

ABBHEY

Investors' Day

Boadilla del Monte. 13 de septiembre de 2007

Información importante

Banco Santander, S.A. ("Santander") advierte que esta presentación puede contener manifestaciones sobre previsiones y estimaciones dentro de la definición del "U.S. Private Securities Litigation Reform Act of 1995". Dichas previsiones y estimaciones aparecen en varios lugares de la presentación e incluyen, entre otras cosas, comentarios sobre el desarrollo de negocios y rentabilidades futuras. Estas previsiones y estimaciones representan nuestros juicios actuales sobre expectativas futuras de negocios, pero puede que determinados riesgos, incertidumbres y otros factores relevantes ocasionen que los resultados sean materialmente diferentes de lo esperado. Entre estos factores se incluyen: (1) situación del mercado, factores macroeconómicos, directrices regulatorias y gubernamentales; (2) movimientos en los mercados bursátiles nacionales e internacionales, tipos de cambio y tipos de interés; (3) presiones competitivas; (4) desarrollos tecnológicos; y (5) cambios en la posición financiera o de valor crediticio de nuestros clientes, deudores o contrapartes. Los factores de riesgo y otros factores fundamentales que hemos indicado en nuestros informes pasados o en los que presentaremos en el futuro, incluyendo aquellos remitidos a las entidades reguladoras y supervisoras, incluida la Securities and Exchange Commission de los Estados Unidos de América (la "SEC"), podrían afectar adversamente a nuestro negocio y al comportamiento y resultados descritos. Otros factores desconocidos o imprevisibles pueden hacer que los resultados difieran materialmente de aquellos descritos en las previsiones y estimaciones.

Ni esta presentación ni nada de lo aquí contenido puede interpretarse como una oferta de venta ni la solicitud de una oferta de compra de ningún valor o una recomendación o asesoramiento sobre ningún valor.

La información contenida en esta presentación está sujeta y debe leerse junto con toda la información pública disponible, incluyendo cuando sea relevante documentos que emita Santander que contengan información más completa. Cualquier persona que adquiera valores debe realizarlo sobre la base de su propio juicio de los méritos y conveniencia de los valores después de haber recibido el asesoramiento profesional o de otra índole que considere necesario o adecuado. No se debe realizar ningún tipo de actividad inversora sobre la base de la información contenida en esta presentación.

En relación con la oferta por ABN AMRO, The Royal Bank of Scotland Group plc ("RBS") ha registrado ante la SEC una Declaración de Registro en formato F-4, que incluye una versión preliminar del folleto y Fortis, RBS y Santander (conjuntamente, los "Bancos") han registrado una Declaración de Oferta en formato "Schedule TO" y otra documentación relevante. La declaración en formato F-4 aún no está en vigor. **SE RUEGA A LOS INVERSORES QUE LEAN CUALQUIER DOCUMENTO RELEVANTE RELACIONADO CON LA OFERTA, YA QUE CONTENDRÁ INFORMACIÓN IMPORTANTE.** Los inversores podrán obtener una copia de estos documentos sin coste alguno en la página web de la SEC (<http://www.sec.gov>). También podrán obtenerse copias de estos documentos de los respectivos Bancos, sin coste.

Nada de lo contenido en esta presentación constituye una oferta de venta de valores en Estados Unidos. No se llevará a cabo ninguna oferta de valores en EE.UU. a no ser que se obtenga el registro de tal oferta bajo la "U.S. Securities Act of 1933" o la correspondiente exención.

Nada de lo contenido en esta presentación puede interpretarse como una invitación a realizar actividades inversoras bajo los propósitos de la prohibición de promociones financieras contenida en la "U.K. Financial Services and Markets Act 2000". Al poner a su disposición esta presentación, Santander no está efectuando ninguna recomendación de compra, venta o cualquier otro tipo de negociación sobre las acciones Santander ni sobre cualquier otro valor o instrumento financiero. Usted no debe actuar basándose, directa o indirectamente, en la información que contienen esta presentación con respecto a tales inversiones.

Nota: Las declaraciones relativas a los resultados, precio de la acción o crecimientos financieros históricos no pretenden dar a entender que nuestro comportamiento, precio de la acción o beneficio futuro (incluyendo el beneficio por acción) serán necesariamente iguales o superiores a los de cualquier período anterior. Nada en esta presentación debe ser tomado como una previsión de resultados o beneficios.

▪ Progreso desde la adquisición

- Visión estratégica
- Factores clave de crecimiento en ingresos
 - Entorno del mercado
 - Enfoque cliente
 - Principales mercados retail
 - Nuevas oportunidades
- Perspectivas para 2009

