2008”, al final de este capítulo).

Un balance positivo

Otra característica de Santander Río, que se mantuvo en 2008, es la fortaleza de su balance. Este exhibe una capitalización adecuada y una liquidez inmediata holgada, muy superior a los requerimientos técnicos. Lo mismo ocurre con la calidad de los activos, que continúa por encima de la media del mercado debido, principalmente, a la prudencia del Banco para identificar y valorar el riesgo.

La utilidad neta obtenida en el ejercicio económico fue de 378,3 millones de pesos, un 24,6% superior a la lograda en el ejercicio fiscal inmediato anterior. El margen financiero neto alcanzó los 1.077,7 millones de pesos, lo que implica una mejora del 54,8% respecto a 2007. Estos beneficios se destacan por su calidad, ya que derivan, casi totalmente, de los negocios con los clientes del sector privado, mientras que se registraron pérdidas por la caída en las paridades de ciertos activos públicos y la relevancia limitada de otros resultados.

Una marca que crece

Grupo Santander patrocina el torneo deportivo más importante, tradicional y popular de América Latina: desde este año y hasta la temporada 2012, Grupo Santander dará su nombre a la Copa Libertadores mediante un acuerdo entre el Grupo Santander y la Confederación Sudamericana de Fútbol (Conmebol).

La Copa Santander Libertadores es la competición interclubes de fútbol más importante de la región. Se extiende por más de 20 semanas, en las que se desarrollan cerca de 138 partidos entre 38 equipos de 11 países: Argentina, Brasil, Bolivia, Chile, Colombia, Ecuador, México, Paraguay, Perú, Uruguay y Venezuela. En cada temporada, alcanza una audiencia de más de 1.500 millones de personas.

¿A qué aspira el Grupo con este patrocinio? A reforzar el posicionamiento y la notoriedad del Grupo Santander en la región. Este es un objetivo enmarcado dentro del Plan de Imagen 2007-2010, diseñado para situar al Banco en el *top ten* de imagen y marca del sector financiero internacional.

Estas fueron las palabras del presidente de la Conmebol, Dr. Nicolás Leoz, acerca del patrocinio: “Es una gran satisfacción para la Confederación Sudamericana de Fútbol firmar este acuerdo con Grupo Santander, una empresa comprometida con América del Sur y con su pueblo. La tradición e historia de la Copa Libertadores y la emoción que despierta el fútbol en todos los latinoamericanos son elementos que se integran perfectamente a la imagen de la marca Grupo Santander y a su estrategia en la región”.



Principales hitos del año

- La Banca Comercial lanzó un ambicioso proyecto para mejorar la eficiencia en la operatoria de la Red de sucursales, en respuesta al crecimiento marcado de las carteras de clientes y al aumento de la afluencia de público. Este nuevo modelo de atención se implementa en etapas que incluyen la instalación de nuevos puestos de atención rápida en las sucursales con mayor flujo de clientes; cambios en el CRM (*Customer Relationship Manager*) que ayuden a la derivación; nuevas funcionalidades en los medios automáticos; y reingeniería del sistema de gestión de empresas.
- La cuenta de acreditación de haberes siguió representando la puerta de entrada de nuevos clientes que luego, escalando la relación, optan por demandar otros productos y servicios. A diciembre de 2008, 609.000 empleados de 15.550 empresas tuvieron su Plan Sueldo en Santander Río, lo que representa un aumento del 14,7% y del 44,9%, respectivamente, con relación al año pasado.
- La financiación a individuos (consumo y vivienda) alcanzó los 7.168 millones de pesos, un 17,7% más respecto del año anterior. El crecimiento fue firme hasta el tercer trimestre, en el que comenzó una desaceleración en la demanda que frenó la evolución de los saldos. Los préstamos personales y las tarjetas de crédito continuaron siendo los productos preferidos. En el año se originaron cerca de 281.000 Súper Préstamos por 1.695 millones de pesos, lo que representa un aumento del 4,5% y del 10,2% en el número de operaciones y en los montos desembolsados, respectivamente. También crecieron, en emisión y *stock*, las cuentas de tarjeta de crédito.
- En sentido contrario, la financiación prendaria de automotores y las hipotecas disminuyeron —respecto a 2007— en cantidad de operaciones y montos otorgados. La financiación prendaria de automotores nuevos y usados mediante el Súper Préstamo Automotor se siguió ofreciendo contando con una herramienta informática para evaluar y aprobar operaciones en el acto por hasta el 85% del valor de una unidad 0 km (para clientes Santander Río). En hipotecas, la caída de la actividad fue muy pronunciada: los 2.785 préstamos otorgados en el año representan solo el 35% de los concedidos el año anterior. El

alto valor de los inmuebles respecto a los ingresos medios y la suba de la tasa de interés, junto con la incertidumbre que genera la coyuntura, han hecho postergar a muchas familias la decisión de comprar, construir o refaccionar la vivienda.

- En la actividad de los negocios orientados a individuos, los seguros han cobrado relevancia en los resultados del Banco. En 2008 representaron, aproximadamente, el 14,5% de los ingresos netos por servicios, con 1,5 millones de pólizas vigentes. Santander Río —actuando como agente institorio— ofrece las coberturas de Santander Río Seguros S.A. y de otras destacadas compañías del mercado, para cubrir los riesgos relacionados con vivienda, automóviles, accidentes personales, vida, salud y robo en cajeros automáticos, entre otros.
- La inversión crediticia dirigida a las pequeñas y medianas empresas alcanzó los 3.070 millones de pesos, un 3% más que en 2007. Aunque en el último trimestre del año se produjo una reducción de la cartera concentrada en las líneas a corto plazo —en sintonía con la restricción monetaria y con la suba de la tasa de interés—, el Banco avanzó en el proceso de vincular clientes de este segmento.
- Las actividades de comercio exterior se vieron impulsadas por el ambiente favorable a los negocios internacionales, por lo menos hasta noviembre de 2008, mes en el que las exportaciones argentinas cayeron, por primera vez en seis años, por efecto de la crisis. Esto no impidió que los negocios internacionales de Santander Río continuaran expandiéndose. Actualmente, 530 corporaciones y 5.500 pymes utilizan regularmente los servicios de comercio exterior del Banco, que afianzó la descentralización de estas operaciones ampliando la capacidad de procesamiento en los centros regionales de Córdoba, Rosario, Tucumán, Mar del Plata, Mendoza, San Juan y Pilar.
- La Banca Corporativa cimentó su vínculo con más corporaciones y grupos económicos ofreciendo financiamiento y soluciones a más de 900 clientes de diversos sectores de la economía. La inversión crediticia destinada a estos clientes alcanzó, al cierre del ejercicio, 3.418 millones de pesos, con un crecimiento del 45,4% respecto al año anterior, y se concentró en capital de trabajo debido a las limitaciones para obtener fondeo a mediano y largo plazo. También aumentó el financiamiento

al comercio exterior, mediante la prefinanciación de exportaciones industriales, de petróleo, de cereales y de derivados agropecuarios.

- La Banca de Inversión ha participado en numerosas transacciones de mercado ofreciendo su experiencia y su capacidad de ejecución y financiamiento. En operaciones de fusiones y adquisiciones, se asesoró a una importante cadena de supermercados y se emitieron informes de valuación de algunas de las principales empresas de telecomunicaciones y siderúrgicas. En el mercado de capitales, se destacó la actuación del Banco como organizador y colocador de siete series de fideicomisos financieros de Garbarino, por un total de más de 550 millones de pesos, y por su acción con el bono de Gas Natural Ban, por 125,9 millones de pesos.

- La gestión de la Tesorería adquirió especial relevancia durante 2008 debido a los episodios de tensión que atravesaron los mercados. Por eso el área centró su accionar en asegurar —bajo todas las condiciones de mercado— la liquidez suficiente para afrontar el crecimiento de las financiaciones. Y logró este objetivo sin tener que recurrir al uso de los mecanismos diseñados por el Banco Central en apoyo de la estabilidad del sistema financiero. Tesorería también continuó realizando operaciones de derivados para limitar la exposición del Banco a los riesgos de tasas y plazos.

Apoyo a la innovación tecnológica

En el año, Santander Río otorgó 48 millones de pesos a pymes de todo el país con fondos del primer tramo de la línea de créditos a empresas, impulsada por el Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación Productiva de la Nación. Esta línea es administrada por el Fondo Tecnológico Argentino (Fontar) y surge de un préstamo que el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) le otorgó al Estado argentino para ser destinado a empresas con proyectos de innovación productiva. El monto promedio de los créditos otorgados fue de 1,2 millones de pesos —a plazos, en general, de cinco años— mientras que su destino fueron, mayormente, proyectos en el interior del país.

Otra iniciativa en apoyo de la innovación es la que Santander Río lleva a cabo a través de Nexo Emprendedor, un área que realiza inversiones de capital de riesgo en emprendimientos de negocio surgidos de ámbitos universitarios y del sistema de ciencia y tecnología argentino. Nexo Emprendedor analiza y selecciona negocios innovadores de base tecnológica y potencial para competir en mercados internacionales, y los financia. En 2008, realizó 10 inversiones, con las que suman ya 15 por un importe acumulado de 1,8 millones de dólares. Además, Nexo Emprendedor participa en el fomento de la actividad emprendedora y del capital de riesgo a través de patrocinios, becas y competencias de planes de negocio, entre otras actividades.

Santander Río, en cifras

Activos	24.542.957*
Préstamos	14.270.529*
Patrimonio neto	1.998.439*
Depósitos	16.978.559*
Empleados	6.089
Sucursales	255
Tarjetas de crédito	350.425
Cajeros automáticos y terminales de autoconsulta	793/762
Clientes particulares	1.995.967
Grandes empresas	1.689
Empresas	3.107
Pequeñas y medianas empresas	84.513

*En miles de pesos

Ética y transparencia

Santander Río profundiza su compromiso frente al crimen organizado. Mediante el cumplimiento de la normativa vigente y poniendo en práctica procesos y manuales propios, actúa en materia de prevención de blanqueo de capitales como de financiamiento a las actividades terroristas y otros ilícitos. Para combatir estos flagelos, formó y capacitó a 2.000 empleados, además de implementar nuevos sistemas de control.

Por otra parte, siguió avanzando en la protección de la transparencia en el ámbito de la oferta pública a través de su Dirección de Cumplimiento Normativo. Esta área es la encargada de supervisar que se cumpla con el Código de Conducta en los Mercados de Valores y con otros códigos adoptados por el Banco, para lo cual ha capacitado, aproximadamente, a 300 empleados, en un total de 20 jornadas a lo largo del año.

Códigos de ética y conducta

Santander Río se ha adherido a la siguiente normativa para garantizar la ética y la transparencia de sus operaciones:

- **El Código de Conducta en los Mercados de Valores.** Vigente desde el 1º de junio de 2004, regula y supervisa la operatoria de los funcionarios por cuenta propia próximos a estos mercados, con el fin de prevenir potenciales conflictos de interés y de gestionar un uso correcto de la información confidencial. También fiscaliza la comercialización de productos de inversión y lleva adelante la implementación de la normativa emitida por la Comisión Nacional de Valores, relativa a la protección al inversor.
- **El Código General de Conducta del Banco.** Constituye un verdadero código de ética profesional con claros parámetros de actuación para sus funcionarios.
- **El Código de Prácticas Bancarias.** Como parte de su adhesión a esta normativa, el Banco asume y ratifica estándares de calidad de atención, transparencia y profesionalidad en su relación con los clientes, presentando anualmente una declaración de cumplimiento de las regulaciones previstas.

Gobierno corporativo

En materia de gobierno corporativo, Santander Río ha cumplido los requerimientos exigidos por La Ley de Reforma de la Contabilidad de Compañías Públicas y Protección de los Inversores ("Sarbanes-Oxley Act" de Estados Unidos) Ley Sarbanes Oxley (SOX), la Securities Exchange Commission (SEC) y el Public Company Accounting Oversight Board (PCAOB), sobre la eficacia del control interno con relación a la generación y emisión de información contable.

