

Discurso del Presidente Junta 2006

Sras y Sres accionistas:

Muy buenos días a todos.

Les agradezco un año más su presencia en esta Junta General del Banco Santander.

Al Presidente del Gobierno de Cantabria,
Al Alcalde de Santander
Y al resto de Autoridades

Quiero igualmente dar la bienvenida a D. Antonino Fernández, Presidente del Consejo Asesor Internacional del Banco, e importante accionista nuestro a quien he invitado de forma muy especial a sentarse junto al resto de los Consejeros.

Muchas gracias por acompañarnos hoy.

A estas alturas del año disponen ya de una información muy amplia sobre lo que ha sido el Ejercicio 2005. Presentamos los resultados del año en el mes de febrero y publicamos un completo Informe Anual el pasado mes de abril.

Hoy les hablaré:

En primer lugar de la acción Santander, y de nuestros resultados del año 2005

A continuación dedicaré unos minutos a hablarles de nuestras principales palancas de crecimiento orgánico e inorgánico.

En tercer lugar me referiré al contexto económico e institucional en el que se desarrolla nuestra actividad.

Después hablaré sobre gobierno corporativo y Responsabilidad Social Corporativa, dos temas a los que nuestro Grupo atribuye una gran importancia.

Finalmente, haré unos comentarios sobre cómo vemos el futuro.

1. La Acción Santander

El pasado año ha sido excelente para nuestro Grupo.

La acción se revalorizó un 22,1% y, desde el anuncio de la compra de Abbey en julio de 2004 hasta el final del 2005, los títulos del Santander aumentaron su valor en un 43%.

Esto hace que la Rentabilidad de la acción Santander, medida por su revalorización y crecimiento anual acumulativo del dividendo haya sido del 399% en los últimos 10 años –frente a un 267% del Ibex 35-, situando a nuestra acción en el puesto 12 entre las 100 mayores empresas del mundo en este período.

Hemos pasado de un valor en bolsa de 8.268 millones de euros en 1995 a 69.735 millones al cierre de 2005. Es decir, hemos aumentado nuestra capitalización en 61.500 millones de euros. Somos el primer banco de la zona euro.

La media del crecimiento anual acumulativo de los dividendos del Santander ha sido del 12% en los diez últimos años.

Los resultados de 2005 han sido excelentes. El Grupo alcanzó en 2005 el beneficio más alto de su historia, 6.220 millones de euros, con un aumento del 72,5% sobre el ejercicio anterior.

Excluyendo las plusvalías extraordinarias por la venta de participaciones industriales y financieras, el beneficio atribuido al Grupo alcanzó 5.212 millones de euros, un 44,5% más que en 2004.

El Consejero Delegado les ha dado los detalles por áreas de negocio. Tan sólo destacaré:

- El fuerte crecimiento de las redes Santander y Banesto en España.
- El aumento de beneficios del 36% en Portugal, a pesar de la débil coyuntura económica del país.
- Nuestro negocio de banca al consumo, que sigue creciendo a tasas superiores al 30%.
- Los buenos resultados de Abbey, en línea con nuestra aspiración de convertirnos en un Banco líder en el Reino Unido.
- El gran dinamismo comercial de nuestros bancos en Latinoamérica, con tasas de crecimiento del crédito y de los depósitos del 20%.

Ante los buenos resultados y las perspectivas favorables que presenta nuestro Grupo, el Consejo de Administración propone a esta Junta General un dividendo total por acción de 0,4165 euros, que supone un aumento del 25% sobre el año anterior.

Este aumento del dividendo es una muestra clara de la gran confianza que tiene el Consejo en el futuro del Santander.

2.-Nuestras palancas de crecimiento

Tenemos confianza en el futuro porque somos capaces de:

- ofrecer a nuestros accionistas incrementos de resultados, trimestre a trimestre, gracias al potencial de **crecimiento orgánico** que nos da nuestra actual presencia en España, Portugal, Banca de Consumo en Europa, Latinoamérica y Abbey
- y al mismo tiempo, de analizar y acometer, en su caso, **adquisiciones selectivas**, bien ejecutadas, que permitan cimentar a medio plazo nuestro crecimiento futuro, siempre y cuando supongan creación de valor para el accionista.