Excelente progreso de los objetivos financieros

■ Crecimiento en ingresos

£150m en 2007 ✓

En línea –
£130m en 2006

5 -10% anual ✓

5% 2006, 7,8% 1S07

■ Sinergias en costes

£300m en 2007 ✓

Logrado en 1^{er} ⁽¹⁾
semestre de 2007

■ Ratio de eficiencia

aprox. 45% en 2008 ✓

En línea – 70% en
'04 vs. 50,4% 1S07

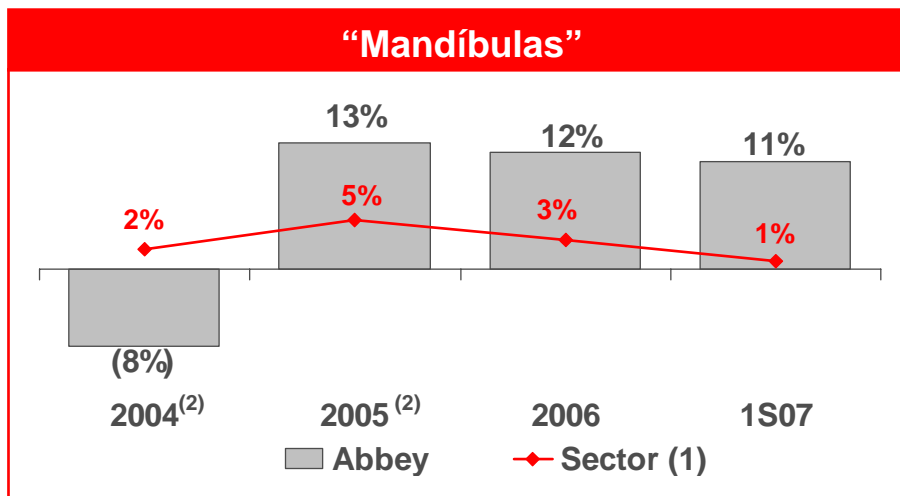
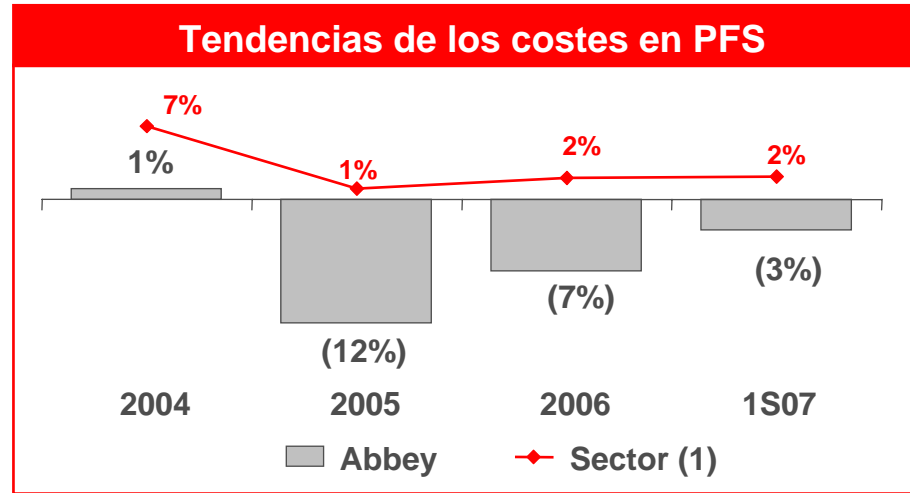
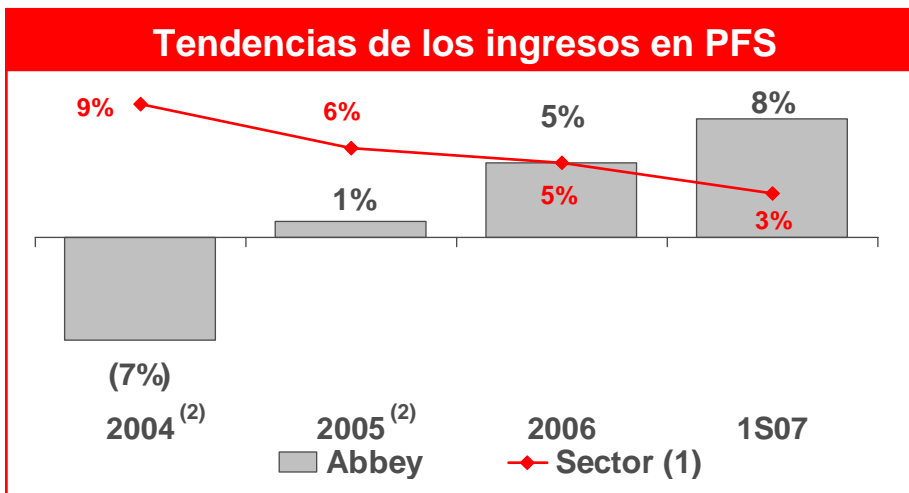
■ ROE

≈ 18% en 2008 ✓

En línea

En línea, para conseguir mandíbulas de doble dígito por tercer año consecutivo, con expectativas de superar el coste de capital en 2007

(1) Cálculo basado en los gastos semestrales anualizados de PFS (criterio UK)

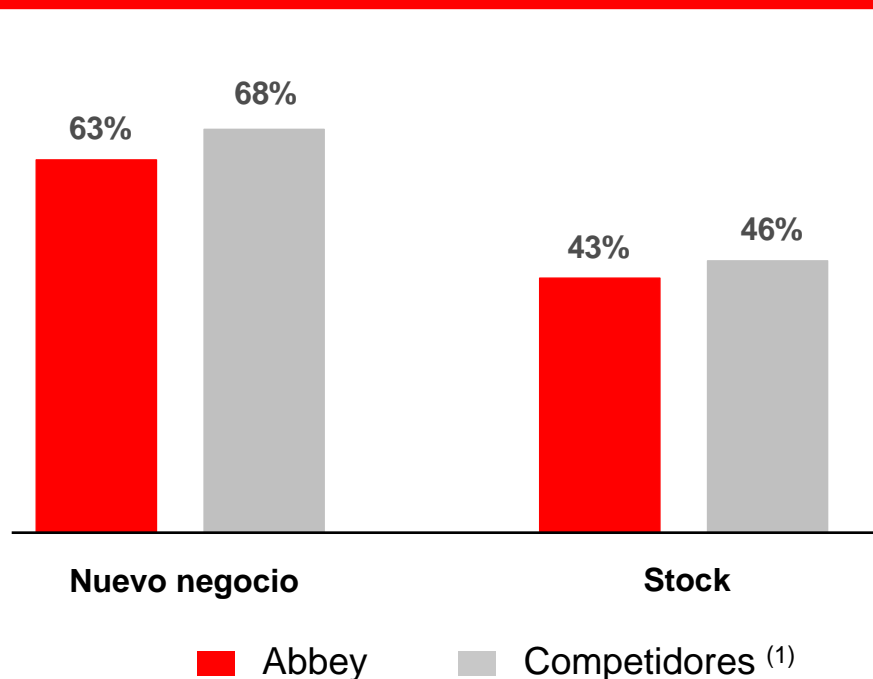


Con un mix de negocio de bajo riesgo

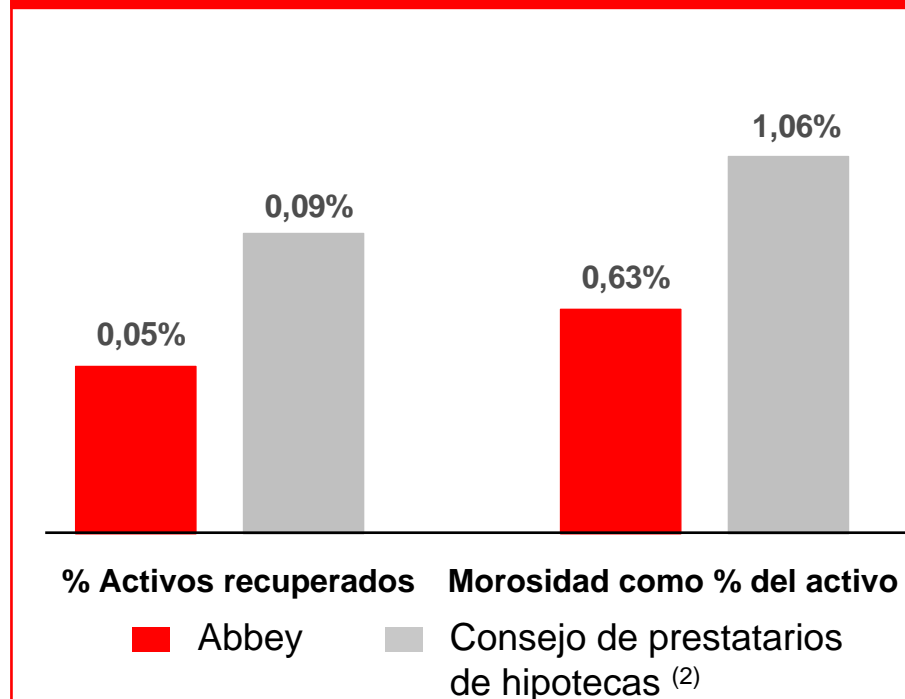
(1) Estimación interna de Abbey (basada en segmentos de negocio relevantes de : Alliance & Leicester, Barclays, Bradford & Bingley, HBOS, Lloyds TBS, Northern Rock y Royal Bank of Scotland)

(2) Tasas de crecimiento de 2004 y 2005 (con criterio UK). No comparables con criterio Grupo para estos periodos

Loan to value - Hipotecas



Calidad crediticia - Hipotecas



■ Solo un 3% de los saldos retail son préstamos sin garantía (personales)