Las evaluaciones llevadas a cabo por los responsables de la documentación concluyeron que, al 31 de diciembre de 2008, el modelo de control interno sobre información contable de Santander Río fue efectivo, tanto en su diseño como en su funcionamiento.

Premios y reconocimientos 2008

- Mejor banco de Argentina – Revista *Euromoney*
- Mejor banco de Argentina – Foro económico *Latin Finance*
- Mejor banco de Trade Finance de Argentina – Revista *The Banker*
- Mejor banco en Internet de Argentina – *Global Finance*
- Segunda mejor empresa para trabajar de Argentina, primera entre las compañías con más de 1.000 empleados – *Ranking Great Place to Work Institute*
- Primer banco en el *ranking* de las 100 empresas más admiradas – *Ranking* de prestigio del diario *Clarín*.
- Primer banco privado, y tercero en el *ranking* global – *Ranking* de marcas del diario *Clarín*.
- Puesto n.º 11 en el *ranking* global de empresas con mejor imagen, y puesto nro. 1 entre los bancos – *Ranking* "Las 100 mejores empresas" de la revista *Apertura*.
- Premio Amauta de bronce por su comunicación "Viví la Copa Santander Libertadores, opiná, jugá y ganá".
- Premio Amauta de bronce por su comunicación "Préstamo 1000/30".
- *Effie* de plata a la eficiencia publicitaria por las campañas de las publicidades "Qué grande esta tarjeta" y "Préstamo 1000/30".
- En la 29ª edición de los premios de la Fundación Konex, Enrique Cristofani, presidente de Santander Río, fue distinguido con el Konex de Platino en la categoría "Ejecutivos del Comercio, de la Banca y de los Servicios".



El contenido de la presente Memoria se estructura en torno al siguiente mapa de sostenibilidad



Actividad sostenible

Cientes

Santander Río sustenta sus negocios en una propuesta de valor ajustada a cada segmento de clientes e integrada por productos y servicios de calidad, herramientas de gestión seguras y una atención ágil y cercana.

Compromiso

Consolidar operaciones sostenibles en el tiempo construyendo, junto con los clientes, una relación de confianza, respeto y transparencia.

Balance 2008

- Santander Río abrió nuevas oficinas para una mejor atención de los clientes.
- Incorporó herramientas al sistema CRM (*Customer Relationship Management*).
- Creó nuevos informes que optimizan el control de gestión.

Objetivos 2009

- Mejorar la vinculación con los clientes de renta media y alta, con las pymes y con las empresas, a través del nuevo modelo de atención.
- Conservar el número de clientes.

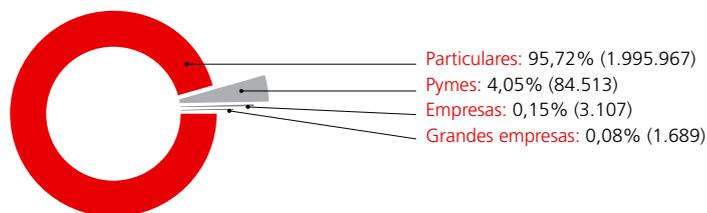
Un vínculo que se afianza

En el marco de la crisis de confianza en el sector financiero, que se inició a mediados de 2008, el Banco afirmó el vínculo con sus clientes. Estos han manifestado, en las evaluaciones de satisfacción del año, una opinión similar a la de 2007. Por eso, a pesar de la disminución en algunas de las carteras, la relación de seguridad se mantuvo.

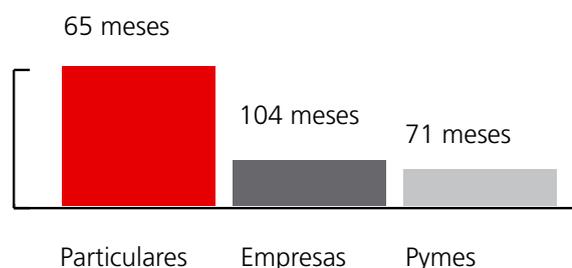
En 2008, más de 2 millones de clientes confiaron en los servicios financieros del Banco. La composición incluye 1.995.967 particulares, 84.513 pymes, 3.107 empresas y 1.689 grandes empresas. El promedio de antigüedad de los particulares es el mismo que el de años anteriores (5,4 años, esto es, 65 meses), mientras que el de las empresas rondó los 104 meses; y el de las pymes, 71 meses.

Los clientes, en cifras

Cantidad de clientes: 2.085.276



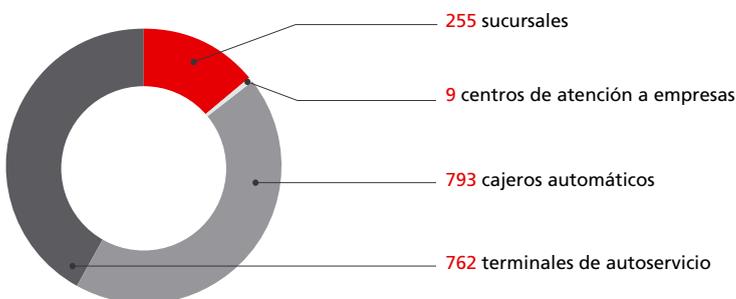
Antigüedad promedio



Siempre conectados

Los canales de atención de Santander Río están disponibles las 24 horas, los 365 días del año, para que los clientes puedan acceder a servicios bancarios cuando y como lo necesiten. Así, tienen a su disposición 255 sucursales —14 más que en 2007—, 9 centros de atención a empresas, 793 cajeros automáticos, 762 terminales de autoservicio y la opción de operar desde la comodidad de sus hogares u oficinas a través de la banca telefónica y por Internet.

CANALES DE ATENCIÓN DE SANTANDER RÍO



Promedio de clientes atendidos por mes

- **Oficinas (caja y plataforma comercial):** 876.537
- **Call center (Super Línea):** 311.192
- **Cajeros automáticos:** 801.675
- **Autoservicio:** 486.543
- **Internet (Online Banking):** 549.965

Banca on-line

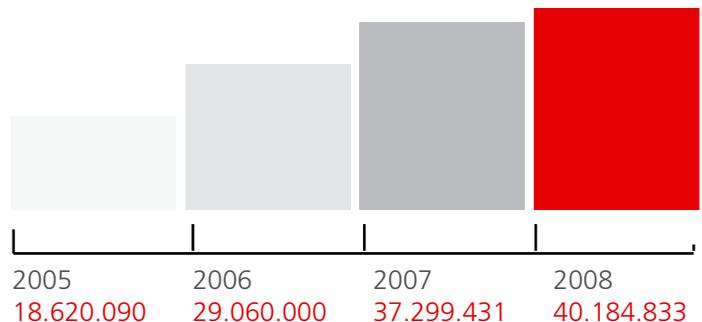
En 2008 los clientes particulares concentraron el 50% de sus operaciones a través de la banca de Internet, que incluye Online Banking, Net Banking y Río Serv. Así, tan solo por Online Banking, se realizaron 85.021.893 consultas y 7.393.692 transacciones, con un monto de operaciones de casi 9.000 millones de pesos. El resto de las transacciones *on-line* se dio por canales automáticos (cajeros, *call center* y terminales de autoservicio), que centralizaron casi 67 millones de transacciones.

Banca telefónica

Otro canal fuertemente utilizado fue la banca telefónica, que siguió creciendo. De 37.299.431 operaciones que procesó en 2007 pasó a 40.184.833 en 2008. Se trata, en su mayoría, de consultas que fueron atendidas por el equipo de Call Center y por sistema automático.

LA BANCA TELEFÓNICA SIGUE CRECIENDO

Total de operaciones por banca telefónica



Atención cara a cara

En 2008, el Banco inauguró 14 sucursales, por lo que hoy los clientes pueden hacer consultas o transacciones en 255 oficinas de todo el país. En promedio, más de 870.000 clientes han elegido mensualmente este canal, tanto para el uso de la caja como para el de la plataforma de ventas/atención.

Comunicación que acerca

Santander Río busca vincularse con sus clientes en forma continua. Así, les facilita la información necesaria en la toma de decisiones cotidiana (a través de *mailings*, *newsletters*, etc.) y recaba datos sobre sus preferencias para mejorar los servicios y la calidad esperada.

Otra forma en la que el Banco logra vincularse con sus clientes es a través de rondas o encuentros por todo el país, que le sirven para transmitir la visión corporativa y escuchar las necesidades del mercado. En 2008, organizó tres rondas: en Rosario, Mar del Plata y Ciudad Autónoma de Buenos Aires. También visitó empresas en Tandil, Cañada de Gómez y Santa Fe. En esta última provincia, además, organizó reuniones con gerentes de sucursales, y en Tandil, tuvo encuentros con las universidades locales.



Calidad de servicio

Por octavo año consecutivo, Santander Río evaluó su calidad de servicio para mejorar la satisfacción de los clientes. Para ello realizó el *tracking* anual de satisfacción en sucursal y en otros puntos de contacto (encargado a GEA), en el que se evaluaron 2.400 casos; y el informe Comisión de Calidad de Bancos (solicitado a Knack), con 2.000 casos. Estos estudios están centrados en individuos y solo miden la calidad de servicio.

Pero el Banco encarga también otro tipo de estudios, de los que pueden desprenderse variables de satisfacción. Entre estos, están Básicos de *Retail*, el análisis competitivo del mercado Middle Market y el mercado Microempresas (los dos últimos, sobre clientes pymes).

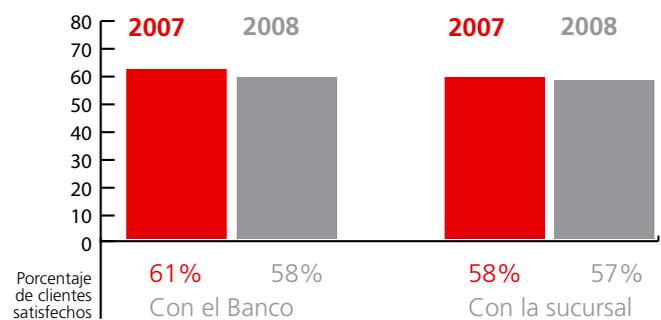
De acuerdo al *tracking* anual de satisfacción, los resultados son positivos. Un 58% evalúa su satisfacción con el Banco con 9 y 10, en una escala del 1 al 10. El promedio general es de 8,7 (0,4 puntos más que en 2007).

El mismo estudio muestra que la satisfacción con las sucursales refleja una tendencia similar. El 57% evaluó a la sucursal con 9 y 10, y el 49% dijo estar muy satisfecho. En comparación con 2007, los resultados de este año no tuvieron diferencias significativas; incluso, según un estudio encargado a GEA, el 90% de los clientes encuestados en 2008 recomendaría al Banco.

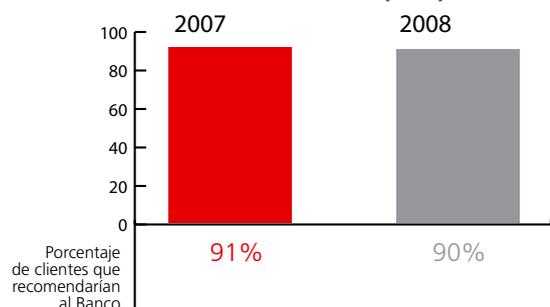
Por su parte, los resultados del estudio Comisión de Calidad de Bancos muestran que Santander Río es valorado, en una escala del 1 al 10, con un 7,9 (con un 38% de respuestas entre 9 y 10). En el caso de evaluación de sucursales, se corrobora esta medición: 8 es la satisfacción promedio.

Satisfacción de clientes

GRADO DE SATISFACCIÓN 2008 VS. 2007 (GEA)



RECOMENDACIÓN 2008 VS. 2007 (GEA)



VALORACIÓN 2008 VS. 2007 (KNACK):

2007	8,0
2008	7,9

Gestión controlada

En 2008 el Banco avanzó en el control de gestión a través de la generación de informes para las áreas que no pertenecen a la banca comercial, como por ejemplo Riesgos, que pudo hacer un seguimiento más eficiente de la mora. También creó informes para el seguimiento de tasas de transferencia y *spreads* diarios, y para obtener el riesgo contingente, los acuerdos y el cuadrante de los clientes Empresas, Pymes y Agro (EPA).

