

ACTIVIDAD Y RESULTADOS

Ejercicio 2005

8 de febrero de 2006

Información importante

Banco Santander Central Hispano S.A. ("Banco Santander") advierte que esta presentación puede contener manifestaciones sobre previsiones y estimaciones dentro de la definición del "US Private Securities Litigation Reform Act of 1995". Dichas previsiones y estimaciones están incluidas en diversos apartados de este documento e incluyen, entre otras, comentarios sobre el desarrollo de negocios futuros y rentabilidades futuras. Mientras estas previsiones y estimaciones representan nuestros juicios sobre expectativas futuras de negocios, puede que determinados riesgos, incertidumbres y otros factores relevantes ocasionen que los resultados sean materialmente diferentes a 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, podrían afectar adversamente a nuestro negocio y al comportamiento y resultados descritos.

El contenido de esta presentación no constituye una invitación a desarrollar actividad inversora alguna a efectos de la prohibición de promoción financiera del Financial Services and Markets Act 2000. La difusión de esta presentación no constituye ninguna recomendación de compra, venta o cualquier otro tipo de negociación sobre las acciones Santander ni sobre cualquier otro valor o instrumento financiero. No se debe realizar ningún tipo de actividad inversora sobre la base de la información contenida en esta presentación.

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.

Nota: Los datos financieros del año 2004 se han elaborado según NIIF y de acuerdo con la nueva estructura de segmentos de negocio del Grupo. Estas cifras no han sido auditadas, por lo que podrían ser susceptibles de cambios.

Índice

■ Evolución Grupo Santander 2005

- Evolución áreas de negocio 2005
- Conclusiones 2005 y Visión 2006
- Anexos

En 2005 Grupo Santander ha alcanzado todos los objetivos anunciados al inicio del ejercicio...

(Presentación de resultados 25.02.2005)

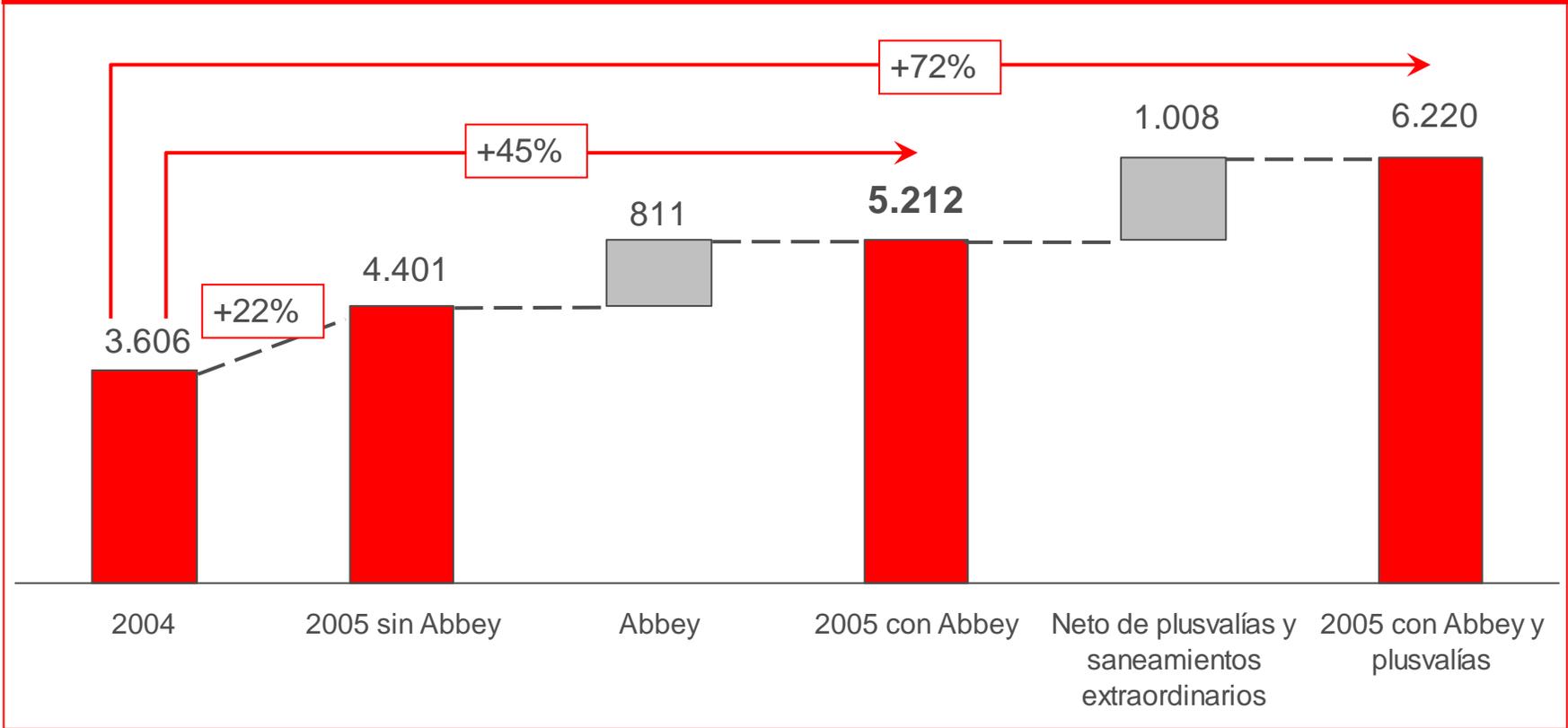
B. en España y Portugal	<ul style="list-style-type: none"> ■ Crecimiento con mejor mix de negocio ■ Partenón: gestión de costes y efectividad comercial 	
Banca de Consumo	<ul style="list-style-type: none"> ■ Crecimiento orgánico y adquisiciones selectivas ■ Estructuralmente un negocio de mayores márgenes 	
Abbey	<ul style="list-style-type: none"> ■ Relanzamiento comercial ■ Menores costes por racionalización de medios e IT 	
Iberoamérica	<ul style="list-style-type: none"> ■ Fuerte impulso al negocio comercial con clientes ■ Costes más contenidos 	