2.1 Crecimiento orgánico

A lo largo de los años, el Santander ha desarrollado un modelo de banca comercial eficiente y centrado en mercados de fuerte crecimiento y donde podemos añadir valor introduciendo nuestra tecnología y nuestros productos.

Con el objetivo de ofrecer una rentabilidad superior para nuestros accionistas, hemos crecido combinando el crecimiento orgánico con el crecimiento no orgánico, pero siempre prestando máxima atención a:

- el control de riesgos,
- la disciplina de capital,
- la re-estructuración continua en búsqueda de la mayor eficiencia y
- la diversificación geográfica.

Y todo ello, con el objetivo de dar siempre el mejor servicio a nuestros clientes.

La calidad de servicio al cliente es la base de nuestra política comercial. Queremos clientes satisfechos con nuestros servicios y productos y para ello es fundamental que entiendan sus características. Nuestro objetivo es que los productos que ofrezcamos a nuestros clientes sean los que más se ajusten a su perfil de riesgo y a sus necesidades. En esto cada día seremos más exigentes.

El éxito de nuestro modelo de negocio ha permitido convertirnos en un banco local líder en muchos de los mercados en los que operamos: desde España, Portugal o Reino Unido, hasta Brasil, México o Chile.

En todos estos países tenemos una elevada cuota de mercado, competimos con los mejores bancos comerciales domésticos y tenemos mucho potencial de crecimiento orgánico.

En definitiva, Santander es hoy un líder internacional especializado en banca comercial y con un alto grado de diversificación geográfica. Y la especialización y la diversificación son, sin duda, dos valores en alza en el mundo competitivo y globalizado en el que vivimos.

En mercados más desarrollados, como son España y Portugal y el resto de Europa Continental, el Santander tiene un modelo probado de eficiencia y productividad en banca minorista que se basa en un crecimiento de ingresos de doble dígito con costes planos.

Hemos crecido a unos ritmos muy importantes en España, a pesar de la fuerte competencia y de la madurez del mercado. Sabemos que tenemos aun gran capacidad para crecer, y por eso, decidimos a principios de este año, avanzar en nuestra carrera por la calidad a través de la eliminación de comisiones de servicio a los clientes vinculados.

De nuevo el Santander está abriendo camino, marcando pautas. Porque tenemos la fortaleza para liderar estos cambios y los equipos y la tecnología para ejecutarlos.

En Abbey también se está demostrando nuestra capacidad para generar valor. Los resultados obtenidos demuestran que **vamos por delante** de los planes previstos.

- Se han superado ampliamente los objetivos de costes,
- los ingresos aumentan y,
- se avanza rápidamente en la implantación de nuestra cultura de ventas y de la plataforma tecnológica Partenon.

Hemos decidido que Abbey pase de ser un banco fundamentalmente concentrado en hipotecas, a ser un banco comercial con una oferta completa de productos. Esto nos proporcionará importantes oportunidades de vincular a nuestra base de 18 millones de clientes, y ofrecerles una mayor gama de productos, desde los préstamos personales a las tarjetas, gestión de activos y los productos específicos para las Pymes.

Hace 10 días Abbey anunció la venta de sus negocios de seguro de vida. Felicito a su Consejero delegado, Francisco Gómez Roldán, y a su equipo, por esta magnífica operación. Y no solo porque el precio ha sido excelente, 5.200 millones de euros, sino porque esta desinversión permitirá a Abbey concentrarse en el negocio bancario, asegurando, al mismo tiempo, la continuidad en la prestación de servicios y productos de seguros a sus clientes.

Nuestro objetivo es hacer de Abbey el mejor banco del Reino Unido, y estoy convencido que lo vamos a conseguir.

En Latinoamérica, estamos aplicando un **modelo propio de mercados emergentes**, con un alto crecimiento de ingresos e invirtiendo, al tiempo, en el desarrollo de la franquicia comercial. Sigue habiendo grandes oportunidades para aumentar la bancarización en toda la región. Contamos ya con una plataforma tecnológica única totalmente operativa, lo que nos permitirá avanzar más rápidamente en el desarrollo de productos regionales.