Sistema CRM

Para acompañar la implementación del nuevo modelo de atención y para facilitar el trabajo de la Red de sucursales, el Banco incorporó nuevas funcionalidades a la herramienta CRM (*Customer Relationship Management*). Reemplazó SellStation por CRM en las líneas de préstamos personales y de Supercuenta, y lo instaló en toda la Red para paquetes y tarjetas.

También incorporó al CRM el Ordenador Diario, que permite ver —en una misma pantalla— la cola de atención a clientes, alertas, campañas vigentes, agenda personal y evolución de los objetivos presupuestados para el año. Además, simplificó el listado de productos y de motivos por los que el cliente visita la sucursal, e incluyó tiempos de espera máximos por segmento. Ahora el CRM, entre otras funcionalidades cuenta con las siguientes acciones:

- Permite un rápido acceso a diferentes *links* de uso habitual: comisiones, asistente de inversiones, campañas vigentes, beneficios para clientes, consulta al Veraz y simuladores.
- Muestra el historial de las interacciones realizadas con los clientes en distintos puntos, para conocer sus preferencias.
- Permite trabajar con formularios inteligentes para Fábrica Pyme, que posibilita la detección inmediata de posibles problemas de carga de datos.

Atención de reclamos y retención del cliente

En su preocupación por la calidad de servicio, Santander Río trabaja en cada reclamo presentado. En 2008, recibió un total de 265.430 reclamos, canalizados en un 80% a través de Super Línea, en un 17% en las sucursales y en un 3% por otros medios. Para su resolución, el Comité de Eliminación de Causas de Reclamos —formado por un equipo interáreas de Productos, Procesos y Sistemas— implementó un plan que disminuye los reclamos de acuerdo a cada segmento, producto y servicio.

Los reclamos más comunes de 2008 incluyeron en un 36% problemas con resúmenes de cuenta y con liquidaciones de tarjeta de crédito, en un 8% devoluciones de comisiones y cargos, en un 7% transacciones cuestionadas en tarjetas de débito y crédito, y en un 4% inconvenientes con los premios del programa Superclub.

En 2008 buscando un mayor nivel de satisfacción de sus clientes, el Banco redujo un 22% el tiempo estándar en la resolución de reclamos. Además, incorporó más de 80 mejoras a la funcionalidad del Sistema de Gestión de Clientes y a la atención de reclamos centralizados; entre ellas están la anulación de pólizas vía Internet, que acelera los tiempos de atención y evita la duplicación del ingreso de datos; y la creación de una campaña que ofrece descuentos sobre el precio de cuentas-paquete en mercado abierto, para mitigar el aumento de los costos de mantenimiento.

¿Qué hizo de 2008 un año diferente?

- Santander Río incorporó 14 sucursales, con las que suma 255, para brindar una atención más cercana a sus clientes.
- Generó nuevos informes para el control de gestión.
- Implementó nuevas funcionalidades al sistema CRM.
- Mejoró 80 funcionalidades y procesos de la plataforma de retención de clientes, incluido el tiempo de mejora en la atención de reclamos.



Actividad sostenible

Productos y servicios

Dos son los pilares sobre los cuales Santander Río sustenta su oferta de valor comercial: acercar productos y servicios bancarios innovadores a clientes de todos los segmentos, y acompañar las necesidades financieras del sector productivo.

Compromiso

Brindar a los clientes productos y servicios de calidad, es decir, técnicamente rigurosos, legalmente correctos, comercialmente competitivos y ajustados a sus necesidades financieras reales.

Balance 2008

- Santander Río lanzó tres nuevas tarjetas orientadas a brindar mayores flexibilidades en las compras a crédito.
- Creció en emisión de cuentas de débito y en colocación de préstamos personales.
- Reforzó su compromiso con el sector productivo argentino a través de nuevas líneas crediticias.
- Incrementó la seguridad de las operaciones por banca electrónica.

Objetivos 2009

- Contribuir al acceso al crédito de los sectores productivos y de consumo con más y mejores productos.
- Generar más beneficios para quienes obtengan cuentas de crédito, de débito y de depósito en el Banco.

Innovar para crecer

Junto con la solidez técnica, la innovación es una de las preocupaciones de Santander Río a la hora de construir y renovar su oferta de valor comercial. Por eso, en 2008 lanzó tres productos al mercado y renovó otros tantos, mientras que reforzó su vínculo con el sector productivo a través de nuevos canales de crédito.

Un producto con el cual el Banco acompaña la gestión de sus clientes-empresa es el de los planes sueldo, que este año se incrementaron en más de 5.200; a diciembre, el *stock* de *cápi-tas** alcanzó las 521.329, con una variación del 59,9%. Ya son casi 13.000 empresas las que acreditan los sueldos de sus empleados a través de Santander Río.

A los clientes particulares, por otra parte, Santander Río les ofreció mayores beneficios en sus compras y consumos —como los gestionados junto con comercios minoristas de presencia nacional, entre los que se cuentan Carrefour, Compumundo y Garbarino— y les acercó una oferta creciente de préstamos personales, que alcanzaron los 2.530 millones de pesos, un 28% más que en 2007. Los préstamos hipotecarios, por su parte, disminuyeron un 5%, con un total colocado de 1.850 millones de pesos.

Un comportamiento similar tuvo la emisión de tarjetas: disminuyeron las de crédito y aumentaron las de débito. La emisión de tarjetas de crédito bajó un 4%, con 350.425 emisiones en el año; y las de débito subió un 6,7%, con 578.262 tarjetas. No obstante, los *stocks* se incrementaron: al 31 de diciembre de 2008, el *stock* de tarjetas de crédito fue de 1.212.810, con una variación del 15,9%; y el de tarjetas de débito fue de 2.034.962, con una variación del 16,9% (ambas con relación a 2007).

* *Cientes-individuos a los que se les acredita el sueldo en el Banco.*

Los productos Santander Río, en cifras

Productos actualmente en catálogo	146
Nuevos productos lanzados en 2008	3

Préstamos personales por	2.530 millones de pesos
Préstamos hipotecarios por	1.850 millones de pesos

La emisión de tarjetas (cuentas) de crédito disminuyó un 4% con relación a 2007.

Emitidas en 2008	350.425
Stock (al 31/12/2008)	1.212.810
Variación de stock respecto del año anterior	15,9%

La emisión de tarjetas de débito creció un 6,7% respecto de 2007.

Emitidas en 2008	578.262
Stock (al 31/12/2008)	2.034.962
Variación de stock respecto del año anterior	16,9%

Cantidad de planes sueldo firmados en 2008	5.234
Cantidad de empresas que acreditan sueldos	12.938

Mayor flexibilidad crediticia

Tres son los nuevos productos con los que el Banco amplió su cartera en 2008: la tarjeta Santander Río Cuenta Central, la tarjeta Santander Río Distribution y la tarjeta Santander Río Purchasing Débitos Automáticos. Cada una de ellas ofrece flexibilidades financieras a la medida de sus clientes.

- **Tarjeta Santander Río Cuenta Central:** Permite concentrar la administración de compras de pasajes aéreos en un único medio de pago.
- **Tarjeta Santander Río Distribution:** Es una tarjeta de crédito exclusiva para la compra en un único comercio, por lo que simplifica las operaciones comerciales y de cobranza entre fabricantes, mayoristas y clientes, disminuyendo el trabajo administrativo y ahorrando tiempo y dinero.
- **Tarjeta Santander Río Purchasing Débitos Automáticos:** Con ella, los clientes-empresa pueden adherirse al pago de todos los servicios que deseen unificar en un único pago mensual.

Productos y servicios destacados

Por su crecimiento, por su flexibilidad para adaptarse a las necesidades del mercado, por las facilidades de acceso al ahorro y al crédito que ofrecen, estos fueron los productos y servicios destacados del año:

- **Cuenta Infinity Platinum:** Luego de su lanzamiento, a fines de 2007, este producto logró un crecimiento sostenido hasta alcanzar los 20.000 clientes en 2008 y consiguió posicionarse como un servicio diferencial para el segmento de renta alta.
- **Tarjeta Santander Río Pymes:** Con la renovación de esta tarjeta de crédito, los clientes pueden consumir en comercios tradicionales y tomar préstamos instantáneos en pesos a través

de Online Banking Empresas (crédito *on-line* en cuotas), a tasa fija y sin firmar documentación adicional, con un plazo máximo de 24 cuotas.

- **Habilitación de cajeros automáticos de Banelco para tarjetas regionales:** Este servicio permitió, a quienes tienen tarjetas regionales emitidas por clientes del Banco, extraer dinero en efectivo a través de los cajeros de la red Banelco, sin necesidad de tener una cuenta.

- **Soporte telefónico para el producto Pago a Proveedores:** Esta nueva línea de asesoramiento brinda un servicio clave para los usuarios del sistema de Pago a Proveedores contratado por clientes del Banco, ya que ahora pueden mantenerse actualizados respecto de la disponibilidad de sus pagos.

Por otro lado, el Banco ofreció nuevas promociones y beneficios a sus clientes particulares. Ellos pudieron acceder, entre otros privilegios, a un descuento del 20% en sus compras en el hipermercado Carrefour todos los jueves, a partir de noviembre. Además, el Banco lanzó la promoción Garbarino y Compumundo, que brindó a los clientes 18 cuotas sin interés en sus compras en estos locales de artículos para el hogar y de computación.

Asistencia a microcréditos

Desde 2006, Santander Río brinda asistencia financiera a las ONG de microfinanzas para que, con su *know how* en este tipo de servicios bancarios, puedan llegar a los microemprendedores con un fondeo accesible.

Junto al sector productivo

Santander Río reforzó su propuesta de calidad para empresas, pymes y agro. Por un lado, mantuvo el convenio con las sociedades rurales del interior del país a través de las tarjetas Superagro, ideadas para financiar compras vinculadas al sector. Estas tarjetas cumplen también un papel solidario: el Banco dona el 2% de lo consumido a más de 140 entidades de bien público relacionadas con las sociedades rurales. Por otro lado, el Banco amplió su oferta de créditos y préstamos especialmente diseñados para el sector productivo. Esta oferta incluye:

- **Tarjeta Santander Río Distribution:** Este producto brinda condiciones crediticias preferenciales en términos de tasa, la cual permanece fija durante el plazo de compra pactado. A diciembre de 2008, el Banco emitió más de 140 tarjetas, con una línea de crédito acordada por un monto consolidado de aproximadamente 10 millones, y préstamos otorgados por casi el 70% de ese total.

- **Crédito *on-line* en cuotas:** El cliente puede convertir el límite no utilizado de su tarjeta de crédito en un préstamo a tasa fija por hasta 36 meses de plazo, sin firmar formularios ni presentar documentación adicional, todo a través de Online Banking. Desde septiembre de 2008, el Banco otorgó 11,6 millones de pesos a una tasa preferencial.

- **Línea de cesión de valores a tasa preferencial:** Este crédito autocancelable financia las necesidades de capital de trabajo con plazos de hasta 120 días y a tasas competitivas en el mercado. El Banco otorgó 280 millones de pesos bajo esta línea, desde septiembre de 2008.

- **Programa Calidad San Juan:** Santander Río solventa proyectos de inversión radicados en la provincia de San Juan, con fondeo provisto por el Banco Interamericano de Desarrollo y por el Gobierno provincial.

- **Línea Fontar-Santander Río:** Esta línea de préstamos financia proyectos de innovación tecnológica, con fondeo provisto por el Banco Interamericano de Desarrollo, y está destinada a empresas del sector primario y manufacturero. Durante 2007 y 2008, el Banco entregó un total de 48 millones de pesos en préstamos de 1 millón de pesos por cliente, con plazos promedio de cinco años.