■ Los ratios de cobertura son mejores que los de nuestros competidores

(1) Grupo de competidores de referencia : Alliance & Leicester, Barclays, Bardford & bingley, HBOS, Lloyds TSB, Northern Rock, RBS

(2) Consejo de prestatarios de hipotecas (referencia de la industria) Abbey, Alliance & Leicester, Bradford & Bingley, Northern Rock, NR Together, NR By to Let, NR Standard Residential

“Investments” y ahorro

- Se ha invertido la tendencia de ingresos, crecimiento equilibrado del pasivo
- Mejora de márgenes por reenfoque de productos con margen negativo
- Mejorando sustancialmente las ventas en “Investments” con oferta de productos de inversión y ahorro

Hipotecas

- Presión a la baja en ingresos y márgenes
- Crecimiento del activo entorno al 8% en los 2 últimos años (cuota neta del 6 – 7%)
- Mejorando la retención de clientes

“Banking”

- Crecimiento en pasivo en torno al 7– 10 % anual
- Éxito en la apertura de cuentas de adultos y “switchers”
- Lanzamiento del servicio “premium banking” y crecimiento en “Business Banking”

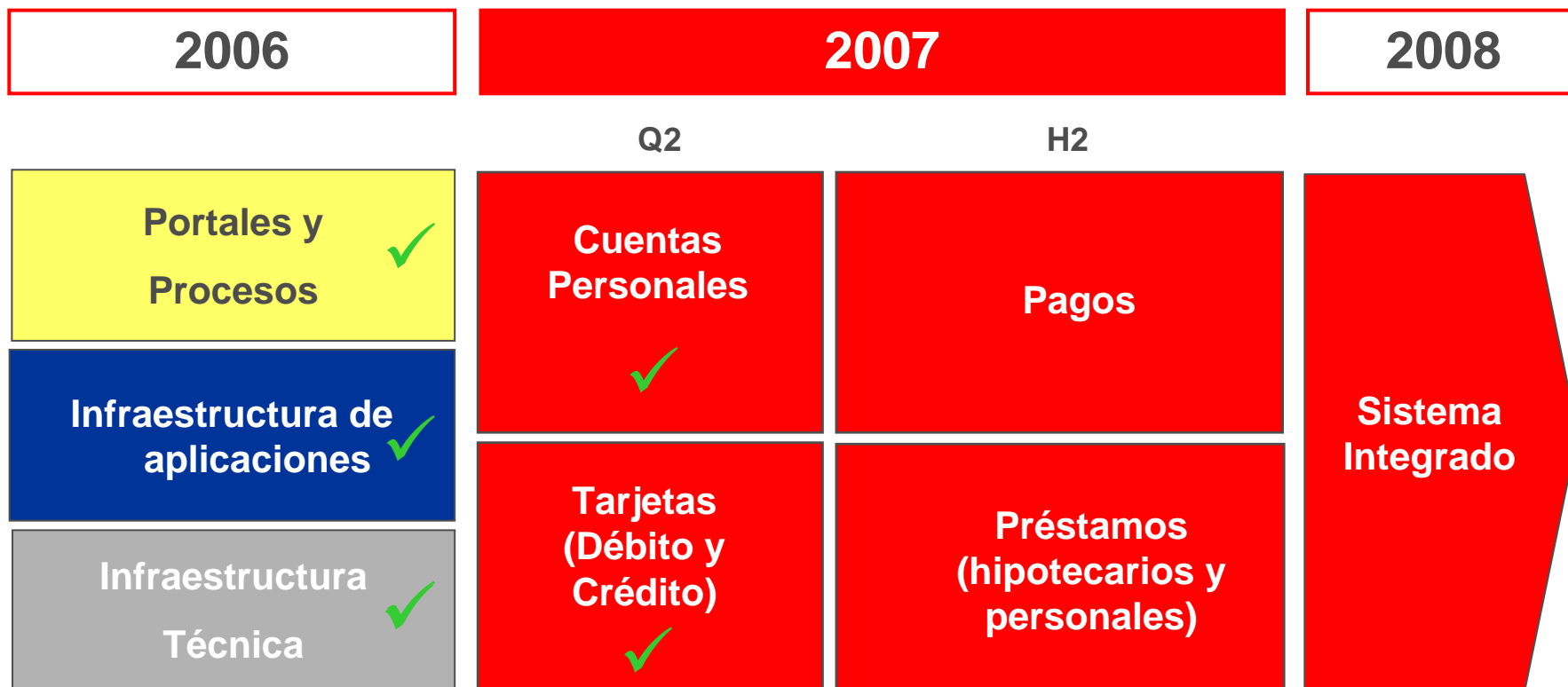
Préstamos Personales

- Foco en venta a clientes existentes y mejora de la capacidad de las sucursales
- Mejorando en la relación riesgo/precio, con incremento del margen
- Cierre del negocio de nuevos préstamos personales en Cahoot
- Lanzamiento del negocio de tarjetas de crédito

Seguros

- Mejora de los procesos de venta directa
- Lanzamiento de productos poco complejos
- Capacidad adicional de ventas

Implantación de Partenon en línea con lo previsto



... superando las expectativas de crecimiento en ingresos, a pesar de los retos de la implantación

Marca comercial: actuaciones realizadas



- Fuerte mejora en reconocimiento de marca
- La mejora en reconocimiento de marca entre los competidores, según la encuesta BrandIndex 2007⁽¹⁾
- 500 sucursales han sido renovadas de acuerdo con el programa TEXAS
- En línea para completar el resto de la red de sucursales antes de finalizar 2007

- Progreso desde la adquisición

▪ **Visión estratégica**

- Factores clave de crecimiento en ingresos
 - Entorno del mercado
 - Enfoque cliente
 - Principales mercados retail
 - Nuevas oportunidades
- Perspectivas para 2009

Nuestro objetivo es convertirnos en el mejor banco comercial del Reino Unido en...

- eficiencia
- calidad de servicio
- fidelización del cliente

Con un trabajo de equipo excelente y un sistema de reconocimiento de méritos

... consiguiendo mayores crecimientos de ingresos y de beneficios

Estamos implantando un nuevo modelo operativo para transformar Abbey en un banco comercial universal

Nuevo modelo operativo

Divisiones Comerciales

- Directo
 - Intermediarios
 - Banca Privada
 - Banca corporativa (UK)
 - “Global Banking & Markets”
- } “Retail”

Apoyados en:

- Negocios globales
- Plataforma Partenon

Oferta completa

Negocios establecidos

- Hipotecas
- Ahorro

Negocios de crecimiento

- Cuentas bancarias
- “Business Banking”
- “Investments” (vinculados a Ahorro)
- Seguros
- Préstamos personales
- Mercados Financieros
- Banca Privada