Estoy convencido de que en Latinoamérica está uno de los más claros soportes para el crecimiento futuro del Grupo, algo que no está suficientemente reconocido hoy en el precio de nuestra acción.

En línea con nuestra política de crecimiento orgánico, estamos dando importantes pasos para conseguir desarrollar un **modelo global** que optimice nuestras capacidades como Grupo internacional.

Ser un banco global supone valer claramente más que la suma de las partes. Es más que hacer banca en distintos países: es hacer banca aprovechando economías de escala, mejores prácticas, ventajas competitivas y el mejor talento a nivel global.

En el Santander, a medida que hemos ido creciendo e integrando nuevas unidades, hemos tratado de aunar una fuerte implantación local con la mejor utilización integrada de nuestras capacidades como Grupo.

Cada país y cada mercado en que actuamos deben disponer de los medios más eficaces para competir. Para ello, estamos desarrollando plataformas tecnológicas comunes, una política común de riesgos y un modelo de gestión global de los negocios.

Nuestra fuerte posición en Europa e Iberoamérica nos ha permitido desarrollar capacidades globales en áreas de negocio tan importantes como la gestión de activos, la banca mayorista o la banca privada.

Algunos ejemplos son la integración del negocio de fondos de inversión, de pensiones y seguros en **Santander Asset Management** y la gestión integrada de banca mayorista.

A través de este proceso hemos conseguido un crecimiento significativo de estas áreas, con una aportación también creciente a los ingresos del Grupo.

Nuestra presencia en el Reino Unido, a través de Abbey, nos abre grandes oportunidades para desarrollar nuevos negocios globales, como la venta de productos financieros muy diversos a clientes en cualquier lugar del mundo.

Pero en este proceso de globalización es importante ser selectivo. No todos los negocios, productos o servicios crearán más valor o serán más eficientes al globalizarse.

Hemos establecido para el conjunto del Grupo políticas comunes en ámbitos tan fundamentales como son recursos humanos y la imagen de marca.

En 2007 tendremos una marca única, Santander. La excepción será Banesto. Y habrá algún caso especial como Abbey, que tomará más tiempo.

Una marca con la que se nos identifique en todos nuestros mercados es esencial para competir en igualdad de condiciones con los grandes bancos globales.

El camino hasta convertirnos en un banco global es un verdadero proceso de transformación interna que afecta desde los productos y servicios hasta la marca. Pero sobre todo implica un necesario cambio de mentalidad, de referencias, de organización, de incentivos. Exige, por tanto, un nuevo perfil de directivos y profesionales, y afecta a nuestras políticas de recursos humanos.

Para ello, estamos invirtiendo mucho en formación y en difusión de la cultura corporativa, a lo que está contribuyendo enormemente la nueva sede operativa del Grupo en Boadilla del Monte. En 2005 pasaron por el centro corporativo de formación más de 21.000 profesionales de todos los países donde Santander está presente.

En definitiva, estamos avanzando en el desarrollo de una visión global en la gestión de los negocios, porque sabemos que así podremos reforzar nuestra posición competitiva y aumentar nuestros resultados.

2.2 Crecimiento no orgánico

Pero es igualmente necesario estar atentos a las oportunidades que puedan surgir para seguir creciendo con rentabilidad a medio y largo plazo.

En esta línea, hemos adquirido una participación del 19,8% en el Banco norteamericano Sovereign. El mercado financiero norteamericano es el más grande del mundo. Es un mercado muy competitivo y muy dinámico. Y eso nos gusta. Además, hay claras posibilidades de crecimiento en banca comercial, donde Santander tiene experiencia y ventajas comparativas indudables. A todo ello se suma que Sovereign actúa en los segmentos y áreas geográficas de mayor potencial dentro de Estados Unidos.

La operación, que no es dilutiva en 2007 y que ha supuesto invertir 2400 millones de dólares, deja abiertas todas las puertas para, en su momento, decidir si conviene que amplíemos nuestra participación, nos mantengamos donde hoy estamos o incluso vendamos.

Queda aún tiempo para llegar a esta decisión, que tomaremos en el mejor interés de nuestros accionistas.