Eficiencia y calidad garantizadas

Para ratificar la eficiencia de sus operaciones por banca electrónica, el Banco incluyó, dentro de Online Banking Empresas, la confirmación de las transacciones a través de un certificado digital, obligatorio desde el 16 de junio de 2008. Además, incorporó clave y usuario para los clientes de la Tarjeta Santander Río Pymes, quienes también deben acreditar certificado digital para confirmar las operaciones. La ventaja principal del servicio es la conexión directa entre la PC del cliente y el servidor del Banco, que evita que la información pueda ser filtrada en Internet.

Optimize el rendimiento de sus cultivos con los planes de financiación a tasa fija de Santander Río.

Usted cuenta con tasa fija y pago a cosecha, a través de las diferentes herramientas de financiación.

- Tarjeta Santander Río Agro.
- Crédito a tasa fija en pesos.
- Crédito a tasa fija en dólares.

Para más información, comuníquese con el centro Agro al 4341-3048 o al 0800-222-2552 de lunes a viernes de 9 a 18 hs.

Super Miércoles Mujeres

20% y hasta 12 cuotas sin interés* con crédito y débito.

¡En noviembre ahorra en las mejores marcas en todo el país!

Tarjeta Santander Río

4341-3333

Costo financiero total 2,85%

INFINITY

LA INCOMPARABLE SENSACIÓN DE DISFRUTAR SIN LÍMITES.

Infinity Platinum, un servicio incomparable.

- Un crédito de hasta \$100.000*
- Tarjetas Santander Río Platinum, Visa y American Express sin cargo.
- Atención personalizada.
- Alquileres y beneficios preferenciales en Argentina y en el resto del mundo**.
- Precio único, mensual y transparente.

Disfrute de la sensación de ser capaz de todo.

Para más información, comuníquese con nosotros al 4341-3333 o al 0-800-222-3344 de lunes a viernes de 9 a 18 hs.

¿Qué hizo de 2008 un año diferente?

- Santander Río incorporó nuevos productos, con los que totalizan 146 en catálogo, y renovó otros, con el objetivo de brindar mayor flexibilidad crediticia y más eficacia en la atención.
- Consolidó su vinculación con el sector agrario y productivo a través de líneas de financiación exclusivas.
- Implementó medidas de seguridad para las transacciones *on-line*.

Estructura sostenible

Empleados

Santander Río reconoce la dedicación, el talento y el compromiso de quienes hacen de él una gran empresa y un mejor lugar para trabajar; por eso invierte en servicios, en beneficios y en oportunidades de crecimiento para cada uno de sus integrantes.

Compromiso

Aspirar a una eficiencia que priorice siempre la dimensión humana, reconociendo el desempeño, brindando espacios de desarrollo y equilibrando la relación trabajo-vida familiar de los empleados.

Balance 2008

- Santander Río fue reconocido entre las tres mejores empresas para trabajar de Argentina.
- Creó espacios para mejorar la salud de sus empleados.
- Lanzó el programa de autodesarrollo Punto Des (.des).
- Dictó un total de 476.887 horas de formación.
- Intensificó los espacios de conocimiento a través de mejoras en la intranet.

Objetivos 2009

- Potenciar la propuesta de valor que hace que cada día los empleados elijan trabajar en Santander Río, promoviendo su compromiso en la construcción de una gran empresa para trabajar.
- Aumentar la eficiencia al mismo tiempo que se mejora la calidad de vida de los colaboradores.
- Intensificar el conocimiento compartido, las redes sociales y otras herramientas de colaboración que permitan el aprendizaje organizacional y la transmisión de mejores prácticas.
- Brindar herramientas de desarrollo y de autogestión para que los empleados puedan realizar sus propios trámites en un marco de confianza y solidaridad.
- Desarrollar una estrategia de comunicación orientada a favorecer el intercambio de ideas entre la alta dirección y la organización.

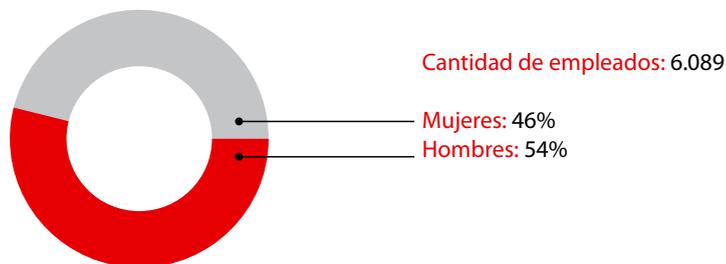
Un mejor lugar para trabajar

Santander Río fue reconocido en 2008 como una de las tres mejores empresas para trabajar de Argentina. Según el *ranking* anual que elabora el Instituto Great Place to Work, así lo evaluaron sus más de 6.000 empleados, un equipo de trabajo dedicado y talentoso que contribuye a diario para hacer de Santander Río una gran empresa.

Para retribuir este compromiso, el Banco ha desarrollado una propuesta de compensación total que los atraiga y los retenga cada día. Se trata de un conjunto integrado de servicios, beneficios y oportunidades, agrupados en seis ventajas corporativas: Empresa líder, Reconocimiento, Formación y conocimiento, Desarrollo profesional, Proyección internacional y Conciliación.

Nuestros empleados, en cifras

Cantidad de empleados: 6.089
Hombres: 54%
Mujeres: 46%
Edad media: 34 años
Antigüedad promedio: 8 años
Estudiantes universitarios: 2.386
Graduados universitarios: 1.069



ción de precios útiles en todo el país y ofrece, en el rubro "Antes de viajar", oportunidades de último momento: precios en caída (se inician con un costo menor al de lista y, conforme pasan los días, disminuyen hasta su fecha de cierre), promociones e información turística.

Formación y conocimiento

Santander Río promueve el crecimiento personal y laboral de cada una de las personas que lo conforman. Lo hace fomentando la proactividad, el acceso a mayores conocimientos y la integración mediante el uso de nuevas tecnologías. En 2008, más de 4.400 empleados eligieron capacitarse en diversas temáticas utilizando parte de las 291.007 horas de formación, entre las que se cuentan cursos por modalidad presencial y virtual, orientados tanto al desarrollo personal como al del negocio. En 2008, el Banco invirtió casi 1,9 millones de pesos en la formación de sus empleados.

Para el negocio

Doce fueron los programas destinados a la formación en el negocio para los equipos comerciales. Además del Programa de Formación para Oficiales de Cuenta y del Programa de Formación para Gerentes de Sucursal (ambos, desarrollados junto con la Universidad de Belgrano), se llevaron a cabo, entre otros, el programa Mundo Pymes —destinado a Responsables de Servicios al Cliente y a ejecutivos de toda la Red de sucursales— y los programas Impacto Río y Troya, sobre el modelo de ventas y de atención en la Red y en Venta Directa, respectivamente.

Nuevos espacios de comunicación interna

Para mantener informados, conectados e integrados a sus empleados, en 2008 Santander Río sumó nuevos canales de comunicación interna. A los medios ya existentes —la revista *Ideas* y el boletín digital semanal *Informándonos en 10'*— sumó un *newsletter* exclusivo para los miembros de la Red de sucursales: *Noticias en Red*. Y continuó apoyando, con campañas de difusión, los lanzamientos de programas y actividades dirigidos a la dotación del Banco.

Conocimiento en línea

La intranet del Banco se renovó en 2008. Como en todos los países en los que se encuentra el Grupo, ahora tiene tres niveles de uso: el portal de noticias *Santander al día*, la intranet pública local y la intranet privada local, donde se publica información y en donde hay herramientas de gestión y contenidos de interés para empleados. También siguió vigente la Extranet Rionautas, que les permitió, a más de 3.500 empleados por mes, ingresar a la intranet del Banco desde sus casas.

Entre las mejoras y novedades implementadas en 2008, se cuentan tres nuevos micrositios:

- **Centro Hola**, en el que los empleados pueden encontrar respuestas a sus preguntas más frecuentes y acceder a canales de atención.
- **El tiempo juega de tu lado**, que ofrece contenidos, tutoriales y un foro para postular ideas sobre la optimización del tiempo.
- **"Paso a paso, nacimientos y embarazos"**, que sirve de guía para los futuros papás en este proceso, así como en casos de adopción y en la vuelta al trabajo de las madres.

Todo ello, con dos nuevas herramientas para agilizar la navegación y favorecer el *feedback*:

Empresa líder

Santander Río, una vez más, consolidó su posición entre los mejores empleadores del país, aun en un año muy particular para la industria financiera local e internacional.

El *ranking* Great Place to Work mide la satisfacción de los empleados y las prácticas de recursos humanos que cada organización posee. En 2008, Santander Río tuvo una participación récord en esta encuesta: respondió el 92% de sus colaboradores, un 4% más que en 2007. Así, el Banco logró ubicarse en el segundo puesto entre las cien mejores empresas para trabajar de Argentina (dos posiciones más arriba que el año anterior), y en el primer puesto dentro del sector financiero y entre las empresas argentinas con más de mil empleados.

Reconocimiento

Como parte de su política de compensación total, el Banco ofrece a sus empleados beneficios adicionales al salarial: desde subsidios por guardería y colonia de vacaciones de sus hijos, hasta acceso bonificado a productos bancarios, y descuentos y promociones exclusivos para ellos. Además —porque entiende el reconocimiento como un valor que excede la retribución monetaria— Santander Río lleva adelante un programa que destaca a los empleados más valorados entre sus pares.

Súper Experiencia 2008

Por cuarto año consecutivo, Santander Río estimuló a sus empleados a que postularan a sus compañeros para que sean reconocidos por el valor que aportan en su labor diaria. A lo largo del año, recibió 1.140 postulaciones, de entre las cuales eligió y destacó, especialmente, a 6 grupos y a 15 personas.

Portal de compras

Antes de comprar, el portal que reúne las promociones y beneficios para empleados, fue renovado en 2008. Ahora cuenta con una sec-





El equipo de la sucursal 135 de Bahía Blanca festejó la Semana Santander Sos Vos, al igual que los empleados de áreas centrales que se sumaron a la caminata en Buenos Aires.

- Un motor de búsqueda con tecnología Google, que transformó la forma de acceder al conocimiento en la organización.
- La posibilidad de dejar comentarios y calificaciones al pie de las notas publicadas, que ahora, además, se acompañan de elementos multimedia, como videos, audios, animaciones y *podcasts*.

Nuestra gente en la universidad

La formación continua y el conocimiento son clave para un desarrollo profesional de calidad. Por ese motivo Santander Río desarrolla —en conjunto con prestigiosas universidades locales— programas ejecutivos, diplomados y cursos de posgrado de excelencia y con un diseño acorde a las necesidades del negocio. Durante 2008, casi 200 empleados recibieron sus diplomas universitarios de las siete carreras que el Banco lleva a cabo junto con casas argentinas de altos estudios:

- El Diplomado en Gestión y Liderazgo, junto con la Universidad Siglo XXI.
- El posgrado en Finanzas, junto con la Escuela de Dirección de Empresa de la UADE.
- El Programa Ejecutivo de Desarrollo Gerencial, junto con la Escuela de Dirección de Empresa de la UADE.
- El Diplomado en Agronegocios, junto con la Universidad de Belgrano.
- El Diplomado en Comercio Exterior, junto con la Universidad Nacional de Quilmes.

Innovar en formación

Las nuevas tecnologías juegan un rol clave en el proceso formativo del Banco. Así, este año, de un total de 110.299 horas dictadas de formación, un 23% tuvo como soporte el formato de videoconferencia o *podcast*.

Desarrollo profesional

Varias son las herramientas que el Banco utiliza para favorecer el desarrollo de sus profesionales, siempre con foco en el autodesarrollo:

- **Evaluación de desempeño:** Es una herramienta que busca analizar la contribución de cada empleado a su tarea y a su sector, con relación a los objetivos pautados y al modo en el que fueron alcanzados. Para ello, analiza las competencias personales, sus fortalezas y sus áreas de mejora, y planifica, a partir de ellas, acciones concretas y puntuales. Esta herramienta se utiliza con toda la dotación y se implementa anualmente.
- **Punto Des:** El Banco lanzó un programa virtual que facilita la autogestión de desarrollo. Así, Punto Des (.des) parte de una reflexión acerca de las fortalezas y las áreas de trabajo del empleado, para sugerir luego una propuesta de entrenamiento personalizada con materiales en diversos formatos (videos, artículos, *podcasts*, resúmenes).
- **Gestores de personas:** El equipo de gestores que orienta a los profesionales del Banco realizó en 2008 reuniones de estimación de potencial, entrevistas de desarrollo, programas de *mentoring* y mapeos de potencial, para cubrir necesidades actuales y futuras priorizando recursos internos.