Nuevas oportunidades

- Banca de empresas
- Tarjetas de crédito

Índice

- Progreso desde la adquisición
- Visión estratégica

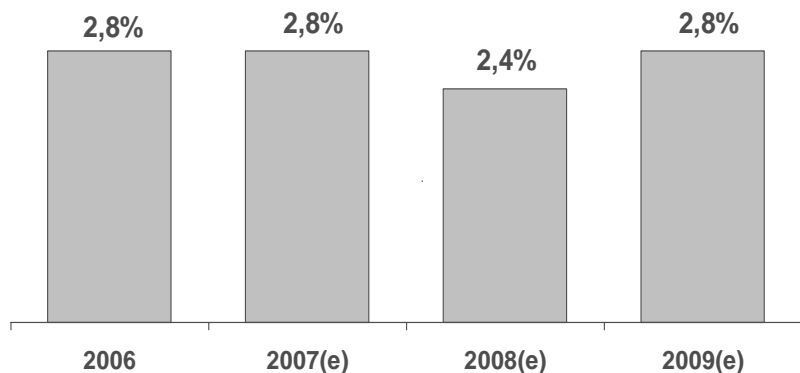
▪ Factores clave de crecimiento en ingresos

▪ Entorno del mercado

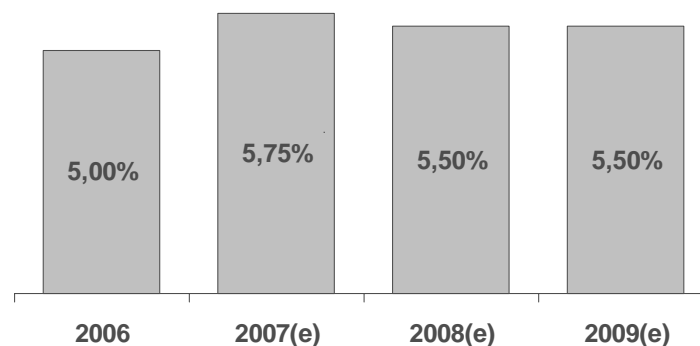
- Enfoque cliente
 - Principales mercados retail
 - Nuevas oportunidades
- Perspectivas para 2009`

Las condiciones del mercado continúan siendo relativamente favorables

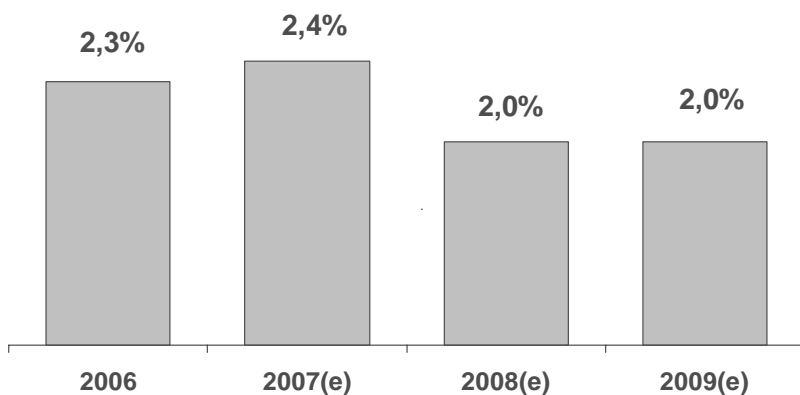
Crecimiento del PIB



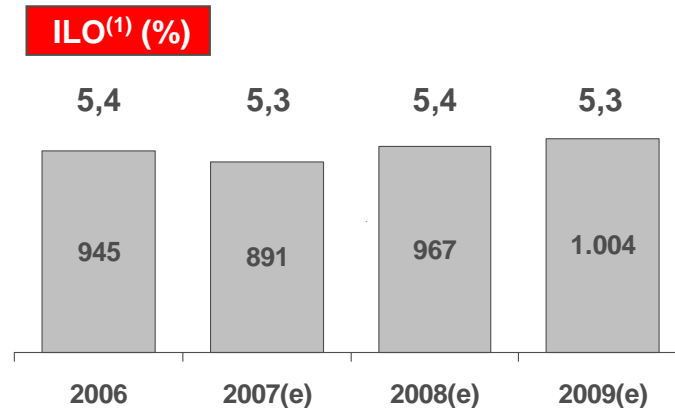
Tipo de referencia



Inflación (% IPC)

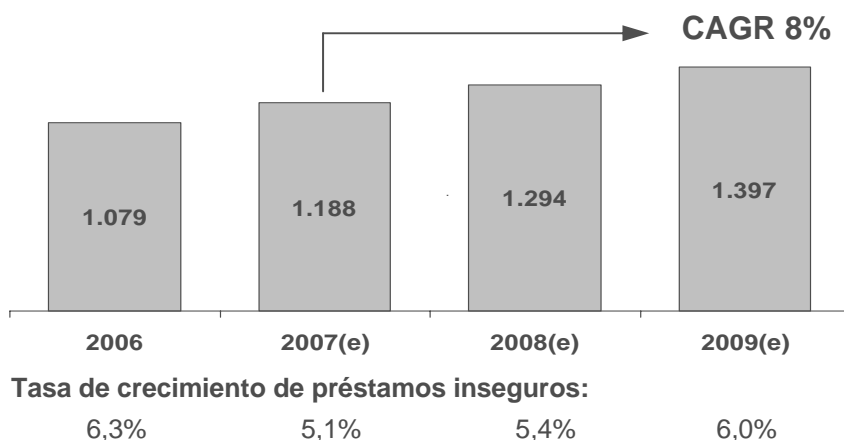


Desempleo (000, demandantes, media anual)

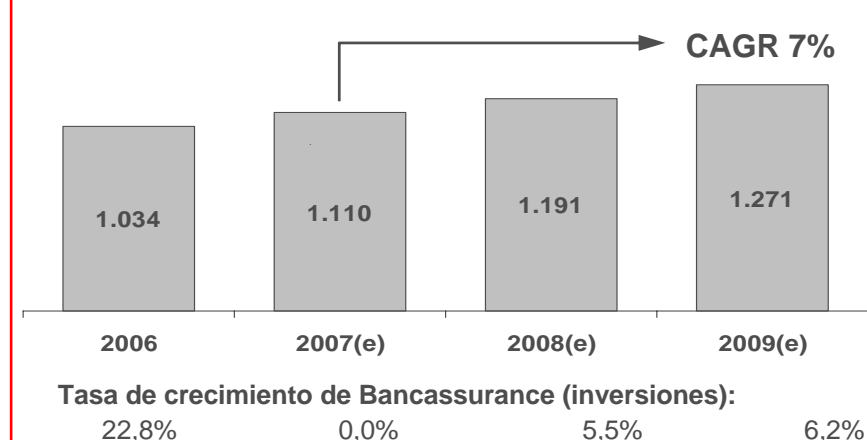


El mercado continúa competitivo pero positivo

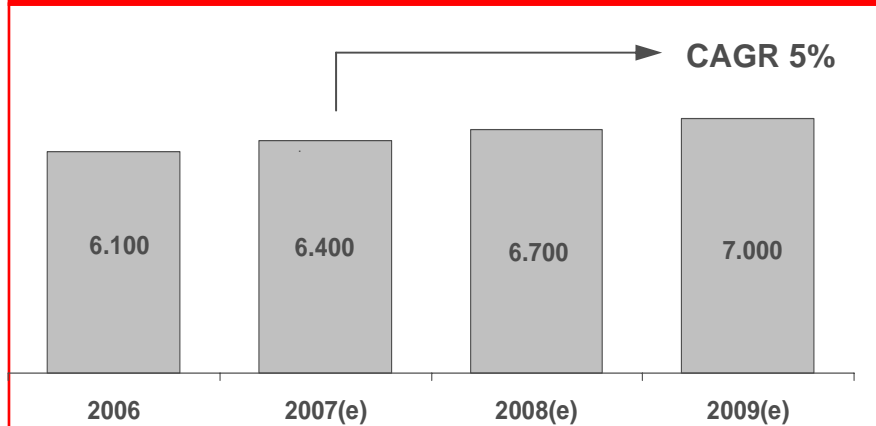
Stock de Hipotecas (£bn)