Yo mismo y Juan Rodríguez Inciarte nos incorporaremos próximamente al Consejo de Sovereign, lo que nos permitirá seguir de cerca la gestión y la evolución de sus negocios.

En cuanto a la **Banca de Consumo** hemos seguido realizando algunas adquisiciones selectivas en los últimos meses, como en el caso de Noruega y Portugal, que nos permiten entrar en nichos de mercado de alto potencial de crecimiento con un riesgo limitado y una inversión absolutamente razonable para nuestro tamaño.

Los casi 8 millones de clientes que tiene Santander Consumer Finance, su presencia en 12 países de Europa y su beneficio neto cercano a los 500 MM de euros, es la mejor prueba de lo acertado de nuestra estrategia de crecimiento orgánico unido a adquisiciones selectivas.

En Italia, hemos seguido desarrollando nuestro negocio de financiación al consumo, siendo Santander Consumer Finance uno de los líderes en ese mercado.

Con **San Paolo IMI** seguimos trabajando en proyectos conjuntos como All Funds Bank, que compartimos al 50% y que está teniendo una excelente evolución.

Permítanme que les recuerde lo que dije en la Junta del año 2004 acerca de la evolución de la banca en Europa.

Dije entonces que la creación de valor no se producirá a través de fusiones entre iguales sino a través de operaciones de adquisición selectivas, bien planteadas y bien ejecutadas.

Reitero que nuestro objetivo no es crecer por crecer, y que sólo realizaremos **adquisiciones que creen valor para nuestros accionistas**. En concreto, nuestros criterios a la hora de hacer una adquisición, son los siguientes:

- Que sean en negocios de banca minorista o de financiación al consumo.
- Y en mercados en los que nuestra gestión añada valor.

De hecho, Santander ha realizado adquisiciones en los últimos años que se está comprobando añaden valor significativo para el accionista: Banesto, Totta, Santander Consumer, Abbey y los bancos en Latinoamérica **son ejemplos clarísimos**.

3.- El contexto económico e institucional

Nuestra actividad bancaria se ha beneficiado de una economía mundial que ha continuado su fuerte crecimiento a lo largo de 2005, con tasas cercanas al 5%. Según las últimas previsiones del Fondo Monetario Internacional esta cifra podría casi repetirse en 2006.

La subida gradual de tipos de interés en los Estados Unidos, y de forma más moderada en Europa, no ha afectado de momento a esta tendencia. Tampoco lo han hecho las incertidumbres geopolíticas y el fuerte aumento de los precios del petróleo.

En el caso de España, nuestra economía ha crecido en 2005 a un ritmo del 3,4%, dos puntos por encima del promedio de las economías europeas y con una fuerte creación de empleo: cerca de 900.000 puestos de trabajo, más de la mitad del total de puestos de trabajo creados en Europa.

Las perspectivas de crecimiento para 2006 son buenas, y España seguirá creciendo por encima del 3%. La economía española está siendo capaz de absorber adecuadamente el alza de los precios del petróleo, si bien es preocupante la pérdida de competitividad y es urgente que se adopten medidas para corregir esta situación.

En cuanto al sector inmobiliario, hace tiempo que venimos diciendo que se iba a producir una suave corrección en el crecimiento de los precios. **Es lógico pues, que las autoridades pidan prudencia.** Y éstas cautelas refuerzan la conveniencia de analizar nuestras carteras.

En el Santander tenemos una excelente calidad de riesgos. El importe de los créditos hipotecarios se sitúa en el 43% del valor de los inmuebles hipotecados, y eso sin tener en cuenta la apreciación de viviendas, y la tasa de esfuerzo de las familias es baja, no superando el 25%.

En general, los países de la Unión Europea tienen que avanzar por la senda de las reformas económicas para aumentar la productividad y mejorar las condiciones competitivas, algo indispensable en un mundo globalizado.

No se puede aceptar que seis años después de la aprobación de la llamada "Agenda de Lisboa", la Unión Europea, lejos de mejorar su posición competitiva en relación con los Estados Unidos, haya retrocedido.

Es el momento de que todos –gobiernos y empresas– hagamos el máximo esfuerzo para abrir los mercados a la competencia e introducir las reformas necesarias para que esta situación negativa cambie, y recuperar así un mayor crecimiento económico.