Rotación y movilidad

La rotación voluntaria es un indicador que Santander Río mide para evaluar la satisfacción de sus empleados. En 2008, fue solo del 6,4% a nivel general, y del 1,6% para las personas de alto desempeño. Por otro lado, la tasa de movilidad interna fue del 9,4%, cifra que representa 596 movimientos para cubrir puestos con recursos internos.

En cuanto a la rotación inducida por desempeño, 347 personas —el 5,5% de la plantilla— fueron parte del ajuste que el Banco debió efectuar en el contexto de crisis económica mundial (en particular, en la industria financiera) para hacer más eficientes las estructuras evitando la pérdida de talentos y de personas con alto desempeño.

No obstante, el Banco se ocupó, a través del equipo de Relaciones Laborales, de garantizar indemnizaciones superiores a la media del mercado y procuró que los empleados que dejaban la compañía se sintieran acompañados. Además, brindó asesoramiento sobre microemprendimientos o nuevas orientaciones de carrera laboral.

En la temporada diciembre 2007-febrero 2008, 240 empleados del interior del país recibieron reintegros por la colonia de vacaciones de sus hijos, mientras que los niños de 160 empleados de Ciudad Autónoma de Buenos Aires participaron de una colonia organizada en un predio contratado.

Además, el Banco celebra, junto a las familias, los acontecimientos especiales, como el inicio de clases, el fin de año, los nacimientos y los casamientos. Para el inicio de clases, entregó más de 2.000 kits escolares, elegidos por los empleados y sus hijos, y 3.330 presentes por el Día del Niño. Por otro lado, y en el marco del festejo Semana Santander Sos Vos, organizó "Nuestra familia nos visita", una actividad para integrar y entretener a todos los familiares que quieren conocer el lugar de trabajo del empleado. En 2008 los empleados inscribieron a más de 5.000 invitados (entre hijos, abuelos, padres, novios, hermanos y sobrinos) en todo el país.

Conciliación

Equilibrio laboral, personal y familiar: estos son los principales focos de atención del Centro de Empleados Santander Río, destinado a escuchar y conocer las necesidades de cada empleado y a brindar soluciones a su medida. Algunos de los beneficios que el Banco concentra a través de este centro son los siguientes:

- **Salud preventiva:** Un médico corporativo concurre al Centro dos veces por semana y recibe todas las consultas, mientras que a diario un enfermero está disponible para atender los casos más inmediatos. Este servicio complementa el plan de medicina prepagada —único e independiente de la escala salarial— que recibe cada empleado y su familia. Además, el Centro cuenta con un gimnasio y con una sala de relax en la que se dictan clases de yoga y *shiatsu*.
- **Plan de Ayuda Social:** En situaciones de emergencia familiar o en casos críticos de salud, el empleado puede solicitar un subsidio que otorga el Banco para cubrir parte de la necesidad. También puede acceder a contención psicológica en caso de ser necesario.
- **Centro Hola:** Aquí los empleados pueden realizar consultas, reclamos y enviar sugerencias de mejora. Este año, el Centro atendió, mensualmente, un promedio de 1.540 llamados, 830 correos electrónicos y 615 consultas vía chat, sobre temas diversos.

La familia primero

Santander Río sabe que, para sus empleados, la familia es lo primero. Por eso provee programas y beneficios, como subsidio por guardería, colonia de vacaciones y becas a hijos de empleados fallecidos.

Bienestar y salud

La salud tuvo un espacio importante en el calendario 2008. El Banco celebró en abril el mes de la Vida Saludable, durante el cual los empleados pudieron conversar, a través de la intranet, con nutricionistas, cardiólogos, deportólogos y otros especialistas. Además, y a lo largo del año, participaron de caminatas en todo el país y pudieron optar por un chequeo médico preventivo y asistir a un curso de primeros auxilios. En intranet también encontraron el sitio de salud rediseñado, consejos saludables para la vida cotidiana y la nueva propuesta Salud TV, con videos de interés.

Flexibilidad y manejo del tiempo

Santander Río apuesta a la flexibilidad basada en las relaciones de confianza que construye con sus empleados. Por eso, existe la política de vestimenta informal todo el año, y la jornada flexible los viernes y el día de cumpleaños propio o de los hijos. Asimismo, todos los empleados tienen acceso remoto al *mail* y a la intranet del Banco, mientras que 650 personas se sumaron a la modalidad Teletrabajo, para utilizar el servidor corporativo con conexión segura desde sus hogares.

Otra novedad de 2008 fue el programa El Tiempo Juega de tu Lado, creado para que los empleados puedan aprovechar mejor sus tiempos, en beneficio personal, de la compañía y de los equipos de trabajo. Además de proponer técnicas para optimizar el tiempo, el programa instauró módulos de autogestión que permiten solicitar las vacaciones y realizar la declaración jurada de ganancias vía intranet, así como también pedir certificados y realizar cualquier consulta *on-line* a través de un buscador desarrollado junto con Google.

¿Qué hizo de 2008 un año diferente?

- Santander Río logró el segundo puesto en el *ranking* Great Place to Work, dos posiciones más arriba respecto de 2007.
- Lanzó el sitio de intranet del Centro Hola para optimizar la atención a empleados, y renovó el portal de beneficios *Antes de comprar*.
- Celebró la Semana Santander Sos Vos con actividades para promover la salud, la solidaridad y la integración de la familia.
- Hizo de abril el mes de la Vida Saludable e incorporó Salud TV.
- Creó el programa El Tiempo Juega de tu Lado para optimizar el uso del tiempo personal y laboral.



Estructura sostenible

Proveedores

Transparencia e igualdad de oportunidades: esta es la base de los procesos de selección de proveedores que Santander Río utiliza para asociarse a quienes respetan los derechos humanos, laborales y medioambientales.

Compromiso

Generar relaciones eficientes, éticas y de largo plazo con aquellos proveedores que le permiten al Banco adquirir bienes y servicios de calidad a costos competitivos.

Balance 2008

- Santander Río finalizó el proceso de integración a Aquanima, empresa que gestiona el total de sus compras y le asegura excelencia en los procesos de selección y contratación.
- Participó de los ahorros globales del Grupo, lo que le permitió obtener mejores costos.
- Aumentó su porcentaje de proveedores adheridos al Pacto Global de Naciones Unidas.

Objetivos 2009

- Agregar valor en la gestión del gasto, optimizando los costos.
- Administrar la relación de recursos conectados con el funcionamiento integral del Banco.

Más transparencia, más equidad, mayor ahorro

A través de su área de Compras, el Banco trabajó otro año para lograr la máxima idoneidad en la gestión de proveedores. Su objetivo: crear y sostener una cadena productiva de valor, con estándares de calidad internacional, para llegar a sus clientes con los mejores productos y servicios.

Así, Santander Río logró un ahorro de 110,5 millones de pesos en el volumen total de compra de 2008 con respecto a 2007. Parte de esta disminución en las compras está vinculada a que el Banco se adhirió a los ahorros globales del Grupo y logró así mejores costos para sus contrataciones. De los 475,5 millones comprados, un 25,5% fueron destinados a inversión y un 74,5%, a gasto.

Las compras de 2008, en cifras

Volumen total de compras

475,5 millones de pesos
25,5% de inversión
74,5% de gasto

Volumen de compra ahorrada en relación con 2007

110,5 millones de pesos

Compra electrónica

56%

Compra a proveedores suscriptos al Pacto Global

39,68%

Ningún proveedor representa más del 16,9% de las compras.

Por otro lado, los porcentajes de compra de 2008 a cada proveedor fueron similares a los de 2007. Ningún proveedor representó más del 16,9% del gasto total, mientras que los diez mayores sumaron 266 millones. A través de esta desconcentración, Santander Río fomenta la igualdad de oportunidades y garantiza la transparencia de sus procesos de contratación.

Selección de proveedores

La claridad en los procesos y el acceso igualitario también se alcanzan a través de la aplicación de estrictos criterios de selección. Santander Río evalúa a sus proveedores en cuanto a su condición de empleadores (por ejemplo, verificando el cumplimiento de sus deberes fiscales y previsionales), pero, además, en su relación con el entorno y la comunidad. Por eso, otra variable que el Banco prioriza es la adhesión al Pacto Global de Naciones Unidas, que promueve el respeto por los derechos humanos, laborales y medioambientales. En 2008, el 39,68% de la compra fue gestionada a proveedores suscritos al Pacto (un 12,7% más que el año anterior).

Máximo control

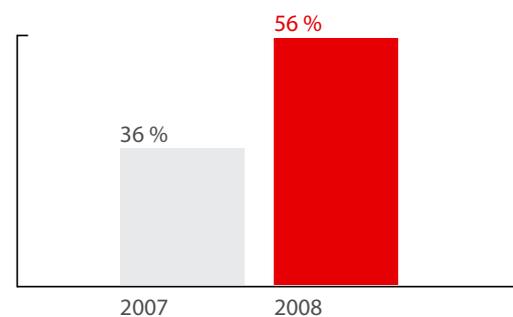
Para asegurar la equidad, la transparencia y la efectividad en sus procesos de contratación, el Banco se rige por diversas normas. Entre ellas se encuentran el Manual de Compras del Grupo Santander; el Modelo Global de Compras, que guía los ahorros; y el Código de Conducta del Banco, entre otras reglamentaciones internas, que incluyen normas vinculadas a la selección y contratación de proveedores.

Transparencia al cien por cien

Santander Río y Aquanima —empresa abocada a garantizar eficiencia, transparencia y calidad en los procesos de contratación— lograron integrarse por completo, y hoy el Banco canaliza, a través de ella, el 100% de sus compras.

Entre otros resultados, esta unión permitió que en 2008 las compras por subastas electrónicas crecieran de un 45% a un 60% para las categorías de tecnología, operaciones, publicidad y *marketing*, infraestructura e inmuebles, gastos de personal y gastos gestionados en forma descentralizada. En total, la compra gestionada electrónicamente creció del 36% en 2007, al 56% en 2008.

Volumen de compra negociada *on-line*



¿Qué hizo de 2008 un año diferente?

- Santander Río creó foros de inversiones y gastos, de acuerdo al Modelo Global del Grupo Santander, encargados de analizar y aprobar la racionalidad de las compras.
- Aquanima (empresa internacional líder en servicios de compras) profundizó su proceso de integración a Santander Río y hoy gestiona el 100% de sus compras.
- El porcentaje de compra gestionada a los proveedores del Banco adheridos a Pacto Global creció un 12,7% con relación a 2007.



Entorno sostenible

Acción social / Universidades

Operar de manera responsable implica ocuparse no solo del propio crecimiento, sino también contribuir a que crezcan los demás. Santander Río lo hace, invirtiendo en educación, en inserción laboral y en contención para quienes no tienen cubiertas las necesidades básicas.

Compromiso

Generar valor social en las comunidades donde el Banco opera, promoviendo la educación y el trabajo como motores del crecimiento y de la igualdad de oportunidades.

Balance 2008

- Santander Río intensificó su inversión en educación superior y el vínculo con las universidades.
- Creó espacios de encuentro multisectorial para discutir sobre innovación y tecnología.
- Entregó 462 becas escolares.
- Renovó sus programas de fomento a los microemprendimientos.
- Colaboró, con el apoyo de sus empleados, en la construcción de viviendas mínimas de emergencia para familias necesitadas.

Objetivos 2009

- Reforzar el vínculo con las universidades con las que actualmente el Banco tiene convenio.
- Ampliar las actividades que permitan la participación voluntaria de los empleados.
- Lograr un mayor grado de conocimiento del Programa de Responsabilidad Social Corporativa, tanto por parte del público interno como del externo.

