
Nota de Prensa

Emilio Botín: “Nuestro objetivo es convertirnos en el banco privado número uno de Brasil”

El Presidente de Banco Santander presenta en Sao Paulo el Plan Estratégico 2008-2010 para Grupo Santander Brasil

- “La integración Santander-Real no es de reestructuración. Todo lo contrario. Es un proyecto de crecimiento, de expansión”.
- “En los próximos dos años ampliaremos el número de agencias en 400 y realizaremos inversiones por valor de 2.558 millones de reales”.
- “Las sinergias de la integración alcanzarán los 2.700 millones de reales”.
- “El beneficio del Banco en Brasil será de 4.800 millones de reales en 2008; 6.100 millones en 2009 y 7.900 millones en 2010”.
- “Brasil presenta la mejor situación macroeconómica en décadas y está preparado para afrontar un entorno internacional menos favorable”.
- El Vicepresidente Segundo y Consejero Delegado del Banco, Alfredo Sáenz, señaló que “Brasil será uno de los motores de crecimiento del Grupo”.
- Según Fabio Barbosa, Responsable del Grupo Santander Brasil, “pretendemos crecer más que el mercado en ingresos y menos en gastos, al tiempo que aumentamos la satisfacción de nuestros empleados y clientes”.

Sao Paulo, 31 de octubre de 2008. El Presidente del Banco Santander, Emilio Botín, presentó esta mañana en Sao Paulo el Plan Estratégico de Grupo Santander Brasil para los dos próximos años, un plan que calificó como “un paso decisivo en el camino para convertirnos en el primer banco privado del país”.

“No tengo duda de que llegaremos a ser el mejor banco de Brasil: esa es nuestra aspiración”, señaló Botín, y aseguró que “con la integración de Santander y Real tenemos una oportunidad única para conseguirlo y, sobre todo, una oportunidad única para jugar un papel protagonista en el fortalecimiento del sistema financiero brasileño”.



El Presidente del Santander reconoció que “desde el comienzo tuvimos muy claro que Banco Real era la mejor posibilidad que se le podía presentar a Santander para seguir creciendo en Brasil”. **“La operación Santander-Real tiene un encaje estratégico perfecto.** En primer lugar porque ya está teniendo desde el primer año un impacto positivo sobre nuestro beneficio por acción. Además, el retorno esperado sobre la inversión es del 19%. Pero no sólo por eso. También porque son dos bancos absolutamente complementarios: tanto geográficamente, con presencia de Banco Real en Estados y ciudades donde Santander tiene poca representación, como por negocios, porque Real es más fuerte en mercado masivo y pequeños negocios, y Santander lo es en segmentos de rentas altas y banca de empresas”.

En su intervención, el Presidente de Banco Santander anticipó las claves de la estrategia en los próximos dos años: “Realizaremos inversiones por valor de 2.558 millones de reales y esperamos incrementar nuestros ingresos y el volumen de negocio en un 15%”. Afirmó que en los próximos tres años, hasta el año 2011, el banco calcula sinergias por la integración de 2.700 millones de reales, muy superiores a la previsión inicial.

“Será una experiencia única, porque ésta no es una integración de reestructuración. Todo lo contrario. Aquí **no se va a reducir la fuerza comercial, sino que se va a ampliar.** En los próximos tres años incrementaremos el número de agencias en 400. **No se va a perder cuota de mercado, sino que se va a aumentar. Tampoco se perderán clientes;** no nos lo podemos permitir en un país donde quedan tantos millones de personas por bancarizar. Éste es un proyecto de crecimiento, de expansión”, aseguró.

Botín anunció que **el beneficio en Brasil será de 4.800 millones de reales en 2008; 6.100 millones en 2009; y 7.900 millones en 2010.** “Santander Brasil es una de las unidades más importantes del Grupo y aporta hoy el 20% del beneficio total. Tiene por delante un gran futuro. **Aspiramos a ser el banco que da la mejor calidad de servicio a sus clientes, que genera resultados crecientes y sostenibles, que ofrece un entorno de trabajo incomparable y que contribuye al desarrollo y mejora de la sociedad. Seremos el mejor banco de Brasil**”.

El Presidente destacó las fortalezas que han situado a Banco Santander como una de las principales entidades financieras internacionales. Recordó que el Grupo está presente en más de 40 países, con más de 80 millones de clientes y 2,7 millones de accionistas. “Contamos con un modelo de negocio que hemos exportado con éxito a mercados muy diversos y que tiene su foco en la banca comercial. Tenemos la mayor red de sucursales de la banca internacional (más de 14.000). El 83% del beneficio proviene de la banca minorista. Esto da una gran recurrencia y solidez a nuestros resultados”, apuntó Botín.