Hay muchas economías de escala que se pueden aprovechar, muchas ventajas competitivas que se pueden compartir.

En definitiva hay mucho potencial de crecimiento que Europa no puede permitirse el lujo de desaprovechar.

Debemos tener siempre en mente que países como China e India ganan peso específico con gran rapidez en la economía mundial. Son capaces de atraer capital y de exportar bienes ya no solo baratos, sino cada vez más sofisticados.

También cuentan con un magnífico capital humano. Europa debe estar a la altura de los retos que plantea este mundo nuevo.

La economía española debe de responder claramente a este reto, si no quiere seguir perdiendo competitividad frente a otros países menos desarrollados.

Ya he dicho antes que a pesar de la buena evolución de la economía mundial, existen incertidumbres como son la persistencia de altos precios del petróleo o los desequilibrios internacionales, que pueden amenazar un entorno económico hasta ahora muy favorable.

Por ello, ahora es el momento de hacer las reformas que permitan que Europa vaya a más, fomentando el libre mercado y la libre competencia.

En cuanto a Latinoamérica, soy optimista sobre las perspectivas de la región. Brasil, México y Chile, que suman el 75% del PIB latinoamericano han sentado las bases para un crecimiento sostenido, ajeno a los ciclos políticos, y apoyado en instituciones sólidas y en reglas de juego claras, que fomentan la inversión y el progreso económico y social.

La economía de los principales países de Latinoamérica ha tenido un comportamiento muy positivo en cuanto a las variables clave: inflación, crecimiento, empleo, déficit exterior y equilibrio fiscal. Todo ello ha permitido que el riesgo país de la región haya descendido 230 puntos en un año.

La aportación de la inversión extranjera directa en la región, y en especial, la de empresas españolas ha sido importantísima. Ha quedado claro que la seguridad jurídica es fundamental para la estabilidad económica. **Hechos aislados y, en mi opinión, muy negativos que han ocurrido en algunos países**, no deben ser motivo para pensar que Latinoamérica ha dejado de ser atractiva para la inversión extranjera.

4. Gobierno Corporativo y Responsabilidad Social

Quiero dedicar unas palabras a la actuación del Santander en dos ámbitos a los que prestamos, como ustedes saben, una gran atención: el Gobierno Corporativo y la Responsabilidad Social Corporativa.

Una vez más este año habrán podido ver en la documentación que les hemos entregado, informes específicos y muy detallados sobre cada una de estas cuestiones.

El Santander ha estado siempre en vanguardia en **gobierno corporativo**. En España hemos liderado los movimientos más significativos:

- la eliminación de blindajes,
- el asentamiento del principio “un accionista, un dividendo, un voto”
- o la información completa sobre contratos y retribuciones de Consejeros y Ejecutivos, son algunos ejemplos.

Nuestro modelo se basa en la igualdad de trato a los accionistas y en la transparencia informativa.

Una información amplia, veraz y transparente es el eje central en cualquier sistema de Gobierno Corporativo. Dentro de este marco, la **autorregulación** deber ser el hilo conductor, de acuerdo con la libertad de organización que debe presidir la actuación de las empresas.

Cada empresa es un caso distinto. El sector en que actúa, el tamaño de la empresa, la diversificación de sus negocios y su modelo organizativo puede aconsejar distintas formas de desarrollar el Gobierno Corporativo. Lo esencial es que se informe con detalle y transparencia sobre el modelo elegido. Después serán ustedes, los accionistas, y en general los mercados, los que juzguen sobre su bondad y eficacia.

Estoy muy satisfecho con los avances en el Gobierno Corporativo del Santander. Como saben, la más prestigiosa agencia de calificación en esta materia, Deminor Rating, nos ha otorgado por tercer año consecutivo la segunda mejor calificación entre empresas europeas.

Y estoy también muy orgulloso de nuestro Consejo que cuenta con un excelente equilibrio entre Consejeros externos y ejecutivos, todos ellos con importante experiencia internacional, prestigio y éxito profesional.

Durante el pasado ejercicio ha dejado a formar parte del Consejo D. Emilio Botín O’Shea, cuya contribución al Banco, desde que se incorporó en 1989, ha sido muy destacada.