Invertir para que crezcan todos

Promover la educación en todos sus niveles, fomentar la inserción laboral y fortalecer los lazos sociales de quienes menos tienen: estos son los ejes del Programa de Responsabilidad Social Corporativa (PRSC), programa que canaliza y orienta la inversión social de Santander Río. Desde su puesta en marcha en 2002, el PRSC brindó apoyo a la educación en todos sus niveles —en especial, en el nivel superior—, creó espacios para promover el espíritu emprendedor y nuevas fuentes de trabajo, y trabajó para la contención de quienes no tienen satisfechas las necesidades básicas de alimentación, vivienda y recreación.

En 2008, el Banco destinó un total de 11.273.167 de pesos a inversión social. Un 32% correspondió al Programa de Responsabilidad Social Corporativa, mientras que un 33% fue destinado al Programa Universidades y un 35%, a la Red Universia.

Inversión en el Programa Universidades

3.739.519 de pesos

Inversión en el Programa de Responsabilidad Social Corporativa

3.628.648 de pesos

Inversión en Universia

3.905.000 de pesos

Inversión total

11.273.167 de pesos

Alcance

13 proyectos principales en 20 provincias y en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

La semilla del verdadero crecimiento

Santander Río cree en la educación como semilla de la igualdad social. Y, para ayudar a sembrarla, invierte en los tres ámbitos formales de la educación argentina: universitario, secundario y primario. La educación universitaria prepara a los futuros profesionales del país y genera espacios de descubrimiento y desarrollo a través de la investigación; mientras que la educación primaria y la secundaria brindan la formación básica y esencial para incorporarse en la sociedad (de la mano de la familia).

En este marco, durante 2008 el Banco desarrolló los siguientes programas:

- Programa Universidades
- Red Universia
- Programa Escuelas en Acción
- Programa Sumando Herramientas
- Maratones de Lectura
- Plan de becas escolares
- Talleres de fortalecimiento paterno

Programa Universidades

Año tras año, Santander Río intensifica su vínculo con las casas de altos estudios. Lo hace a través de su Programa Universidades, que se ocupa de fortalecerlas, apoyando proyectos para promover la calidad académica y la investigación. En 2008, el Banco sumó tres nuevas universidades a este programa (el Instituto Universitario ESEADE, la Universidad Nacional del Litoral y la Universidad Católica de La Plata), con las que se totalizan así las 59 casas de estudio, entre públicas y privadas. Además, aportó 1.722.200 de pesos a proyectos de cinco universidades, analizó y asesoró 123 proyectos de negocios de estudiantes y emitió 19.188 credenciales en 26 universidades.

Para fortalecer los proyectos de calidad educativa, investigación, infraestructura, becas y transferencia de las instituciones que participan del programa, este año Santander Río llevó a cabo las siguientes acciones:

- Firmó una ampliación del convenio con la Pontificia Universidad Católica Argentina, por la cual incrementó en 316.000 pesos la pauta de colaboración a programas de mejoramiento de calidad docente y de investigación.
- Aportó 379.200 pesos a la Universidad Nacional de Córdoba, destinados a publicaciones de divulgación científica y tecnológica, a la transferencia tecnológica de su Laboratorio de Hemoderivados y a la relación universidad-empresa a través de su Feria de Empleos.
- Renovó el convenio con la Universidad Nacional de La Pampa e incrementó su aporte a 158.000 pesos por año para programas de becas de ayuda social a alumnos de grado y de becas de perfeccionamiento docente.
- Acompañó a la Universidad Argentina de la Empresa en su proyecto de ampliación y relocalización de la biblioteca, con un aporte de 553.000 pesos. Además, continuó apoyando sus ediciones anuales de los concursos de fotografía, su Premio a las Mejores Tesinas y su Premio a la Mejor Práctica de Innovación en la Enseñanza.
- Continuó colaborando con la Universidad Austral en sus programas Fondo de Becas, Fomento del Emprendedorismo y Transferencia de Tecnología, con un aporte de 316.000 pesos.

El mérito académico, la cultura del esfuerzo y los emprendimientos de los jóvenes fueron también recompensados en 2008. Por segundo año consecutivo, Santander Río entregó el Premio al Mejor Egresado y el Premio al Mérito Académico entre los alumnos las universidades vinculadas al programa. En total, distribuyó 275.000 de pesos entre los 55 mejores graduados —5.000 pesos a cada uno— y 400.000 pesos entre 400 estudiantes que demostraron excelencia académica.

También estimuló el espíritu emprendedor, entregando un total de 100.000 pesos en la cuarta edición de su Premio a Jóvenes Emprendedores. Esta es una competencia de planes de negocio para estudiantes universitarios y jóvenes profesionales, que fomenta la cultura emprendedora y reconoce las habilidades e ideas que impulsan el progreso regional. El Banco selecciona los planes que apoyará de acuerdo a su carácter innovador, a su viabilidad, al impacto en cuanto a creación de riqueza, al empleo que pueda generar y a su responsabilidad social corporativa.

Investigación e innovación, de la mano

La investigación también tuvo un lugar clave en la inversión social de 2008. Santander Río apoyó a la Fundación Crimson con 158.000 pesos destinados al programa PABSELA para el mejoramiento de la educación en ciencias biomédicas. Colaboró con el Instituto Balseiro, con el monto de 47.400 pesos, para su competencia de Planes de Negocios. Además, gestionó un acuerdo con el Instituto Tecnológico Córdoba (el cual integra a todas las universidades públicas y privadas de esa ciudad) para el fomento de las industrias relacionadas a la tecnología.

Algunos eventos, asimismo, reflejaron el apoyo de Santander Río a la innovación. Comenzó 2008 con la Jornada de Innovación Tecnológica y Capital de Riesgo, organizada en febrero, en la que Enrique Cristofani anunció que el Banco destinaría el 0,5% de su resultado neto a aportes de capital semilla en proyectos de base tecnológica, entre 2008 y 2010. El objetivo: motivar a los investigadores en el área de tecnología y contribuir al desarrollo de las economías regionales.

Primer Encuentro sobre Innovación y Desarrollo Productivo

Santander Río cerró 2008 reafirmando su apoyo a la innovación. Junto con el Honorable Senado de la Nación Argentina (HSNA), organizó, el 4 de diciembre, el Primer Encuentro sobre Innovación y Desarrollo Productivo. A través de varios paneles, la propuesta generó espacios para que legisladores, rectores y empresarios analizaran paradigmas y experiencias sobre las vanguardias tecnológicas. Con relación a Santander Río, Enrique Cristofani y el gerente del Programa de Universidades destacaron el compromiso del Banco para con la mejora de la educación y la vinculación entre el conocimiento y el sistema productivo, en la que reside el futuro del país. En representación del HSNA, Julio Cobos —vicepresidente de la Nación y presidente del Senado— y Pablo Verani —presidente de la Comisión de Ciencia y Tecnología— resaltaron la importancia del trabajo conjunto entre los sectores público y privado, particularmente, en investigación.

Red Universia

Otra forma en la que Santander Río invierte en educación universitaria es a través de su apoyo a la Red Universia, la mayor red de colaboración universitaria virtual de Iberoamérica. En Argentina, el portal reúne a 74 universidades (que involucran a 1,6 millones de alumnos) y registra un promedio mensual de 600 mil visitantes únicos. A todos ellos les ofrece, además de una red social intracadémica, información sobre empleo, educación y ciencia.

Como agente promotor de la innovación y generador de oportunidades para la comunidad universitaria, Universia Argentina trabajó este año en los siguientes proyectos:

- relanzamiento del portal de empleo, que incorporó 18 instituciones al buscador;
- 16 actividades de difusión para potenciar las líneas estratégicas vinculadas con empleo, redes sociales, formación y observatorio;
- actividades de comunicación en 20 universidades sobre los contenidos y servicios del portal;
- evento Tendencias, una conferencia acerca de iniciativas innovadoras en educación superior implementadas a nivel mundial en prestigiosas universidades e instituciones;
- primer sitio OpenCourseWare de Argentina, perteneciente a la Universidad Nacional de Córdoba (<http://www.ocw.unc.edu.ar/>);
- herramientas para la gestión, clasificación e integración en los portales de diferentes tipos de contenidos, con el soporte tecnológico del Laboratorio de Investigación y Formación en Informática Avanzada de la Universidad Nacional de La Plata;
- incorporación de la biblioteca de la Universidad Nacional de La Plata al repositorio de Recursos de Aprendizaje de Universia (<http://biblioteca.universia.net/>);
- diferentes talleres con los responsables de prensa de más de 20 universidades para el proyecto de carga remota de contenidos en el portal.

En 2008, Universia Argentina recibió el Premio Universidad de Buenos Aires (UBA) a la divulgación de contenidos educativos en los medios nacionales de comunicación, entregado por la Universidad de Buenos Aires (UBA).



Los alumnos de la escuela Juan Bautista Alberdi de San Miguel de Tucumán participaron de su segunda maratón de lectura.



Actores del grupo de Teatro Solidario, en plena representación de su última obra: Obeliscópolis.

Programa Escuelas en Acción

Por cuarto año consecutivo, el Banco invirtió en el programa Escuelas en Acción, desarrollado junto con la Asociación Argentina de Consorcios Regionales y con la Fundación Compromiso, para fortalecer la gestión de las escuelas agrotécnicas de todo el país. También, junto con los Consorcios de Experimentación Agrícola, capacitó directivos y cuerpo docente para mejorar las actividades productivas de las escuelas y para potenciar el rol de la educación como motor de desarrollo.

Programa Sumando Herramientas

Del Colegio al Empleo pasó a ser Sumando Herramientas. Se trata del mismo programa que, por sexto año consecutivo, Santander Río desarrolla junto con la Fundación Oportunidad para apoyar a los jóvenes en el proceso de la primera búsqueda laboral. En 2008, se dictaron 103 talleres, en los que 2.100 jóvenes vincularon la búsqueda de empleo con sus intereses y proyectos.

Maratones de Lectura

En 2008, y por décimo año consecutivo, el Banco apoyó las Maratones de Lectura organizadas por la Fundación Leer. Este proyecto, que incentiva la alfabetización de niños y jóvenes a través de encuentros de lectura literaria, apunta a diversificar y a fortalecer la tarea docente de las escuelas de zonas carenciadas. Este año fueron 6.078 los alumnos —pertenecientes a 64 escuelas de 15 provincias— que recibieron más de 19.000 libros donados por el Banco.

Plan de becas escolares

Para combatir la deserción escolar, Santander Río otorgó 462 becas escolares a 123 familias de cinco provincias: Chaco, Catamarca, Tucumán, Santiago del Estero y Misiones. Lo hizo a través de Cáritas Argentina, para contribuir con los gastos de vestimenta, útiles, etcétera.

Talleres de fortalecimiento paterno

Junto con la Fundación Proyecto Padres, el Banco continuó acompañando a las familias, las cuales constituyen el espacio primario de educación y contención de sus hijos. En 2008, apoyó la organización de 70 talleres, en los cuales más de 7.500 madres y padres recibieron conceptos teórico-prácticos para entender a sus hijos adolescentes y para brindarles contención.