Además, hizo una mención especial a la situación de liquidez y de capital del Banco, “cuestiones que reflejan la enorme fortaleza de Banco Santander ante el brusco cambio en la situación de los mercados financieros. En materia de liquidez, el grupo cuenta con el respaldo de una fuerte base de depósitos del negocio minorista, que es nuestra principal fuente de obtención de recursos. El sentido de la anticipación nos llevó a aprovechar las buenas condiciones de los mercados en los últimos años, hasta acumular cifras muy

considerables de financiación a través de emisiones a largo plazo. En todo caso, tenemos una gran diversificación de mercados e instrumentos para obtener liquidez, y una amplia cartera de activos líquidos en balance. Contamos con un core capital del 6,31%, que es fuerte para nuestro tipo de negocio. Además, tenemos capacidad para generar de forma orgánica 50 puntos básicos de capital libre al año, al tiempo que mantenemos nuestra política de dividendos. En resumen, somos un Banco eminentemente comercial, bien diversificado, con un modelo de negocio sólido, eficiente y competitivo, que en la actual crisis financiera está demostrando su fortaleza”, añadió.

El Presidente de Banco Santander reiteró el compromiso con Latinoamérica, que data desde hace más de 60 años, donde el Banco es la mayor entidad financiera por beneficios (3.648 millones de dólares en 2007). “Somos un banco tan europeo como latinoamericano. Esta región es la gran apuesta inversora de Banco Santander: incluyendo Banco Real, hemos invertido 36.000 millones de dólares en Latinoamérica en los últimos diez años. El 75% de ellos en Brasil. Está muy claro que Brasil es prioritario en nuestra estrategia internacional”.

Respecto a la crisis financiera, aseguró que Brasil es uno de los países que mejor está resistiendo. “Brasil ha sabido aprovechar la favorable coyuntura internacional de los últimos años para sentar las bases para un crecimiento futuro sostenido. Es inevitable que esté notando ahora el impacto de la crisis financiera internacional. Fue de los últimos países en verse afectado, pero la duración y la magnitud de la crisis se está reflejando en fuertes caídas de la actividad económica a nivel mundial. En un mundo globalizado, ningún país puede ser inmune a estos acontecimientos. Sin embargo, Brasil presenta la mejor situación macroeconómica en décadas y está preparado para afrontar un entorno internacional menos favorable”.

Botín se refirió también a los resultados del Grupo en el tercer trimestre, con un beneficio de 6.935 millones de euros. El beneficio ordinario crece al 15,8% anual y el beneficio por acción, al 8,3%. “Son unos resultados magníficos, no sólo por las cifras alcanzadas sino porque son recurrentes, de alta calidad, basados en los ingresos de clientes y en la contribución de todas las áreas de negocio. **Nuestros excelentes resultados nos deben situar, cuando concluya el año, entre los tres primeros bancos internacionales del mundo por beneficios**”.

Alfredo Sáenz: “Brasil será uno de los motores del crecimiento del Grupo”

Alfredo Sáenz, Consejero Delegado de Banco Santander, explicó su visión sobre la economía brasileña y, en concreto, sobre el sector bancario del país. “Estamos viviendo importantes cambios en la economía y en el sector bancario. A lo largo de los próximos años, muchos mercados maduros sufrirán un proceso de des-apalancamiento. En este escenario, los mercados emergentes representan un “islote” de crecimiento. Tener una cartera de negocios con un buen equilibrio entre mercados maduros y emergentes es imprescindible en estos momentos. Está claro que no todos los mercados emergentes están igualmente preparados, pero Brasil representa definitivamente uno de los ejemplos de mercados emergentes bien preparados”, señaló.



Sáenz destacó el potencial de la economía brasileña, que calificó como “muy equilibrada, con unos fundamentos muy sólidos y que está entrando en un círculo virtuoso de crecimiento” y mostró su confianza en el potencial de desarrollo del sistema financiero del país.

El Consejero Delegado de Santander basó su optimismo en el importante recorrido de mejora de la bancarización que tiene Brasil y destacó que se dan las condiciones necesarias para que ésta se produzca: mayor estabilidad económica, desarrollo de unos mercados de capitales locales y, a medio plazo, una bajada gradual de los tipos de interés. “Éste es un entorno muy favorable para hacer banca, que se traduce en un fuerte potencial de creación de valor para el accionista”.