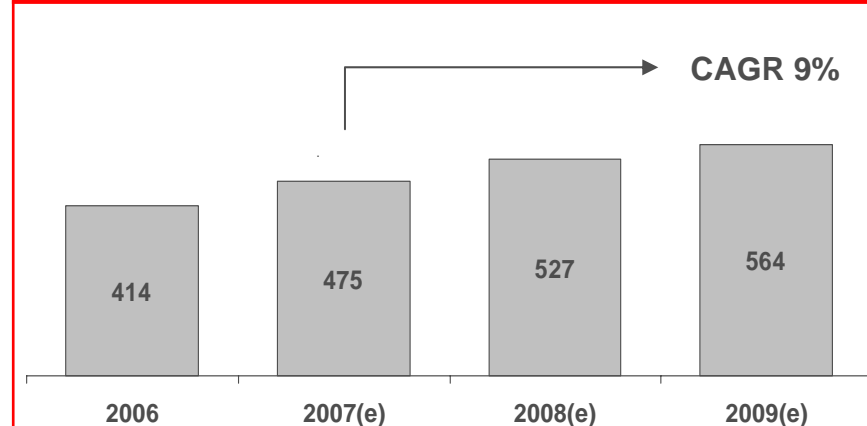
Depósitos (£bn)



Aperturas de cuentas corrientes (miles)



Deuda de compañías no financieras (£bn)



En este escenario esperamos un crecimiento de un dígito medio-bajo de los ingresos anuales en PFS en el Reino Unido

(e) Estimación interna de Abbey

Índice

- Progreso desde la adquisición
- Visión estratégica

▪ Factores clave de crecimiento en ingresos

- Entorno del mercado

▪ Enfoque cliente

- Principales mercados retail
- Nuevas oportunidades
- Perspectivas para 2009`

Partenon apoya el crecimiento en ingresos a través de un mayor foco en el cliente

Mejora en la fidelización del cliente, ofreciéndole productos de alto valor adecuados a sus necesidades

Hipotecas y venta cruzada

“Investments” y Ahorro

Cuentas Corrientes:

- personales
- de negocios

Préstamos sin garantía real:

- personales
- tarjetas

Mejora la segmentación de clientes

Aumenta el servicio al cliente

Eficiencia

Partenon

Visión global del cliente

- Visión integrada del cliente:

reduce el trabajo manual
mejora el servicio al cliente:

- **Identificación electrónica:**

- reducción de papeleo y del tiempo de identificación

- **Mejor seguimiento por fuerzas de venta:**

- Información en tiempo real del estado del cliente a través de todos los canales de venta

The screenshot displays the Abbey customer portal interface. At the top, there is a navigation bar with the Abbey logo and menu items: Legal, Divisions, Feedback, Accessibility, Branches. Below this, there are profile cards for Branch Employee, Human Resources, and M.I.S. The main content area is titled 'Customer General Information' and shows details for Mr. John Smith, including his segment (PFS), premise (77), postcode (MK7 1FT), branch (Trit. Sgar.12), telephone (01506215512), and email (john.smith@hotmail.com). A 'General Info' section lists preferences such as 'Best time to call: 11.00 to 16.00', 'No mail: Yes', 'No Call: No', 'Preferred Method: Mobile Telephone', 'No Email: No', and 'No Contact: No'. Below this, there are tabs for 'Personal Info', 'Contact Info', and 'Customer Preference'. The 'Customer Plan' section includes a table with columns for Summary, Type, and Number, showing 2 Opportunities and 2 Alerts. The 'Product & Service Portfolio' section lists various services like Bank Accounts, Credit Cards, and Mortgages with checkboxes. The 'Product Families' section includes a table with columns for Product Family, Balance, Variation Year To Date(%), and Status, showing Bank Accounts with a balance of 7,870.02 and a variation of 687%, and Credit Cards with a balance of 6,000.02 and a variation of 100%.

Gestión de las oportunidades de venta

- El proceso de venta de Partenon (gestión de clientes) esta:

estandarizado para muchos productos usando la base de datos de clientes (BDP)

- Venta cruzada:**

- Reducción del tiempo de entrevista al cliente al no tener que introducir de nuevo la información
- aumento de las ventas

- Reducción de los tiempos de entrevista mediante un proceso completo de venta:**

- pautas sencillas para la venta
- reducción adicional del tiempo de venta y aumento de la capacidad

The screenshot displays the 'Commercial Planning' interface. At the top, there are tabs for 'My Opportunities' and 'Organizational Unit Opportunities'. Below this, there are filters for 'Pending', 'Planned', 'All', and 'New Opportunities'. A 'Filters' section is available with a 'Click here to expand' link. The main content area is divided into two sections: 'Planned' and 'Today's Actions'.

Planned Opportunities Table:

Name	Product Family	Opportunity	Type	Priority	Sales Stage	Contact	Expiry Date
John Thomas	Credit Cards	Credit Cards Campaign	Prompt	1	Interested	15/07/2005	21/08/2005
Lisa Holmes	Mortgage	Re-Mortgage campaign	Campaign	2	Appointment	15/07/2005	10/08/2005
John Cusac	Mortgage	Mortgage campaign	Campaign	3	Appointment	20/07/2005	10/08/2005
--	--	--	--	--	--	--	--
--	--	--	--	--	--	--	--
--	--	--	--	--	--	--	--
--	--	--	--	--	--	--	--

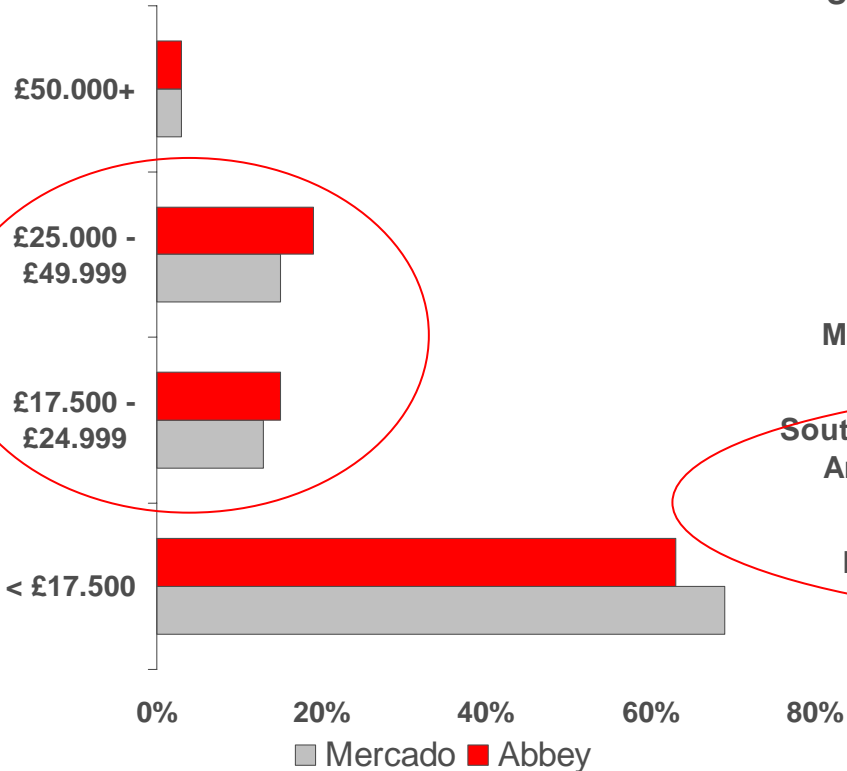
Today's Actions Table (Thursday 15/07/2005):