Cultura del trabajo y del emprendimiento

De la semilla de la educación nacen la cultura del trabajo y los emprendimientos, fundamentales para el verdadero crecimiento. Por eso Santander Río apuesta, también, a invertir en microemprendimientos y en proyectos de capacitación que generan inclusión laboral. Estos son algunos de ellos:

- **Ideas que Dan Trabajo.** En la cuarta edición del programa, Santander Río recibió 63 proyectos presentados por sus empleados, de los cuales 24 fueron seleccionados y recibieron capital semilla para su puesta en marcha. Como en las ediciones anteriores, el programa alienta la generación de fuentes de empleo genuinas en la Argentina a través de microemprendimientos autosustentables apadrinados por los propios empleados. Otra novedad de este año fue la incorporación de Fundación Impulsar, que se sumó para auditar la gestión y monitorear las propuestas.
- **Centro Educativo Pescar Santander Río.** Este programa brinda una formación personal y profesional a jóvenes, con el objetivo de prepararlos para que tengan un mejor desempeño en el ámbito laboral. En él participan estudiantes de entre 16 y 18 años que cursan el último año de la secundaria y que tienen buen rendimiento escolar, asistencia regular e interés por capacitarse. Se privilegia a aquellos adolescentes de escasos recursos y oportunidades, que residan en la proximidad del Centro Educativo. El programa pone foco en la formación personal (planificación individual, vocación, técnicas de estudio), ético-ciudadana (valores, ámbito laboral) y técnico-profesional (hábitos empresariales y nociones sobre las áreas de cada empresa, entre otras). En agosto de 2008, se graduaron los 20 alumnos que participaron del primer Centro Educativo Pescar

Santander Río, que se llevó a cabo en La Plata. En diciembre de ese mismo año, se lanzó el segundo Centro Educativo Pescar Santander Río —esta vez, en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires—, del cual participaron 13 jóvenes mujeres.

- **Programa de Formación de Emprendedores.** Organizado por Emprear, en el Centro de Emprendedores del ITBA, este programa activa el proceso emprendedor profesional a través de la investigación, la formación empresarial, la mejora del contexto y la facilitación de herramientas, factores necesarios para gestar, lanzar y certificar empresas sustentables y dinámicas. En 2008 el Banco entregó tres becas para el programa.



Primeros egresados del Centro Educativo Pescar Santander Río, en La Plata.

Contención básica y recreación: sostén a quienes más lo necesitan

La educación y la generación de oportunidades laborales construyen un país sustentable, pero Santander Río sabe que muchos argentinos carecen de ayuda inmediata para sus necesidades básicas.

Un Techo para mi País

El 27 y 28 de junio de 2008, los empleados del Banco pusieron, literalmente, manos a la obra. Después de una respuesta masiva a la convocatoria de participar en el proyecto de la asociación Un Techo para mi País, 100 empleados fueron seleccionados para colaborar en pos de un mismo objetivo: que una decena de familias pudiera vivir en condiciones más dignas.

Los voluntarios conocieron a las familias que habitarían las nuevas viviendas. Después de que se formara un vínculo entre ellos, pusieron manos a la obra para construir las casas. El primer día lograron que las viviendas de madera tomaran forma, mientras que el segundo levantaron las paredes y trabajaron en los techos.



Por eso, colabora para revertir la desnutrición infantil, mientras que sus empleados ofrecen recreación a niños que no pueden acceder a ella y colaboran con aquellas familias que no tienen una vivienda o un abrigo.

Este año, el Banco asistió a comedores de Cáritas Argentina ubicados en la región noroeste del país. Además, fortaleció su apoyo a la Red Argentina de Bancos de Alimentos en Buenos Aires, Mar del Plata, Neuquén, Córdoba, Goya, La Plata, Mendoza, Salta, Tandil, Virasoro (Corrientes) y Tucumán.

Los empleados, por su parte, se sumaron a la convocatoria de Santander Río y de la asociación Un Techo para mi País, para contribuir a la lucha contra la falta de viviendas mínimas (ver "Un Techo..."). En paralelo, se llevó a cabo la campaña Un Abrigo para mi País, a través de la cual los empleados donaron ropa de abrigo para familias, parroquias y organizaciones civiles de toda Argentina.

También, recrearon a los más chicos desde el grupo de Teatro Solidario. Fueron 16 los empleados que en 2008 subieron al escenario en seis oportunidades para entretener a 1.800 chicos de escuelas de escasos recursos quienes, además, recibieron útiles escolares. Los demás empleados del Banco también pudieron disfrutar de la nueva obra en dos presentaciones especiales para ellos.

¿Qué hizo de 2008 un año diferente?

- Santander Río sumó tres instituciones al Programa Universidades, que ya involucra a 59 casas de estudio públicas y privadas.
- Generó nuevos espacios de diálogo sobre innovación e investigación: la Jornada de Innovación Tecnológica y Capital de Riesgo, y el Primer Encuentro sobre Innovación y Desarrollo Productivo.
- Recibió, para su Red Universitaria, el Premio UBA a la divulgación de contenidos educativos en los medios nacionales de comunicación.
- Lanzó un nuevo Centro Educativo Pescar Santander Río, esta vez, en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.
- Colaboró con la organización Un Techo para mi País, gracias a 100 empleados que trabajaron como voluntarios en la construcción de 10 viviendas mínimas de emergencia.
- Llevó a cabo la campaña Un Abrigo para mi País.



Entorno sostenible

Medio ambiente

Santander Río trabaja para reducir el impacto ambiental de sus operaciones, a través del ahorro de energía y agua, de la compra de infraestructura ecoeficiente, del reciclado de papel y plástico, y de la inversión en proyectos que reducen la emisión de gases a la atmósfera.

Compromiso

Reducir el impacto indirecto que generan sus operaciones en el entorno y promover, mediante su actividad comercial, la inversión de fondos al desarrollo de proyectos ecológicos.

Balance 2008

- Santander Río incorporó instalaciones ecoeficientes en el uso de la energía y el agua.
- Sumó, a la recolección de papel, la de tapitas de plástico, también destinada a contribuir con la Fundación Garrahan.
- Implementó una nueva política de concientización entre sus empleados sobre la clasificación de residuos y la disminución del uso del papel.

Objetivos 2009

- Reemplazar equipos termomecánicos y enfriadores por nueva tecnología con refrigerante ecológico, en edificios centrales y en 30 sucursales.
- Continuar la campaña de ahorro de energía y la instalación de *timers* que limitan los horarios de uso de equipos de climatización.
- Capacitar a los empleados en la clasificación de residuos, junto con Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires (GCBA).
- Implementar el Sistema de Recolección Diferencial a través de Recuperadores Urbanos del GCBA, clasificando cartón, botellas plásticas y latas de gaseosa.

Instalaciones ecológicas y consumo responsable

Santander Río continuó en 2008 con la implementación de medidas que reducen el impacto indirecto de sus operaciones al medio ambiente. Con el propósito de consumir de manera responsable y medida los insumos que le exige su actividad, disminuyó el uso de recursos no renovables y continuó reciclando aquellos que sí lo son. Además, reemplazó equipamiento que emite gases nocivos a la atmósfera e invirtió en obras con tecnología ecológica.

Normas y planes que guían a Santander Río

- Protocolo de Kyoto
- Pacto Global de las Naciones Unidas
- Plan de Uso Racional de Energía del Gobierno argentino

Más infraestructura ecológica

Una forma en la que Santander Río reduce su impacto en el entorno es convirtiendo sus edificios en construcciones ecoeficientes. Así, en 2008 adquirió 880 toneladas en equipos de refrigeración que trabajan con gas ecológico para renovar aquellos que operan con freón 22 (renovación que se efectuará en casi 40 sucursales).

Otra novedad de 2008 en materia de protección medioambiental fue la inauguración del edificio ecológico Altec. Su climatización centralizada y su volumen de refrigerante variable permiten un ahorro de energía de entre un 30% a un 40%. También contribuirá al ahorro su sistema de iluminación inteligente—que reduce, aproximadamente, un 15% el consumo de energía— al mantener una luminosidad adecuada a la incidencia de la luz solar. Finalmente, los sanitarios del edificio cuentan con válvulas automáticas de limpieza con las que se espera generar un ahorro aproximado del 10% del consumo de agua.

Menos gases nocivos

Menor cantidad de gas metano en la atmósfera argentina: este será el resultado del trabajo de Ecoayres —empresa financiada, por segundo año consecutivo, por Santander Río— que busca eliminar este tipo de gas nocivo de uno de los módulos de relleno sanitario del Ceamse (Coordinación Ecológica Área Metropolitana Sociedad del Estado).

El proyecto, pionero en el país, recibe un financiamiento respaldado con "bonos verdes": certificados de reducción de emisiones, que se reciben por cada tonelada de metano incinerada. Los bonos, autorizados por las Naciones Unidas, se venderán a los países industrializados firmantes del Protocolo de Kyoto, como compromiso por la protección del medio ambiente.

Los consumos de 2008, en cifras

Papel donado a la Fundación Garrahan: 161.283 kilogramos, que suman un total de 1.100 toneladas desde 2000.

Energía eléctrica consumida: 33.322.369 kilowatts.*

Agua consumida: 72.939 metros cúbicos, 33.000 metros cúbicos menos que el año anterior.*

Control de recursos

Santander Río controla sus consumos para lograr una reducción gradual año a año. El seguimiento mensual de la utilización de electricidad, gas y agua evita excesos por fugas, pérdidas y conexiones deficientes, entre otros. Además, el Banco continúa, por octavo año consecutivo, su campaña de recolección de papel reciclable para la Fundación Garrahan, a la que sumó tapitas de plástico de agua y gaseosas. En 2008 logró juntar un total de 161.283 kilogramos de papel y 1.021 kilogramos de plástico.

Las tapitas de plástico también suman

Este año el Banco extendió la recolección a las tapitas de plástico, destinadas, asimismo, a la Fundación Garrahan. Para motivar a los empleados en el nuevo proyecto, el Banco lanzó "El Tapitómetro", un concurso para las oficinas centrales. Las tres oficinas que juntaron más tapitas de agua y gaseosas recibieron un reconocimiento especial por su colaboración con la obra de la Fundación Garrahan y por la protección del medio ambiente.

Otra campaña que el Banco implementó fue la de lograr un "escritorio ordenado". El 5 de junio de 2008, comunicó su nueva política



El edificio ecológico Altec permite hasta un 40% de ahorro de energía.

para generar conciencia en los empleados sobre la división de residuos, en la que incluyó instructivos en intranet con consejos para no acumular papeles innecesarios. La capacitación sobre esta política continuará en 2009.

Trabajando para preservar la naturaleza

Santander Río implementó en 2008 el instructivo *Puesta en marcha* en cada edificio central, en línea con el Plan de Uso Racional de la Energía Eléctrica del Gobierno argentino, al que está adherido desde 2004. El instructivo establece horarios de encendido, limitación de uso y apagado de instalaciones centrales, marquesinas, tótems e infraestructura con imagen institucional, para así lograr un uso racional de la energía eléctrica. Además, el Banco amplió el uso del *software* de control inteligente de los edificios principales. El consumo total de energía del año fue de 33.322.369 kilowatts (un millón más que el año anterior), crecimiento vinculado, en gran medida, a la apertura de nuevas oficinas y sucursales.

Con relación al agua, el Banco logró reducir en 33.000 metros cúbicos el consumo de 2008 (en comparación con el año anterior), con un total de 72.939 metros cúbicos consumidos. Esta cifra corresponde a las sucursales de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y de Gran Buenos Aires, y tiene vinculación directa a la incorporación de tecnología ecológica que Santander Río ha realizado en los últimos años: válvulas de corte automático en los sanitarios de edificios centrales y controladores automáticos para el suministro de agua.

Más ahorro eléctrico: investigación para el futuro

Para seguir construyendo instalaciones ecológicas y reducir aun más el consumo eléctrico, Santander Río planea trabajar en dos estudios:

- Costo-beneficio para el reemplazo de luminarias por tecnologías de LED que permitan, a igual prestación, menor irradiación de calor y consumo eléctrico.
- Costo-beneficio para el reemplazo de luminarias por tecnología comprendida como de bajo consumo.

¿Qué hizo de 2008 un año diferente?

- Santander Río sumó, a la recolección de papel, la de tapas plásticas de envases, y juntó 1.021 kilogramos de plástico.
- Implementó la campaña del "escritorio ordenado" para generar conciencia entre sus empleados sobre el uso racional del papel.
- Inauguró el edificio Altec, con infraestructura ecológica.
- Implementó el instructivo *Puesta en marcha* para el ahorro de energía eléctrica.

* En edificios con medidor.

Acerca del Grupo Santander

Grupo Santander es un banco global que guía su actividad con valores sólidos.

Visión

Una banca global

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



Valores

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

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

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

Liderazgo - Vocación de liderazgo en todos los mercados en los cuales estamos presentes, contando con los mejores equipos y una constante orientación a los resultados.