... que nos lleva a obtener un beneficio récord y mejorar nuestra posición estratégica

Resultados de Grupo Santander en 2005

**El beneficio aumenta el 72%, superando los 6.200 mill. euros.
El beneficio ordinario asciende a 5.212 mill. euros**

Beneficio atribuido al Grupo 2005



Resultados de Grupo Santander en 2005

Al incluir el impacto neto de plusvalías y saneamientos extraordinarios el B^o atribuido alcanza los 6.220 millones de euros

Plusvalías brutas: 2.229 mill. euros		Aplicación: 1.266 mill. euros	
■ RBS	717	■ Gtos. reestruct. Abbey (450 mill. £)	658
■ Unión Fenosa	1.157	■ Prejubilaciones	608
■ Auna	355		

**Impacto en beneficio atribuido:
1.008 mill. euros**

Claves del beneficio ordinario en 2005

1. Abbey ha superado los objetivos para el ejercicio

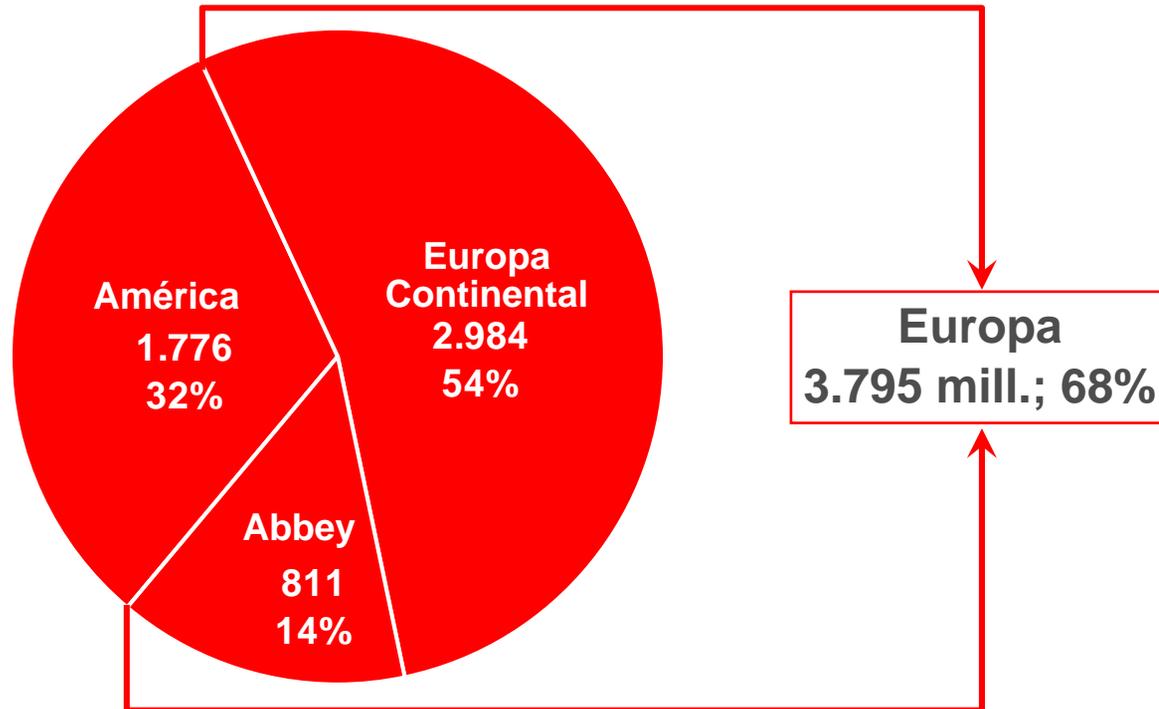
Objetivos	Resultados
Estabilización de los ingresos recurrentes	Aumento ingresos recurrentes s/2004: +4% (£95 mill.)
Reducción de la base de costes	Ahorro de £224 millones superando el objetivo revisado de £150 millones
Mejorar ventas y productividad comercial	Aumento de la producción de los productos clave
 Amortización anticipada de £150 mill. de gastos de reestructuración	
 Beneficio atribuido 2005: 811 millones de euros	

Claves del beneficio ordinario en 2005

2. Tras incluir Abbey, Europa genera 3.795 mill. euros de beneficio atribuido

Distribución del beneficio atribuido de las áreas operativas

Mill. euros y % s/ total áreas operativas

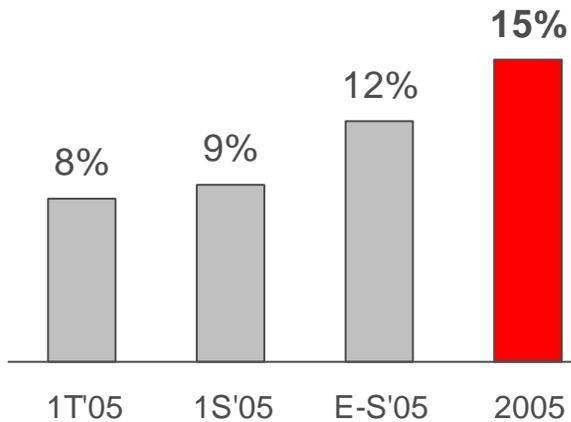


Claves del beneficio ordinario en 2005

3. Los ingresos y el margen de explotación (ex-Abbey) aceleran su crecimiento

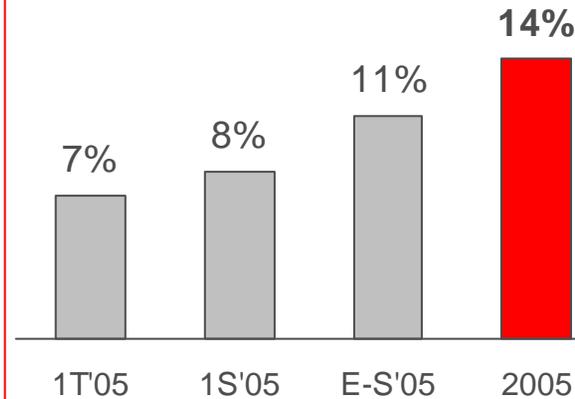
M. de intermediación (sin dividendos)

