

Santander Investors' Day

Banco Santander incrementará el beneficio anual más de un 15% en 2008 y 2009

- El Santander se marca el objetivo de aumentar su beneficio ordinario cinco puntos más que la media de sus competidores con el mismo perímetro.
- Santander aspira a ser el Banco global más eficiente del mundo, con un ratio de eficiencia del 40%.

Madrid, 13 de septiembre de 2007. El Banco Santander ha reunido en Madrid a cerca de dos centenares de analistas e inversores durante dos sesiones de trabajo en las que se realiza un repaso a la evolución del Grupo y de las distintas unidades y se avanza en las perspectivas para los dos próximos ejercicios.

La sesión de hoy fue abierta por Alfredo Sáenz, Vicepresidente 2º y Consejero Delegado del Santander, quien avanzó que el entorno del negocio va a ser más complejo y exigente. En este contexto, Banco Santander se ha marcado como objetivo para el periodo 2008-2009 alcanzar un crecimiento anual acumulado del 15% en beneficio por acción (BPA). Esta proyección del beneficio no tiene en cuenta ni adquisiciones ni resultados extraordinarios fruto de la venta de activos.

Alfredo Sáenz señaló que el mercado se ha vuelto más exigente y que “las compañías con éxito necesitan crecer por encima de sus competidores. Para conseguirlo es necesario ser eficiente y tener franquicias fuertes, con elevadas cuotas de mercado en los mercados estratégicos”, como es el caso del Santander.

El Consejero Delegado del Santander manifestó que “nuestro modelo nos garantiza un crecimiento a largo plazo superior al de nuestros competidores” y aseguró que, en los próximos años, Banco Santander va a incrementar su BPA por encima de sus competidores en al menos 5 puntos.

Las principales razones por las que vamos a crecer más que los competidores se centran en el modelo Santander:

- Gestionamos activamente la cartera de negocios, que está muy diversificada y equilibrada entre mercados maduros y emergentes.

- Exportamos nuestro modelo de negocio a cada mercado local para conseguir la mejor práctica del mercado local.
- Apalancamos nuestros negocios locales en las economías de escala de costes a nivel global (plataforma tecnológica unificada, cuatro centros regionales de operaciones y estructura organizativa común).
- Apalancamos nuestros negocios globales para mejorar la posición competitiva de los bancos locales.

Esto nos permite que los bancos locales que operan en cada mercado no puedan competir con las unidades locales de Santander ni en costes ni en negocios globales. Esta estructura hace posible que el Santander se plantee terminar 2009 con un ratio de eficiencia del 40% y configurarse como el banco global más eficiente del mundo, señaló Alfredo Sáenz.

El consejero delegado de Santander puso de manifiesto los que se configuran como los cinco grandes retos para el Grupo en los próximos años:

- Que el valor de Santander sea superior al de las partes.
- Mantener una organización dinámica.
- No perder la cultura de costes.
- Sofisticación del control de los riesgos.
- Disciplina de capital.

Tras la intervención de Alfredo Sáenz se produjo la de los máximos responsables de divisiones de negocio del Grupo.

Banca Comercial Santander España. Enrique García Candelas, máximo responsable de la red Santander en España, señaló que la economía española va a mantener su fortaleza y va a continuar creciendo por encima de la media europea. El menor crecimiento en España de sectores como el inmobiliario y construcción, que están en una fase de aterrizaje suave, se verá compensado con el de otros sectores como la industria. Por tanto, la desaceleración de la actividad hipotecaria se verá compensada por una mayor expansión de la financiación de consumo y a empresas. Además, se va a producir un impacto positivo de la inmigración.

Enrique García Candelas señaló que “las capacidades diferenciales de Santander nos permitirán seguir creciendo los ingresos por encima del 12% y con una prima de riesgo normalizándose”. El Banco prevé alcanzar 10 millones de clientes en 2009, de los que la mitad serán clientes beneficiarios de la estrategia “Queremos ser tu banco”. La red Santander en España quiere ser la mejor Caja para el mercado masivo y el mejor banco en segmentos especializados como empresas, banca privada, etc.