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

Ética profesional - Más allá del estricto cumplimiento de las leyes, de los códigos de conducta y de las normas internas, se exige a todos los profesionales de Grupo Santander que actúen con la máxima honestidad y transparencia, anteponiendo siempre el interés y los principios de los clientes y de la entidad a la propia posición personal.

Santander, en cifras

Balance

Millones de euros	2008	2007	Variación	2006
Activos totales	1.049.632	912.915	15,0%	833.873
Créditos a clientes (neto) ¹	621.348	565.477	9,9%	523.346
Recursos de clientes gestionados ¹	825.116	784.995	5,1%	739.223
Reservas	55.707	43.828	27,1%	32.595
Recursos propios (computables ratio BIS) ²	68.302	65.225	4,7%	59.776

Resultados

Millones de euros	2008	2007	Variación	2006
Margen ordinario ¹	31.042	27.095	14,6%	22.333
Margen de explotación ¹	17.729	14.842	19,5%	11.218
Beneficio atribuido al Grupo ordinario ^{1,3}	8.876	8.111	9,4%	6.582
Beneficio atribuido al Grupo	8.876	9.060	-2,0%	7.596

Actividad

	2008	2007	2006
Número de clientes (millones)	90,9	64,7	61,3
Número de accionistas (millones)	3,03	2,28	2,31
Número de empleados	170.961	131.819	123.731
Número de oficinas	13.390	11.178	10.852
Número de tarjetas de crédito y débito (millones)	86,40	60,40	54,90

Principales ratios de gestión

	2008	2007	2006
Ratio de eficiencia con amortizaciones	41,86	44,22	48,56
ROE sin plusvalías ³	17,07	19,61	18,54
Ratio BIS ²	13,3	12,7	12,5
Core Capital (%) ²	7,5	6,2	5,9
Beneficio atribuido ordinario por acción (euros) ^{3,4}	1,2207	1,1924	0,9822

Indicadores significativos de sostenibilidad de acuerdo con el GRI

Millones de euros	2008	2007	2006
Valor Económico Directo Generado (Valor Económico Retenido + Distribuido) ⁵	35.747	30.360	25.245
Valor Económico Retenido (Reservas + Amortizaciones + Provisiones)	17.066	12.937	9.767
Valor Económico Distribuido:	18.681	17.423	15.478
Dividendos	4.812	4.070	3.256
Proveedores y otros gastos de administración	4.895	4.348	3.895
Impuestos por beneficios contabilizados en el ejercicio	1.884	2.335	2.254
Gastos de personal	6.964	6.551	5.967
Inversión en Responsabilidad Social Corporativa	126	119	106

1. Datos obtenidos de los estados financieros según los formatos de la Circular 4/2004 del Banco de España.

2. Datos 2008 bajo nuevo acuerdo de Basilea BIS II; 2006 y 2007, por BIS I.

3. En 2006 y 2007, datos sin incluir plusvalías ni saneamientos extraordinarios.

4. Datos ajustados por la ampliación de capital con derecho preferente de finales de 2008. En los cálculos de 2007 y 2008, se incluyen en el denominador el número de acciones en las que, obligatoriamente, se irán convirtiendo los Valores Santander.

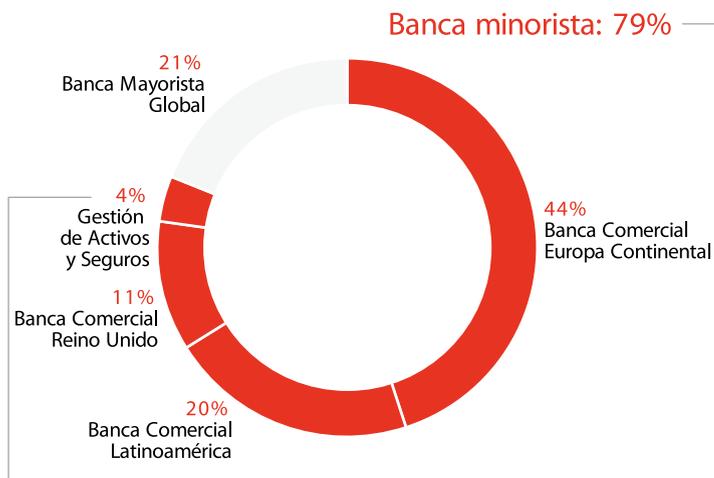
5. Datos 2007 y 2006 recalculados por adaptación de los estados financieros a los formatos establecidos por la Circular 6/2008, de 26 de noviembre, de Banco de España.



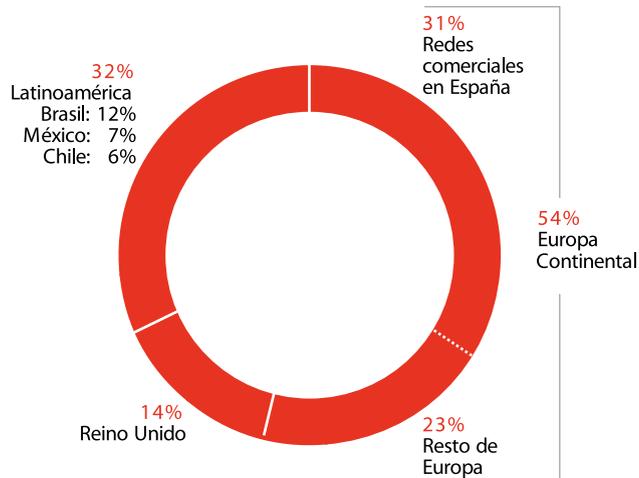
Posicionamiento y liderazgo global del Grupo Santander

Santander es un banco con una gran diversificación geográfica.

Resultado antes de impuestos por negocios 2008



Beneficio atribuido por zonas geográficas 2008



Europa Continental

El primer banco de la zona euro, por valor en bolsa y por beneficios

Oficinas (número)	5.998
Empleados (número)	48.467
Créditos*	323.911
Recursos de clientes gestionados*	294.608
Beneficio atribuido al Grupo*	4.908

* Millones de euros.

Grupo Santander está presente en 16 países de Europa Continental con 5.998 oficinas en las que atiende a más de 25 millones de clientes. En España, Santander es líder en banca comercial y en banca privada, a través de sus dos redes —Santander y Banesto— y del banco especializado en banca privada, Banif. En Portugal, Santander Totta es el primer banco privado por beneficios. Además, Santander Consumer Finance ocupa posiciones de liderazgo en financiación al consumo en Alemania, España, Italia, Portugal y países nórdicos.

En Europa Continental, Santander cuenta con un modelo de negocio muy centrado en el cliente, con especial atención a la eficiencia y a la prudencia en riesgos, lo que permite la generación de ingresos recurrentes con costes controlados y con unos niveles de morosidad más bajos que los de sus competidores.



Reino Unido

El tercer banco del Reino Unido por depósito

Oficinas (número)	1.303
Empleados (número)	24.379
Créditos*	202.244
Recursos de clientes gestionados*	227.271
Beneficio atribuido al Grupo*	1.247

* Millones de euros.

Santander es el segundo banco del Reino Unido por hipotecas, y el tercero por depósitos, y cuenta con 25 millones de clientes en el país. Su modelo de banca minorista, basado en la fortaleza comercial (una amplia oferta de productos y servicios innovadores y un aumento de los costes muy reducido), le permite alcanzar un crecimiento muy por encima de la media del mercado y situarse en la actualidad como el banco de referencia en el país.

Grupo Santander ha incrementado su presencia en el Reino Unido a través de la adquisición de Alliance & Leicester y de la red de oficinas y depósitos minoristas de Bradford & Bingley. Estas adquisiciones permiten anticipar tres años del plan de expansión que se había fijado Abbey. Además, complementan el posicionamiento geográfico del Banco en el país y le permiten tener una mayor presencia en el segmento de banca de pequeñas y medianas empresas.



América

Santander es la primera franquicia financiera de Latinoamérica

Oficinas (número)	6.089
Empleados (número)	96.405
Créditos*	92.684
Recursos de clientes gestionados*	169.186
Beneficio ordinario atribuido al Grupo*	2.945

* Millones de euros.

Santander está presente en Latinoamérica desde hace más de 60 años, apoyando su desarrollo económico y financiero.

La franquicia del Grupo se extiende a nueve países de la región y ocupa posiciones de liderazgo en las economías con mayor potencial: Brasil, México y Chile.

En 2008, con la incorporación de Banco Real, Grupo Santander Brasil se convierte en el tercer banco del país por depósitos y el segundo por créditos, con 3.603 oficinas y 21,9 millones de clientes.

Santander entra en el negocio de banca comercial en Estados Unidos

A través de la adquisición de Sovereign, Santander cuenta desde enero de 2009 con una importante presencia en el noreste de Estados Unidos, a través de 747 oficinas y más de 2 millones de clientes.



La sostenibilidad en el Grupo Santander

Nuestra preocupación por el desarrollo sostenible se traduce en actuaciones que contribuyen a crear valor económico, social y medioambiental.



Una actividad sostenible

Santander ofrece productos y servicios financieros a clientes particulares, a empresas y a instituciones. Productos y servicios que, de manera específica, integran el compromiso del Banco en Responsabilidad Social Corporativa.

- El Banco tiene como eje una gran base que cuenta con más de 90 millones de clientes, con los que establece relaciones duraderas.

- Santander dispone de una amplia gama de productos y servicios. En la presente Memoria de Sostenibilidad, se destacan aquellos que apoyan de manera directa las necesidades básicas de sus clientes y, específicamente, los diseñados para atender a los colectivos más vulnerables o en riesgo de exclusión.

Una estructura sostenible

El modelo de sostenibilidad del Santander se asienta sobre una estructura firme, eficaz y con capacidad de adaptación, que garantiza la estabilidad del negocio bancario y su continuidad en el futuro, apoyada en unos sólidos pilares:

- una base de capital estable, con más de 3 millones de accionistas;
- un gobierno corporativo transparente que cumple con los estándares internacionales más exigentes;
- 170.000 profesionales altamente preparados y con grandes oportunidades de carrera;
- un modelo global de riesgos que se adapta a cada mercado y que considera, de manera específica, el riesgo reputacional;

- una accesibilidad multicanal que nos permite un contacto cercano y frecuente con los clientes, a través de oficinas, cajeros, Internet y comunicaciones telefónicas;
- los proveedores con quienes nos relacionamos para optimizar la gestión de compras;
- la Plataforma Global de Tecnología y Operaciones que permite extraer las máximas potencialidades del negocio y aprovechar el éxito de la experiencia en ciertos mercados para replicarla en otros;
- una marca potente y atractiva que proporciona identidad y reputación a todos los negocios y actividades del Banco.

Un entorno sostenible

En el marco de su actividad, Santander favorece un entorno sostenible, impulsando el desarrollo social y cultural y preservando el medio ambiente. Para ello, apoya las iniciativas internacionales más relevantes en materia de desarrollo sostenible (Pacto Mundial, UNEP Financial Initiative, Principios del Ecuador), y analiza cada caso de forma individual. Asimismo, forma parte del Consejo Estatal de Responsabilidad Social Empresarial, creado por el Gobierno español. La inversión en Responsabilidad Social Corporativa tiene tres líneas de actuación:

- un programa global de colaboración con las universidades que

apoya la educación superior como motor de progreso, en una alianza única en el mundo entre universidad, empresa y la Red Universia (la mayor de habla hispana y portuguesa);

- programas locales de acción social y cultural adaptados a las necesidades de cada comunidad en la que el Banco está presente;
- una política activa de protección al medio ambiente, tanto en el control y en la reducción de sus propios consumos como en las operaciones de financiación, utilizando sistemas de control de riesgos medioambientales y desarrollando productos que aprovechen el medio ambiente como una oportunidad de negocio.

Memoria de Sostenibilidad 2008

LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA EN SANTANDER RÍO

Textos: Mariana López Alonso - Consultoría y servicios de comunicación

Diseño y producción: Meridian/ADV

Fotografía: Marcelo Alejandro Espinosa

Impresión: Impresos Garbarino Hnos. S. A.