Var. s/ mismo periodo 2004



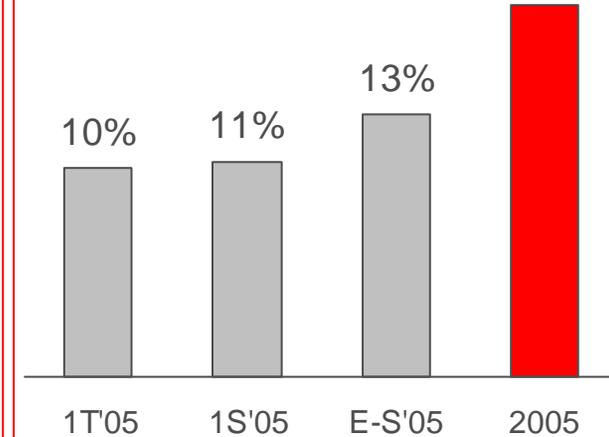
Margen ordinario

Var. s/ mismo periodo 2004



Margen explotación

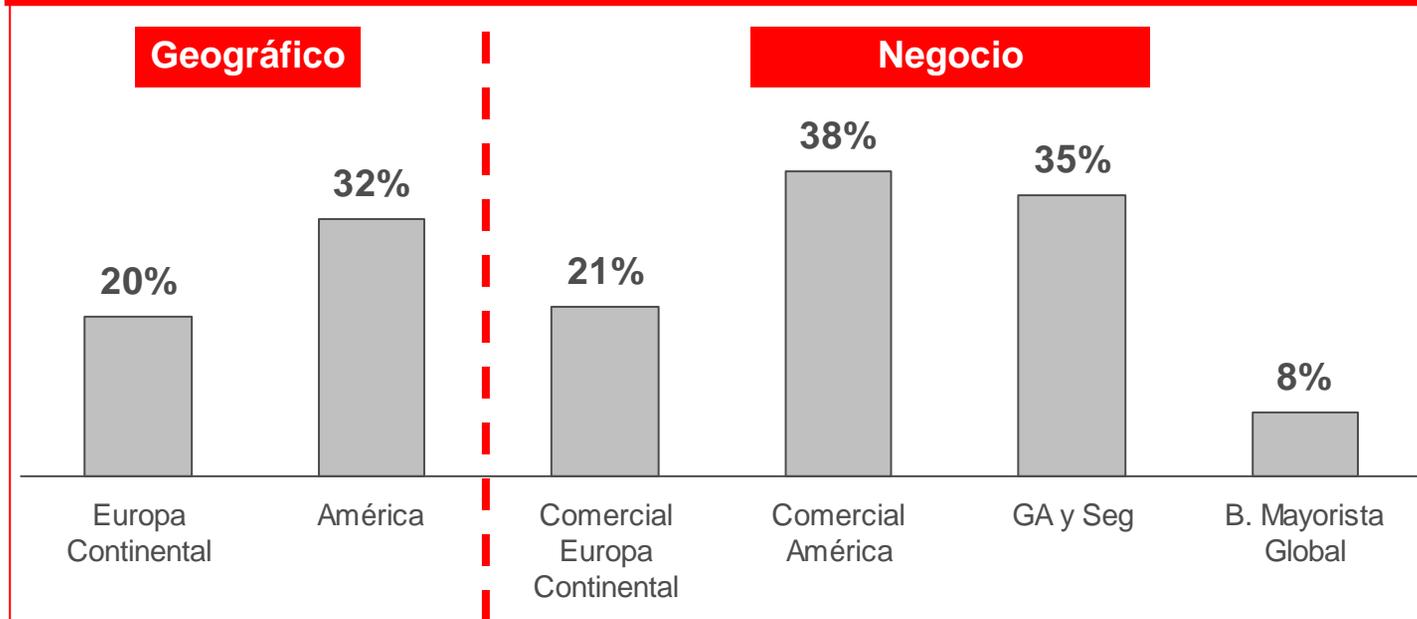
Var. s/ mismo periodo 2004



Claves del beneficio ordinario en 2005

4. El crecimiento del margen de explotación (ex-Abbey) se apoya en todas las áreas operativas ...

Detalle margen explotación por segmentos (ex-Abbey)



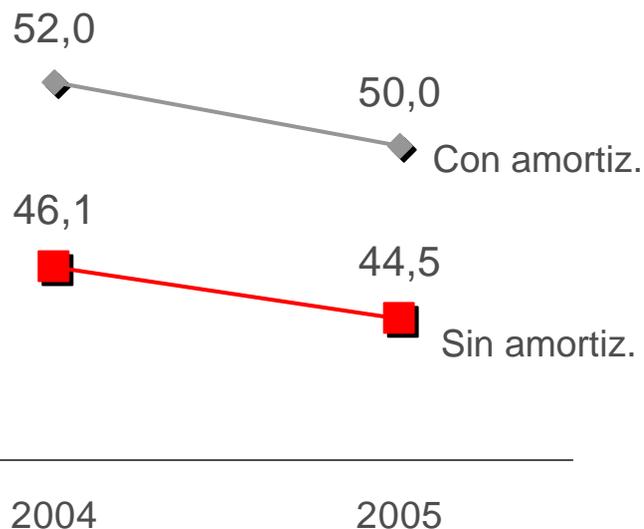
... ya que Gestión Financiera impacta negativamente por la posición de cambio, menores dividendos y menores ingresos de la cartera ALCO centralizada