Hoy sometemos a su aprobación la incorporación del Sr. Jay Sidhu, Presidente de Sovereign Bank. El Sr. Sidhu tiene una magnífica trayectoria en el Sector Bancario y sin duda enriquecerá nuestro Consejo con su visión internacional. Estoy convencido de que será una gran aportación a nuestro Grupo.

Antes de terminar con este tema, quiero referirme a la reciente publicación del Código Unificado de Buen Gobierno en España.

Ya he dicho en varias ocasiones, y lo reitero ahora, que no comparto las críticas a la situación de las grandes sociedades españolas cotizadas en bolsa en materia de gobierno corporativo. En este tema no tenemos nada que envidiar a los países de nuestro entorno. Y ello se debe, en una gran medida, a la importante contribución que hicieron tanto el Código Olivencia como el Informe Aldama, que sentaron los principios básicos en esta materia: autorregulación y transparencia.

Dicho esto, considero positiva la iniciativa de refundir el Código Olivencia y el Informe Aldama en un único documento de recomendaciones y la introducción durante el proceso de elaboración del nuevo Código Unificado de muchas sugerencias hechas por sociedades cotizadas, entre ellas el Santander.

Nuestro Grupo hace ya años que cumple prácticamente con todas las recomendaciones contenidas en el Código unificado. Pero para otras sociedades, sobre todo para las que están considerando su salida a Bolsa, su cumplimiento va a suponer retos y costes considerables.

Por ello, pienso que su aplicación debe hacerse con cautela. Y, en todo caso, que deben ser los accionistas y el mercado en general los que valoren las explicaciones que las sociedades cotizadas den sobre el grado de cumplimiento de las recomendaciones, reduciéndose al mínimo la intervención administrativa.

Es importante recordar aquí los elevados costes que supone para una empresa del tamaño y la diversificación del Santander, el cumplir con los requisitos regulatorios y de información de las autoridades en los distintos países y mercados en los que operamos.

En el Informe de la Comisión de Auditoría y Cumplimiento que acompaña al Informe Anual 2005 encontrarán un dato muy significativo: el año pasado invertimos más de 200.000 horas/persona sólo para cumplir con Sarbanes Oxley, de obligado cumplimiento para las empresas que cotizan en EEUU. El equivalente a 117 personas se dedicaron a ello a tiempo completo durante todo el año.

Este coste supone sin duda una barrera para muchas empresas que también quisieran tener acceso al mercado de Estados Unidos.

Merece la pena una reflexión sobre los efectos del exceso de regulación y sobre la necesidad de una mayor coordinación de los reguladores a nivel internacional.

En el marco de la política de Responsabilidad Social Corporativa, hemos seguido reforzando el compromiso con accionistas, clientes y empleados, la sociedad en su conjunto y el medio ambiente.

Todas nuestras inversiones en Responsabilidad Social Corporativa, que en el Ejercicio 2005 alcanzaron la cifra de 92 millones de euros, se realizan con los mismos y exigentes criterios de eficiencia que se requieren de cualquier otra inversión del Grupo.

La actuación del Grupo en este ámbito se extiende a muy diversas materias, pero su núcleo es el apoyo a la educación superior.

Es evidente la importancia de la educación para el desarrollo y el progreso social y económico de los países en que estamos presentes. Sobre todo en un mundo globalizado y competitivo, en el que la ventaja comparativa la define, sin duda, el talento.

Nuestra contribución se plasma en convenios integrales de apoyo a la educación y a la investigación suscritos con 507 universidades en 11 países. Convenios que impulsan el acceso a las nuevas tecnologías en la universidad, la relación universidad-empresa y la movilidad geográfica de estudiantes e investigadores con miles de becas.

De forma paralela en el Portal Universia, la mayor red de cooperación universitaria a nivel internacional, participan ya 985 Universidades. El año pasado Universia facilitó el acceso de 24.000 estudiantes al mercado laboral, a través de su portal "Primer Empleo".