Hour	Type	Name	Opportunity
8:00	Contact	Lisa Holmes	Re-Mortgage campaign
10:00	Meeting	John Thomas	Credit Card
---	---	---	---
---	---	---	---
---	---	---	---
---	---	---	---
---	---	---	---
---	---	---	---

Abbey se apoyará en Partenon para captar el valor de su sólida base de clientes

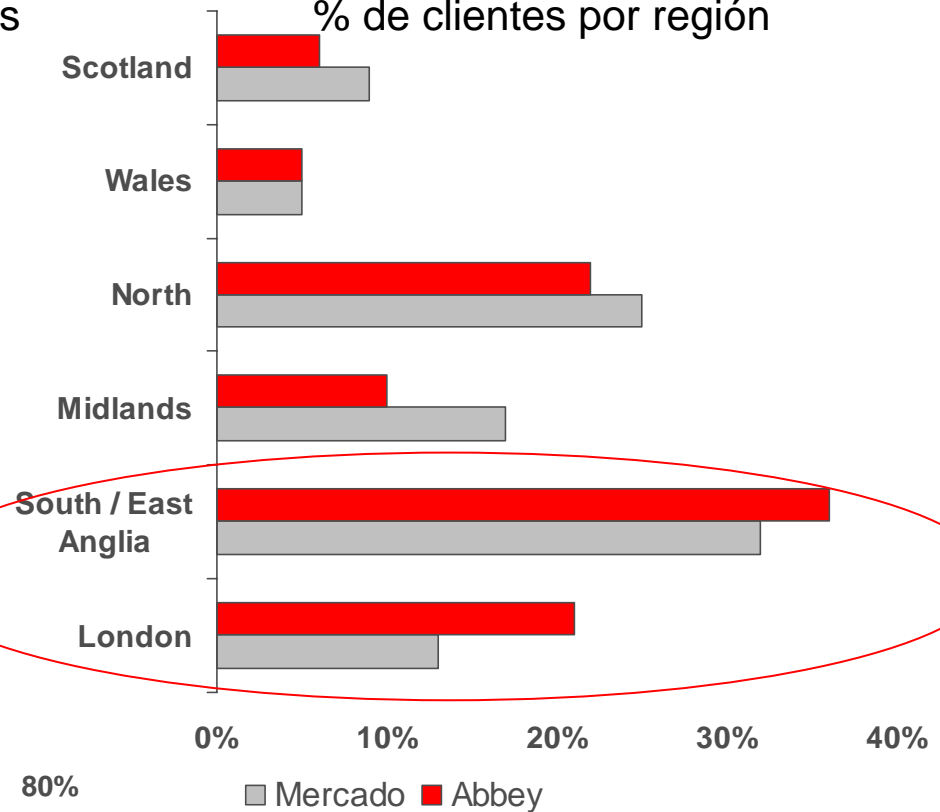
Perfil ingresos

% de clientes por rango de ingresos



Perfil geográfico

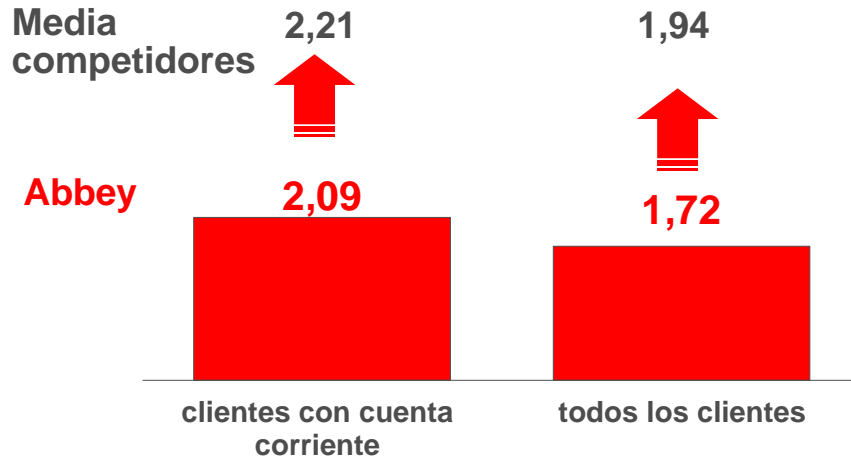
% de clientes por región



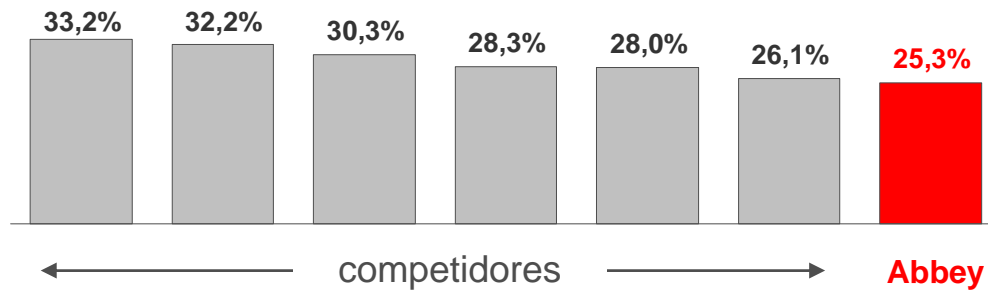
Base: todos los clientes, todos los productos, mercado completo = todos los clientes con algún producto financiero

Actualmente, la franquicia de clientes de Abbey está infrautilizada. Partenon ayudará a cerrar el gap

Productos por cliente



Cuota de cartera de productos (% total clientes)