Claves del beneficio ordinario en 2005

5. Mejora de la eficiencia en todas las áreas operativas

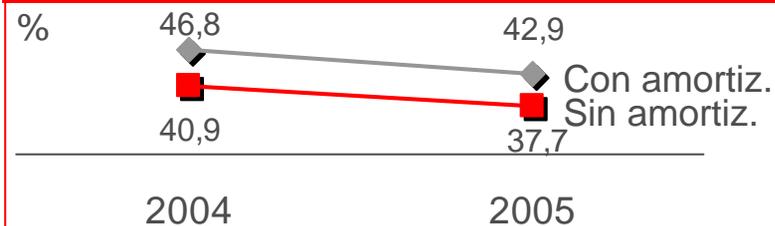
Ratio de eficiencia* del Grupo

Porcentajes

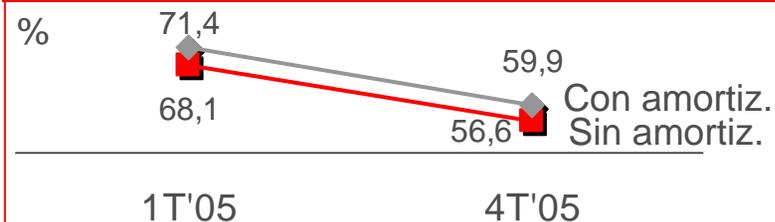


(*) Con Abbey, ratio del 52,5% con amortizaciones y del 47,5% sin amortizaciones en 2005

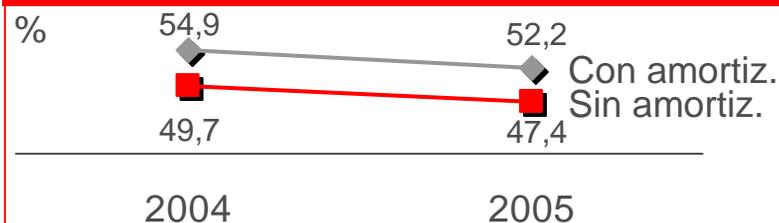
Europa Continental



Abbey (datos trimestrales)

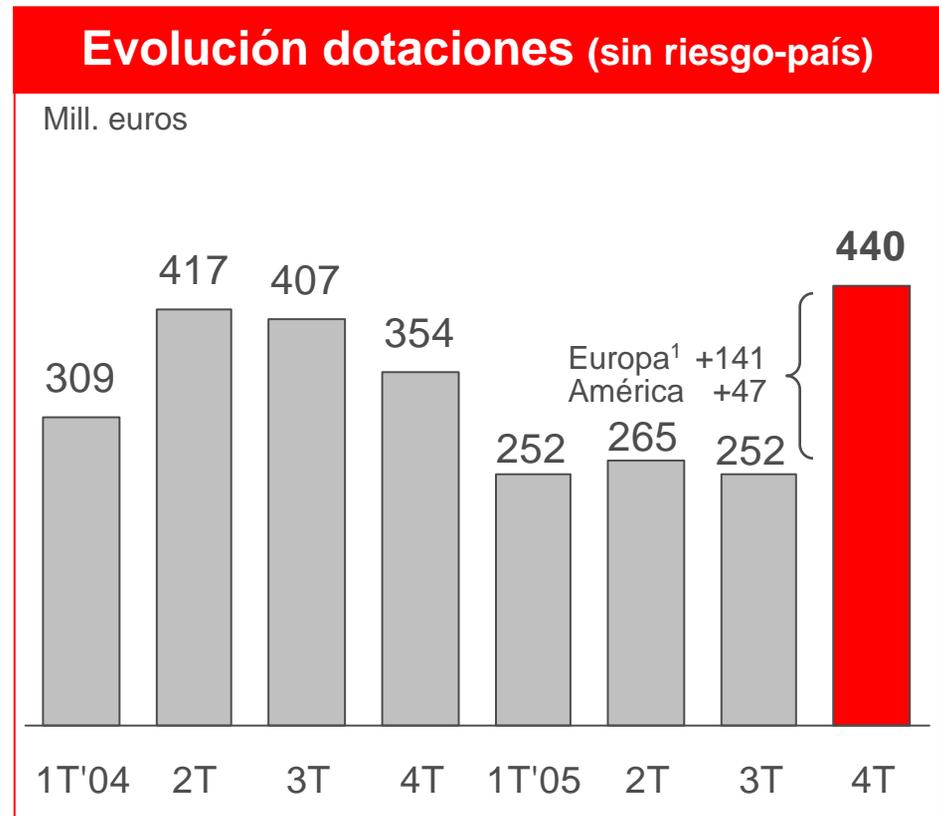
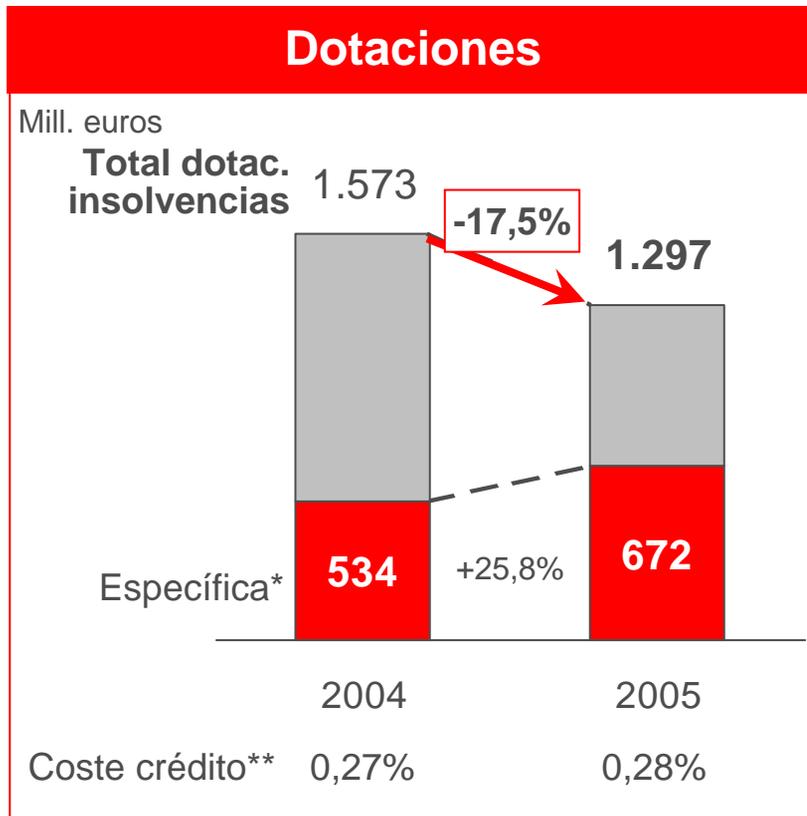