Banesto. Ana Patricia Botín, Presidente de Banesto, dio a conocer a los analistas e inversores sus objetivos para los dos próximos años. En ellos prevé incrementar su cuota de mercado en un cuarto de punto por año sobre el conjunto de bancos, en préstamos y en captación de recursos de clientes. La rentabilidad sobre recursos propios (ROE) aumentará un punto porcentual cada año, concluyendo en un 19% en 2009, y el ratio de eficiencia mejorará dos puntos por año, de manera que a cierre de 2009 será del 38%.

Ana Patricia Botín destacó que Banesto “ha desarrollado capacidades para incrementar los ingresos por encima de sus competidores en los próximos años, para lo que cuenta con una estrategia comercial ganadora basada en nuestra ventaja tecnológica y una fuerte capacidad de distribución”.

Iberoamérica. Francisco Luzón, Consejero y máximo responsable de la División América, señaló que Iberoamérica y específicamente sus tres grandes economías, –Brasil, México y Chile, que suponen el 70% del PIB de la región– han consolidado un crecimiento sostenido con baja inflación y un prudente manejo de las cuentas públicas y de las cuentas externas, ganando terreno a la estabilidad macroeconómica.

Francisco Luzón señaló que la implantación en áreas geográficas como Iberoamérica, en pleno proceso de bancarización, expansión de las clases medias y crecimiento demográfico, ofrece oportunidades únicas para nuestra banca comercial, que seguirá creciendo en ingresos en torno al 20%, lo que supone diez puntos más de lo que aumentarán los costes.

Abbey. Antonio Horta Osorio, consejero delegado de Abbey, señaló que estamos implementando un nuevo modelo para transformar Abbey en un banco comercial con gama completa de productos/servicios. “Abbey está teniendo un excelente comportamiento en relación a los objetivos iniciales, superando a los competidores locales”, dijo Horta Osorio. En 2007, y por tercer año consecutivo, el diferencial entre el crecimiento de los ingresos y el de los costes va a ser de dos dígitos, de manera que se cubrirá sobradamente el coste de capital.

Para los próximos ejercicios, el consejero delegado de Abbey avanzó que se espera un crecimiento anual de los ingresos entre el 5% y el 10%, por encima de la media del mercado, manteniendo costes con crecimiento cercano a cero y manteniendo la prudencia en cuanto a calidad crediticia.

Santander Consumer Finance. Juan Rodríguez Inciarte, máximo responsable de la División de Consumer Finance, señaló que “nuestra excelente posición en el ámbito de la financiación del consumo, nos ofrece notables oportunidades, incluso en las economías más bancarizadas. El crédito al consumo per capita es todavía reducido en la mayor parte de los países europeos. La media de la Unión Europea (UE15) es de unos 2.600 euros, lejos de los 6.200 euros de EEUU.” El objetivo de Santander Consumer Finance es posicionarse como líder de financiación al consumo.

A pesar de las presiones a corto plazo en los márgenes por las subidas de tipos, Juan Rodríguez Inciarte espera que SCF seguirá creciendo en ingresos por encima del 10%, el nuevo negocio lo hará al 12%, mientras que el ratio de eficiencia quedará por debajo del 30%.

Portugal. Nuno Amado, consejero delegado de Santander Totta, señaló que la entidad ha tenido un excelente comportamiento a pesar de un entorno desfavorable; en los últimos cinco años ha más que duplicado el beneficio neto, superando el resultado de los principales competidores.

“La mejora de las perspectivas económicas nos dará mayor crecimiento potencial en los próximos años, especialmente en el segmento de pequeña y mediana empresa”. En el periodo 2008-2009, Santander Totta espera incrementar su cuota de mercado en préstamos y captación de recursos en 0,15 puntos por año. El objetivo de crecer en ingresos en cifras de dos dígitos, con los costes bajo control, permitirá a la entidad alcanzar un ratio de eficiencia por debajo del 40% en 2009, con lo que continuará como el banco comercial más eficiente del mercado portugués.

Mañana continuará el encuentro del Banco Santander con analistas e inversores, que será clausurado con la intervención del Presidente, Emilio Botín.