Partenon: visión cliente única

- Conocimiento de clientes
- Integración de clientes
- Segmentación de clientes

Índice

- Progreso desde la adquisición
- Visión estratégica

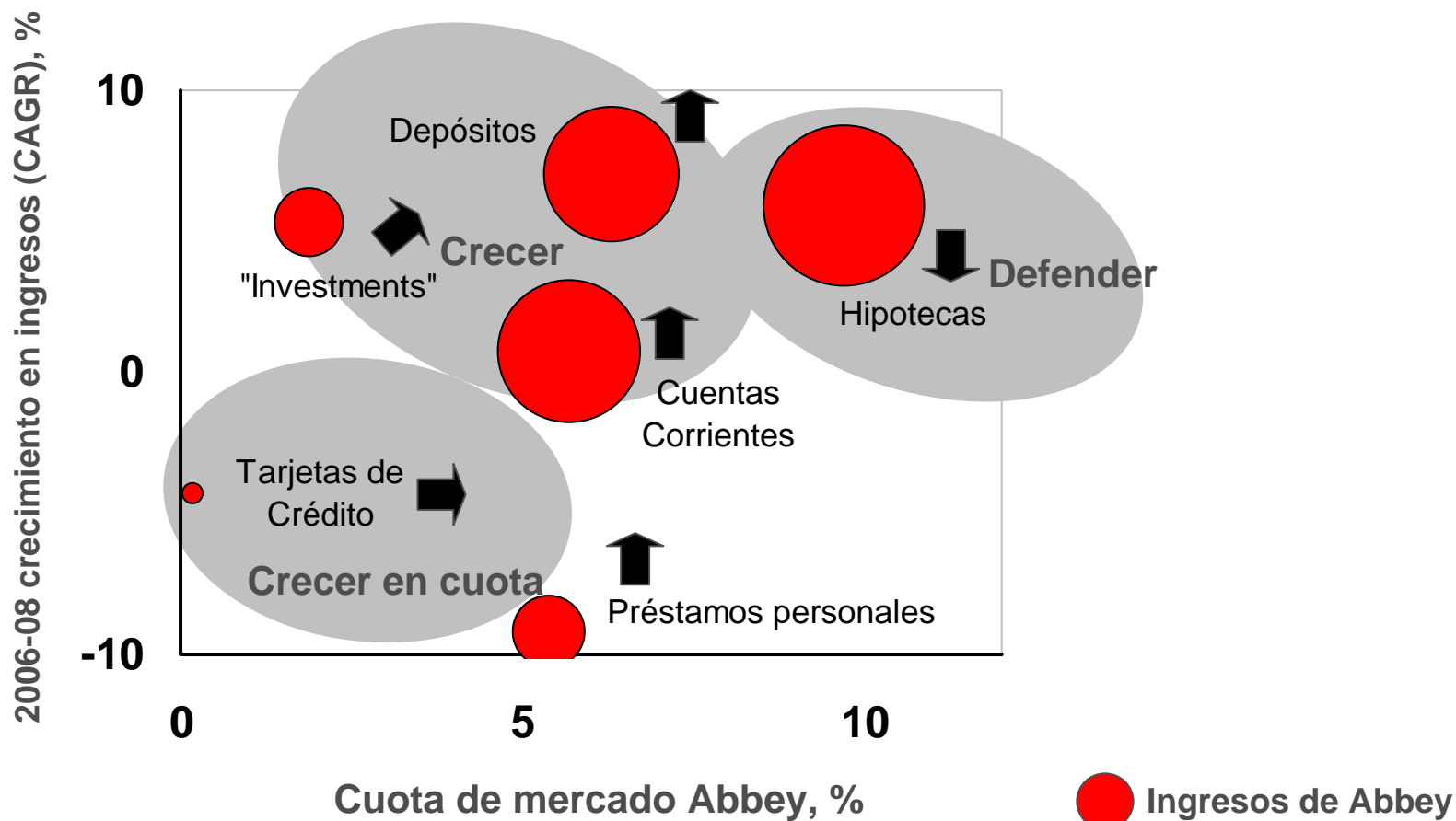
▪ Factores clave de crecimiento en ingresos

- Entorno del mercado
- Enfoque cliente

▪ Principales mercados retail

- Nuevas oportunidades
- Perspectivas para 2009`

Ingresos ajustados a riesgo y cuota de mercado por producto



Reforzando la oferta de productos retail

Hipotecas

▪ Mantenerse en el top 3:

- Incrementar el número de personas con capacidad de venta de hipotecas en oficinas por encima de 1.000 al final de 2007
- Enfoque en retención y gestión del “back book”
- Penetrar en segmentos de mayor margen, tales como “Buy to let” y “first time buyers”
- Apuntando a un moderado crecimiento en ingresos

“Investments” y Ahorro

▪ Crecimiento en ingresos de un solo dígito pero alto

- Foco continuo en productos de inversión y ahorro
- Mejorando la segmentación
- Incremento del número de asesores en las oficinas
- Continuar enfocados en aumentar la adquisición de productos de ahorro de mayor margen
- Crecimiento de un solo dígito elevado en saldos

Cuentas Corrientes

▪ Muy activos en cuentas corrientes

- Foco en captar clientes de los cuatro competidores principales, hacia un 10% de cuota de nuevas cuentas corrientes
- Paquetes de valor añadido, crecimiento de activos, gestión de márgenes activa
- Crecimiento en ingresos de un dígito medio

Reforzando la oferta de productos retail

“Business Banking”

▪ Atacando el segmento de negocios pequeños

- **Objetivo micro-empresas:** incremento de la cuota de mercado desde un 5% hasta superar el 7% en 2010 y alcanzar un crecimiento en ingresos de doble dígito
- **Apalancar Partenon** como plataforma integrada para préstamos, aumentando las ventas y la capacidad de servicio en la red de oficinas

Préstamos personales

▪ Foco en clientes existentes

- Foco en optimización del precio y gestión activa del riesgo
- **Objetivo adicional de aumentar la venta cruzada a clientes actuales**
- **Crecimiento en ingresos de un dígito alto**

Seguros

▪ Crecimiento en BAI de doble dígito a 2009

- **Amplia gama de productos – incluyendo el lanzamiento de productos “non-adviser”**
- **Incrementar la penetración en todos los canales de venta**
- **Foco en retención**

Índice

- Progreso desde la adquisición
- Visión estratégica

▪ Factores clave de crecimiento en ingresos

- Entorno del mercado
- Enfoque cliente
- Principales mercados retail

▪ Nuevas oportunidades

- Perspectivas para 2009`

Importantes oportunidades de crecimiento en banca no retail

Banca Corporativa

▪ Ser un banco de medianas Empresas

- UK es el mercado de medianas empresas más grande y rentable de Europa
- Construyéndolo desde la fortaleza de determinados segmentos en los que trabajamos (vivienda social, hipotecas comerciales) y marcas establecidas (Abbey y Santander)
- Primer paso (oct.06): seleccionados segmentos de clientes objetivo (empresas), usando infraestructura y productos existentes para el área de Londres y Sur-Este
- Contratación de personal cualificado en 2006/07 según previsión
- Evaluación preliminar completa

Banca Privada

▪ Apalancar el “expertise” para crecer

- Importante inversión en tecnología para mejorar las capacidades
- Propuesta más amplia de productos, capacidad de distribución y apalancamiento en el “expertise” del Santander para Banca Privada y Banca “off-shore”
- Fuerte potencial para apalancar el conocimiento global en Banca Privada

“Global Banking & Markets”

▪ Crecimiento de ingresos a doble dígito

- Apoyados en el “expertise” en ciertos segmentos del mercado, reforzar el negocio en UK y las franquicias con clientes institucionales
- Foco en el conocimiento y distribución de derivados y estructurados – apoyando la oferta de productos retail de Abbey
- Integración con negocios globales – “expertise” en importación y exportación