Iberoamérica



Claves del beneficio ordinario en 2005

6. En 2005 menor dotación (ex-Abbey) por reducción de genérica



(1) Dotación genérica: 111 mill. (incluye Gestión Financiera)

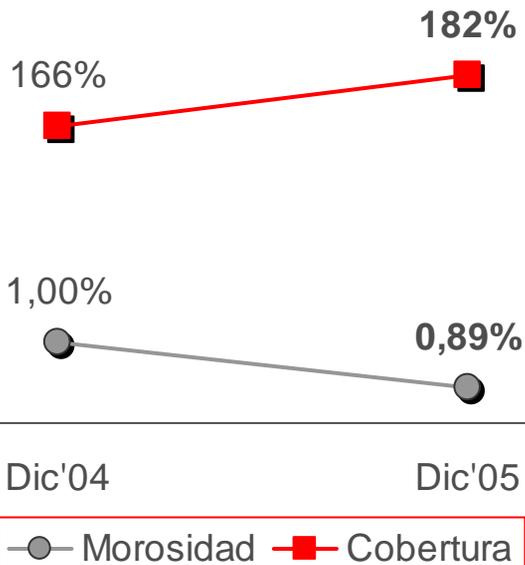
(*) Las dotaciones para provisiones específicas están minoradas por los activos en suspenso recuperados

(**) Dotación específica neta anualizada / créditos

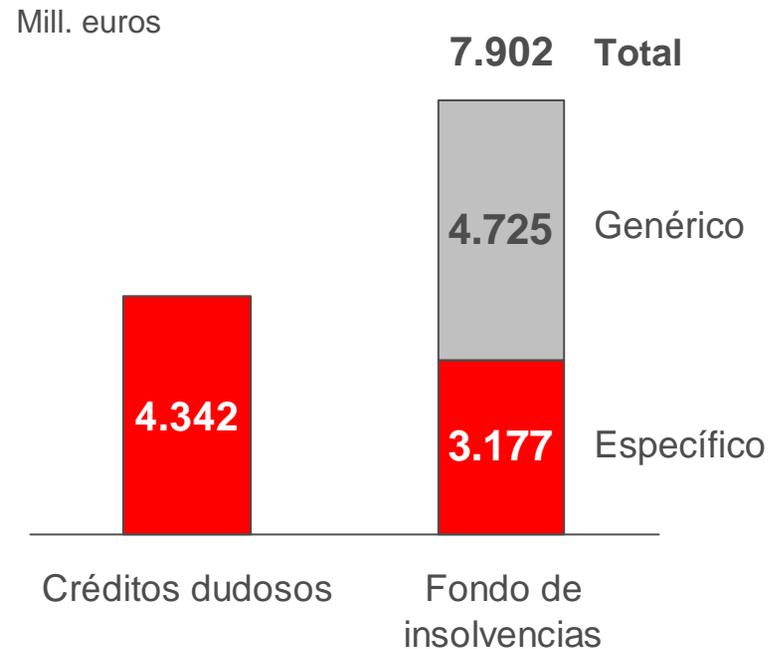
Claves del beneficio ordinario en 2005

6. Fuerte mejora de la cobertura en el ejercicio y ratio de morosidad en mínimos históricos, a pesar del cambio de mix de negocio