5. El futuro

Sras y Sres accionistas:

Aunque el sector bancario se haya visto favorecido por la evolución de la economía mundial, no debe haber lugar para la complacencia. Tenemos que estar preparados para que, cualquiera que sean las circunstancias, nuestro Grupo prosiga la trayectoria que le ha situado en la posición de liderazgo que hoy ocupa.

Por eso, estamos continuamente reforzando nuestro Balance, mejorando la eficiencia, diversificando nuestros márgenes y vigilando muy estrictamente nuestros riesgos.

Esto ha sido reconocido recientemente por la agencia de calificación internacional Standard & Poors, que ha subido nuestro Rating a AA-, manteniendo la perspectiva positiva.

Nuestra confianza en el futuro está fundamentada en **cuatro fortalezas** diferenciales:

- 1º. En primer lugar, el carácter recurrente de nuestro negocio en el que un 83% de los ingresos del Grupo procede de la banca comercial. No dependemos de la evolución de los mercados financieros ni de negocios de banca mayorista sometidos, por su propia naturaleza a una mayor volatilidad.
- 2º. En segundo lugar, la diversificación geográfica de nuestros negocios de banca comercial, que nos pone a resguardo de las dificultades ocasionales que puedan tener un segmento o un mercado concreto en los que estamos presentes.

Tenemos una actividad en Europa Continental de enorme solidez y recurrencia. En Reino Unido contamos con Abbey que está en pleno relanzamiento comercial y que nos va a dar tasas de crecimiento de beneficios importantes. Pero además tenemos una fuerte presencia en Latinoamérica, que tiene un alto potencial de crecimiento y donde estamos recogiendo nuestra mejor cosecha después de años de inversiones.

- 3º. En tercer lugar, una amplia base de clientes: más de 66 millones en los países donde actuamos, constituyen una masa crítica importante y una cuota de mercado elevada en todos los países en los que estamos presentes. Es nuestro objetivo mejorar día a día la calidad del servicio que les ofrecemos.
- 4º. Por último, la capacidad demostrada por el Grupo para optimizar productos, servicios y plataformas tecnológicas, con visión y gestión global, lo que nos da, en todos los mercados donde operamos, una clara ventaja frente a competidores locales.

Contar con la mejor base de negocio y con el mejor equipo directivo nos permite presentarnos ante ustedes, señoras y señores accionistas, con un modelo único de banco a nivel mundial y que está claramente orientado a crear valor para ustedes, nuestros inversores, a corto, medio y largo plazo.

Por eso, estoy convencido de que el precio actual de la Acción Santander no refleja en absoluto el valor de nuestro Grupo.

El 2006 va a ser otro año excelente para el Santander. Ya han visto nuestros resultados del primer trimestre, con un aumento del 26% en el beneficio atribuible. Un beneficio récord en todas y cada una de las áreas de negocio del Banco. Los meses transcurridos desde entonces muestran también una tendencia muy positiva.

Nuestro objetivo es alcanzar este año los 7.000 millones de euros de beneficio, lo que supondría duplicar el que alcanzamos hace dos años.

De esta cifra, el beneficio ordinario, sin contar con plusvalías, sería de 6.500 millones de euros, frente a los 5.200 millones obtenidos en 2005.

Sobre la base de estas previsiones, el Consejo ha acordado pagar el próximo 1 de Agosto un primer dividendo a cuenta con cargo a los resultados de 2006 un 15% superior al primero de los del año pasado.

Alcanzar objetivos tan ambiciosos sólo es posible gracias a un excelente equipo de profesionales, altamente preparados y motivados, que cuentan con grandes posibilidades para desarrollar una carrera de éxito en el Grupo y que garantizan nuestro futuro.

Un equipo que siempre ha sabido adaptarse a los importantes cambios experimentados por el Grupo manteniendo en todo momento una **completa identificación** con los intereses de los accionistas del Banco.

Quiero agradecer a cada una de las 131.000 personas que trabajan en el Grupo, y especialmente al equipo directivo liderado por el Consejero Delegado, Alfredo Sáenz, su dedicación y su esfuerzo, que nos han permitido obtener los excelentes resultados de los que les hemos informado esta mañana.

Y a Vds., Sras. y Sres. accionistas, agradecerles un año más su apoyo y confianza, con los que esperamos contar también en el futuro.

Muchas gracias.