Otros mercados globales

▪ Tarjetas, Seguros, Gestión de Activos

- Negocio de tarjetas lanzado en Junio 2007
- Santander Asset Management gestionando toda la estrategia en productos de Inversión
- Apalancándonos en la operativa de seguros generales del Grupo

Tarjetas de Crédito – apalancando en la fortaleza global

2001: Abbey vende su cartera de tarjetas

- Sólo se recibe de MBNA una comisión de distribución

3Tr 2005: se anuncia nuevo negocio de tarjetas

- En menos de 12 meses después de la adquisición, se anuncia la finalización del acuerdo con MBNA y el lanzamiento del proyecto de tarjetas en Abbey
- Las tarjetas emitidas en 2006/7 antes del lanzamiento serán transferidas al nuevo negocio

Desde mediados de 2006: creación

- Infraestructura necesaria 12 meses aprox.
- Apalancar el conocimiento del grupo y la plataforma de tarjetas existente (PCAS), generando economías de escala
- Capacidad de lanzar productos innovadores
- Transferencia de conocimiento entre países

4Tr 2007 / 08: crecer en ventas

- Lanzamiento de una nueva tarjeta revolving al 5%
- Foco en penetración de venta cruzada, con campañas de mailing directo sobre la base de clientes
- Tarjetas es una parte importante de la oferta de productos minoristas a la base de clientes actual, apoyándose en la red de oficinas, teléfono e internet

Índice

- Progreso desde la adquisición
- Visión estratégica
- Factores clave de crecimiento en ingresos
 - Entorno del mercado
 - Enfoque cliente
 - Principales mercados retail
 - Nuevas oportunidades

▪ Perspectivas para 2009`

Fase II de la transformación de Abbey

Oportunidades en el mercado retail

- **Hay margen para continuar superando a los competidores en crecimiento**
 - Equilibrando crecimiento y rentabilidad en mercados principales
 - Mejorar resultados en “Investments” y ahorro
 - Agresivos en cuentas corrientes, banca de empresas, seguros y tarjetas de crédito

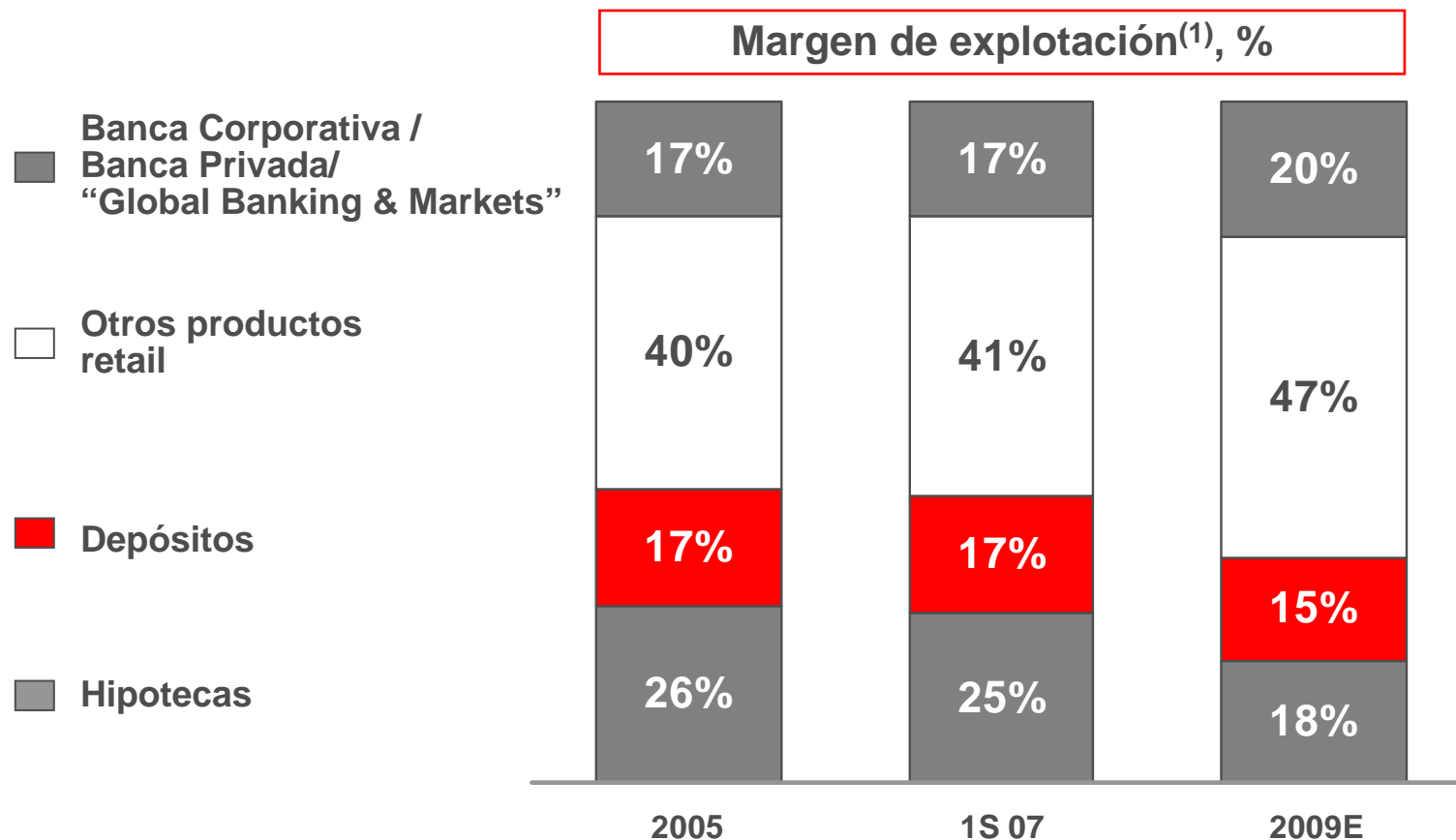
De enfoque producto a enfoque cliente

- **Apalancados en una visión global del cliente**
 - Importante potencial de mejora en la base de clientes de Abbey por su infrautilización
 - Partenon es la clave para mejorar la segmentación de clientes y el servicio
 - Trabajando en la vinculación de clientes ofreciéndoles productos de alto valor

Proyectos estratégicos no retail

- **Varios proyectos clave lanzados en 2007**
 - Nuevo negocio de tarjetas
 - Apalancando el “expertise” del grupo en tarjetas, seguros, banca privada, gestión de activos y mercados financieros
 - Proyectos lanzados para impulsar el desarrollo de las capacidades de “Business Banking “ y Banca de Empresas

... hacia un banco comercial universal



⁽¹⁾ Excluye infraestructura del Grupo

- Crecimiento en ingresos → **5 - 10% p.a.**
 - Costes → **Cuasi-planos**
 - Provisiones → **Mantener política de prudencia**
- Comparado con el 3% de crecimiento en ingresos de PFS en el sector en UK en 1S07

Continuar superando a los competidores en UK mediante un mayor crecimiento en ingresos y en “mandíbulas”, con enfoque prudente en riesgos