Morosidad y cobertura*



Morosos y fondo de insolvencias

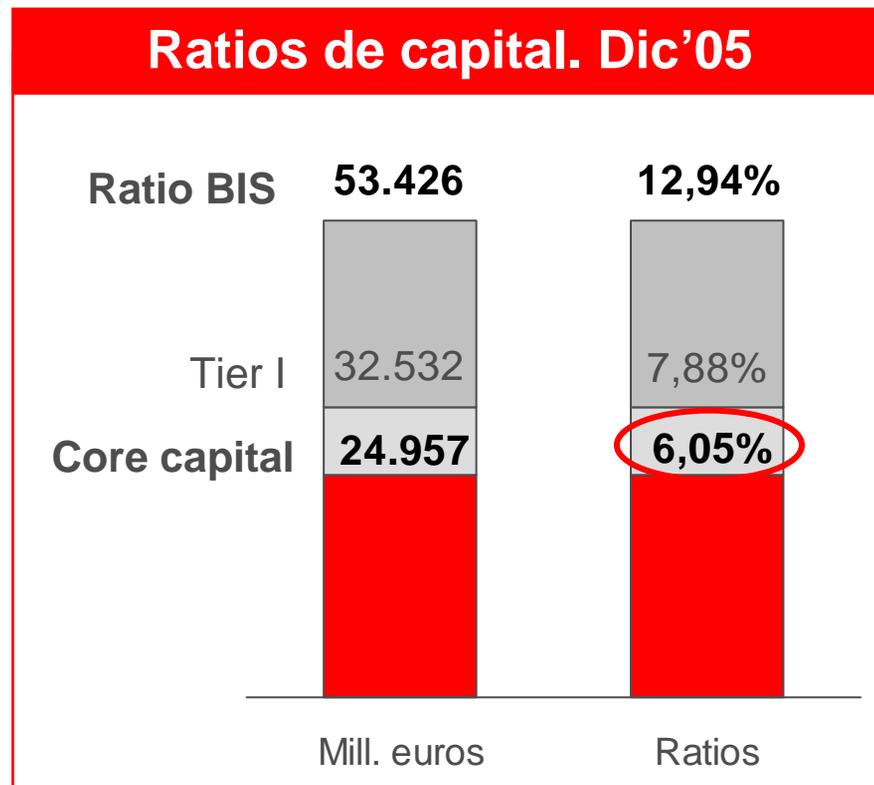


(*) Excluyendo Abbey: Ratio de morosidad 1,02% y cobertura de 223%

Claves del ejercicio 2005

7. Mejora de los ratios de capital en un año de elevado crecimiento. Core capital del 6%

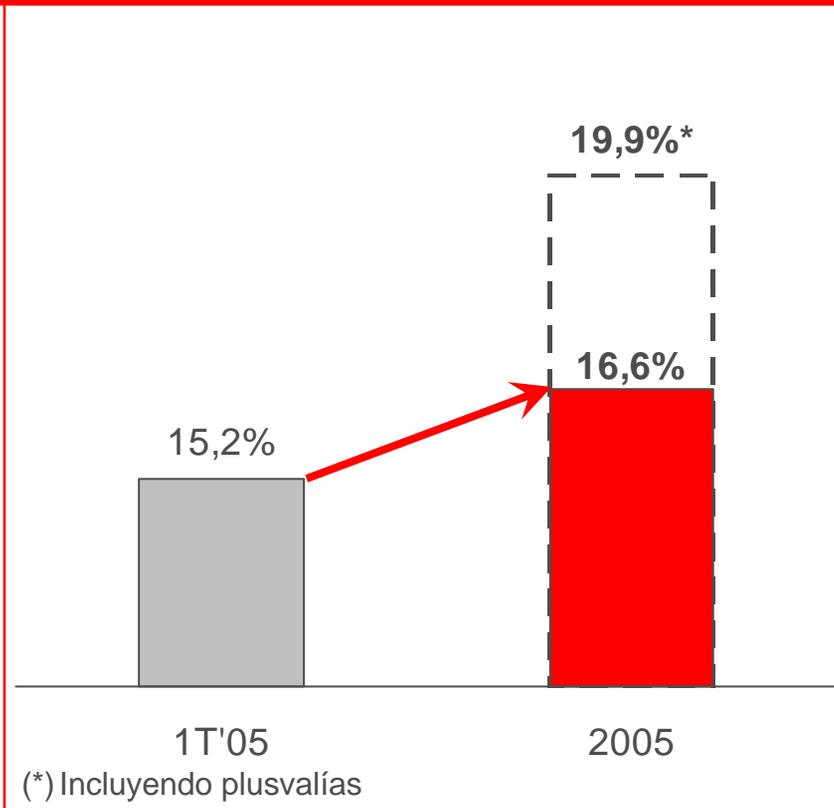
- Beneficios ordinarios retenidos
- Realización de plusvalías y menor consumo de la cartera industrial
- Reducción fondo comercio Abbey por valoración de intangibles



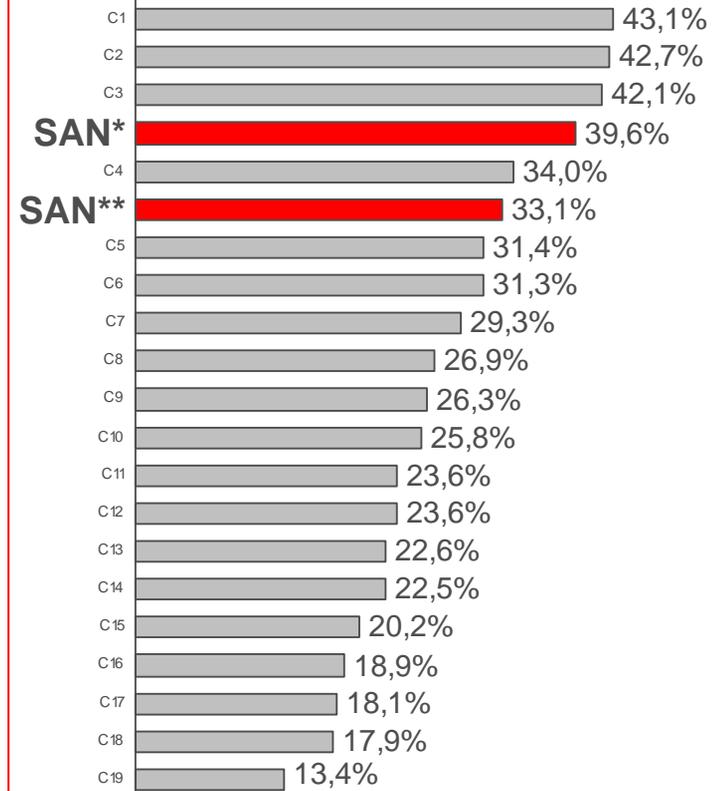
Claves del ejercicio 2005. Ratios

8. El ROE mejora trimestre a trimestre a lo largo de 2005, aunque sobre 2004 está todavía afectado por la incorporación de Abbey

ROE ordinario: Evolución en 2005



RONAV neto* (e) 2005



En estándares internacionales, Santander ocupa una posición destacada entre los 20 mayores bancos del mundo