Sáenz explicó las claves que ofrece el modelo de negocio del Grupo para añadir valor:

- **Excelencia comercial.** “Somos un banco claramente minorista, diversificado y con una base de negocio y clientes estable y creciente. Sabemos que, a medio plazo, la única forma de generar crecimiento sostenido es a través de la relación con nuestros clientes”.

- **Foco en la eficiencia.** “La segunda fortaleza es el buen nivel de eficiencia del Grupo y, fundamentalmente, la dinámica de trabajar continuamente para gestionar y mejorar nuestras mandíbulas (diferencia entre crecimiento de ingresos y de costes) es una de las prioridades básicas de gestión”.

- **Sinergias globales.** “La pertenencia al Grupo hace a cada unidad local más competitiva y le permite acelerar su crecimiento de negocio y de ingresos”.

- **Disciplina en la gestión del riesgo.** “Mantenemos un perfil de riesgo medio-bajo y predecible, lo que nos permite generar un crecimiento de beneficio estable y de alta calidad”.

“Podemos añadir valor con nuestro modelo de negocio en Brasil y, además, estamos bien preparados para llevar a cabo una integración *de libro*”, continuó Sáenz, que destacó la complementariedad de Santander y Real. “El riesgo de pérdida de ingresos durante la integración es bajo. Tenemos un plan muy claro y muy bien definido. Tenemos equipos que han ejecutado con éxito este tipo de integración y, por lo tanto, tienen muy claro cómo llevarla a cabo. Tenemos una fuerte base operativa en Brasil y una plataforma tecnológica escalable y completamente adaptada a las necesidades del país”. “Nuestro objetivo como Grupo es generar crecimiento de beneficio a medio plazo, que sea de alta calidad, recurrente y equilibrado. El *efecto Brasil* será uno de los principales motores del mayor crecimiento de Santander con respecto a nuestros competidores durante los próximos años”, concluyó.

Fabio Barbosa: “Aspiramos a crecer más que el mercado en ingresos y menos en gastos”

Fabio Barbosa, responsable del Grupo en Brasil, señaló que, tras la integración, el Banco cuenta con una importante masa crítica, situándose como uno de los tres bancos privados del país: una cuota del 10% en depósitos y del 12% en créditos; 3.551 puntos de atención (oficinas y PABS) en las regiones más relevantes y ocho millones de clientes activos. Todo ello combinado con una cartera de negocios equilibrada y una buena gestión de riesgos y de liquidez. “Nuestro objetivo es construir la marca más reconocida y atractiva de Brasil. Se trata de ser el mayor banco de Brasil en generación de valor para los accionistas; el mejor banco en satisfacción de los clientes; el mejor banco para trabajar, ejemplo de una organización líder en sostenibilidad en Brasil y en el mundo”.

Barbosa desgranó los planes de Santander-Real que, una vez desarrollada la integración tecnológica, operacional y de servicios centrales, tendrá como resultado una red única. “El plan de integración es compatible con un crecimiento comercial rentable”, indicó, y puso como objetivo aumentar la eficiencia, la productividad y la capacidad de venta. “La reducción del *back-office* permitirá incrementar la capacidad comercial en oficinas y reducir costes”. En este sentido, está previsto que en los próximos dos años los empleados en red comercial pasen a representar el 85% de la plantilla total, frente al 76% actual. Además, señaló la mejora del servicio en canales alternativos como otra de las prioridades. “Aspiramos a crecer más que el mercado en ingresos y menos en gastos, al tiempo que aumentamos la satisfacción de nuestros empleados y clientes.

Fabio Barbosa recalcó que “la fortaleza de la marca Santander nos ayudará a alcanzar nuestro objetivo: construir el mejor banco del país. Queremos convertir la marca Santander en la más admirada y atractiva entre los bancos de Brasil. Nuestro modelo de negocio prioriza nuestra relación con las personas, clientes, proveedores y con toda la sociedad, así como con el medioambiente.”

“Vamos a maximizar nuestros resultados en el corto plazo, pero sin comprometer nuestro desempeño en el futuro”. En opinión del responsable del Grupo Santander Brasil, “la satisfacción de las personas está en el centro de nuestra actuación. El empleado satisfecho atenderá mejor a nuestros clientes y los clientes satisfechos muestran, a través de las encuestas que realizamos, que canalizan toda su relación con el Banco”.