RONAV neto: Rentabilidad de los fondos propios ajustados de fondos de comercio

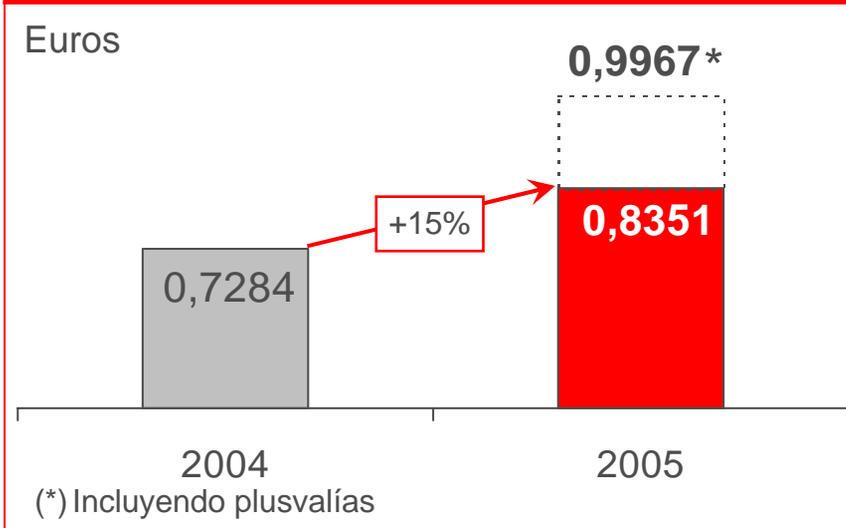
SAN*: incluye plusvalías

SAN**: sin incluir plusvalías

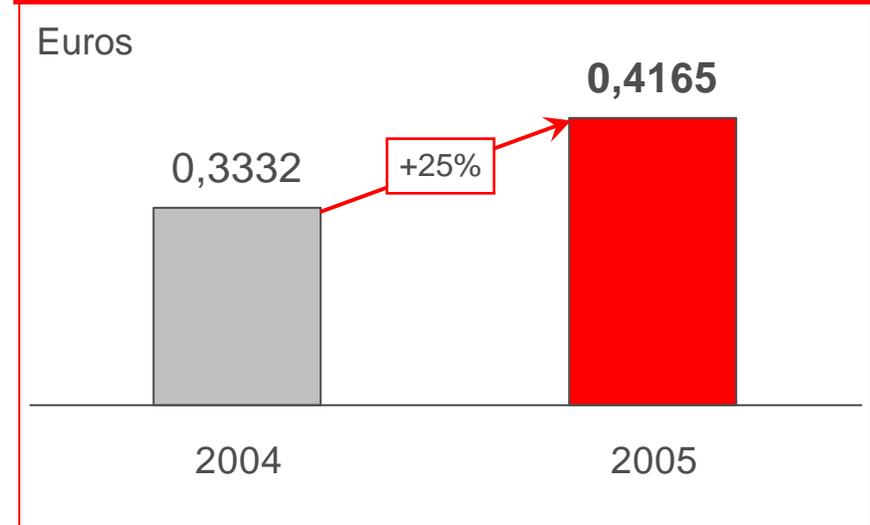
Claves del ejercicio 2005

Como resumen, en el primer año tras la adquisición de Abbey, la fortaleza del Grupo nos ha permitido ...

... aumentar el 15% el BPA ordinario y ...



... aumentar el 25% el dividendo por acción**



**El dividendo por acción que se propondrá a la Junta implica un aumento del 63% en el cuarto a cuenta y un pay-out del 49,98% s/ beneficio ordinario

Índice

- Evolución Grupo Santander 2005

■ Evolución áreas de negocio 2005

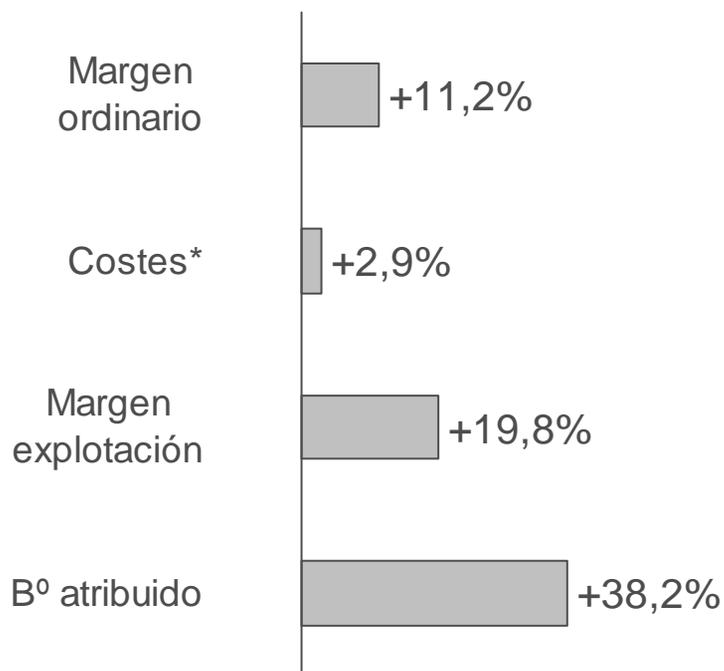
– Europa Continental

- Reino Unido – Abbey
 - Iberoamérica
 - Negocios Globales
- Conclusiones 2005 y Visión 2006
 - Anexos

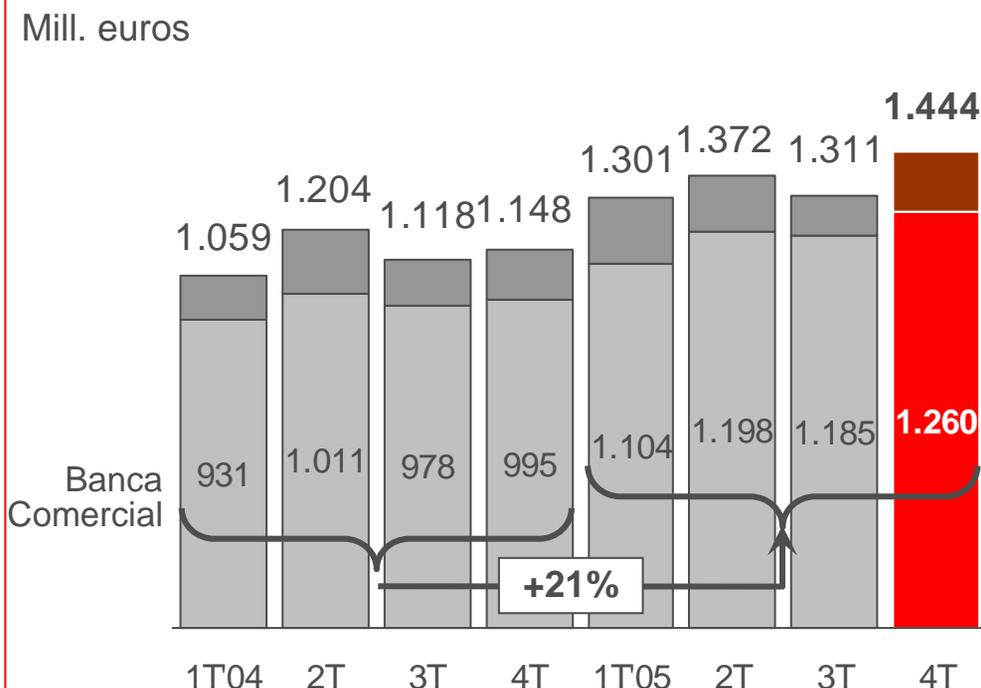
Europa Continental

Beneficio de 2.984 mill. euros, aplicando nuestro modelo de negocio en mercados maduros. Último trimestre, récord

Var. 2005 / 2004



Margen de explotación



(*) Gastos personal + generales + amortizaciones

Principales unidades Europa Continental 2005

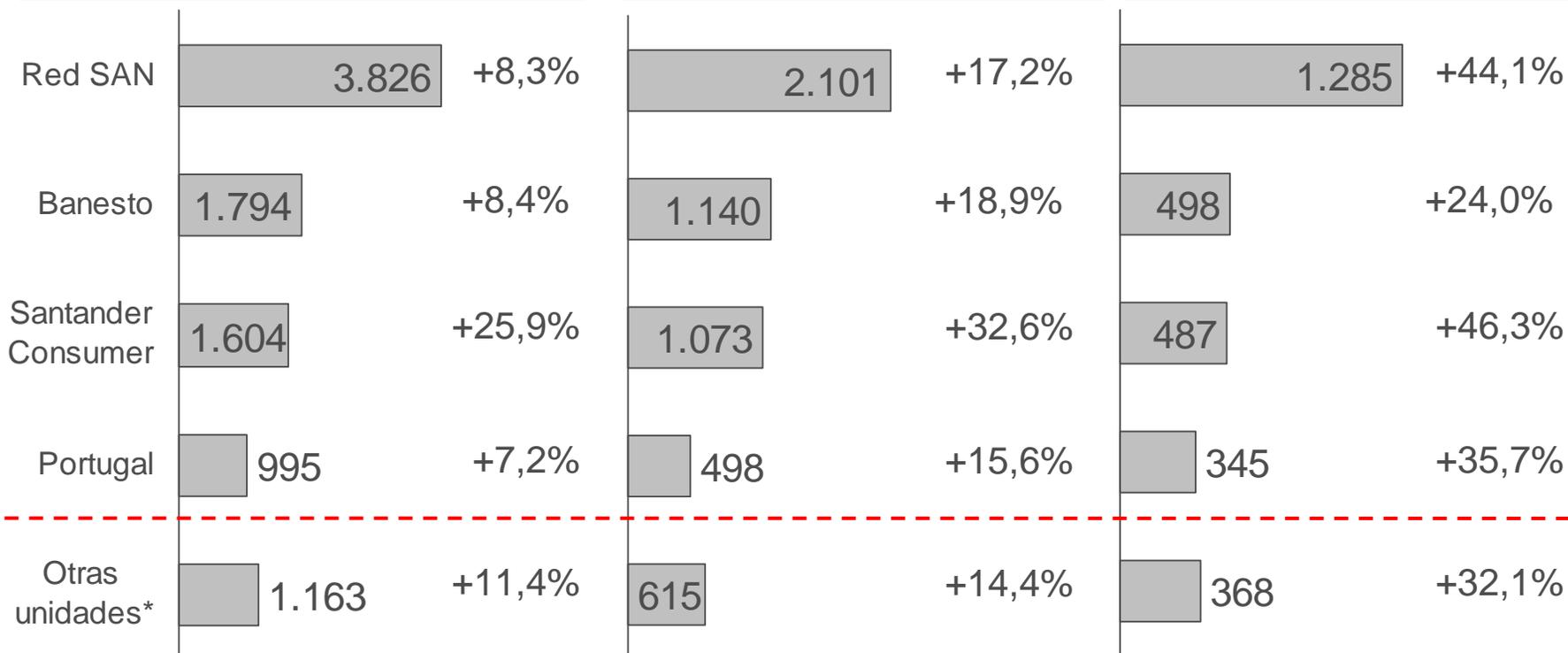
Mill. euros y % s/ 2004

Crecimiento equilibrado de ingresos con control de gastos y menor necesidad de provisiones, dispara el crecimiento del beneficio

**M. ordinario: 9.382;
+11,2%**

**M. explotación: 5.428;
+19,8%**

**B° atribuido: 2.984
+38,2%**



(*) Banif, Gestión de Activos y Banca Mayorista Global

Europa Continental. Actividad

Todas las unidades en expansión enfocándose en sus prioridades y segmentos objetivo

	<u>Créditos*</u>	<u>Recursos**</u>	
Red Santander	+15%	+8%	<ul style="list-style-type: none"> Mejora de mix: pymes (+19%), micros (+32%), hipotecas (+16%) Depósitos vista (+11%), fondos inversión (+15%)
Banesto	+23%	+15%	<ul style="list-style-type: none"> Aumento cuota. Pymes (+20%), hipotecas (+27%), tarjetas (+23%) Depósitos plazo (+29%)
S. Consumer	+25%	+18%	<ul style="list-style-type: none"> Financiación automóviles (+22%), consumo + tarjetas (+22%), crédito directo (+36%) Producción: España (+15%), Alemania (+9%), Italia (+30%)
Portugal	+13%	+6%	<ul style="list-style-type: none"> Aumento cuota. Pymes (+20%), hipotecas (+11%) Fondos inversión (+17%), seguros capitalización (+32%)

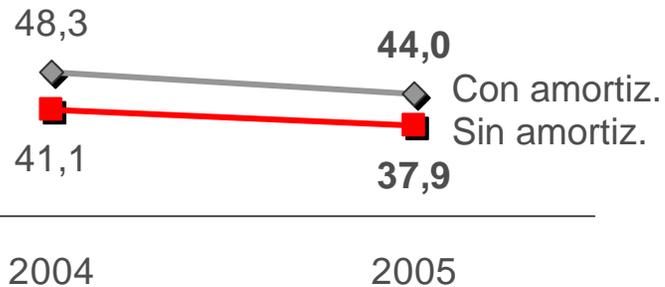
(*) Incluye titulizaciones

(**) Depósitos sin CTAs + fondos de inversión + planes de pensiones

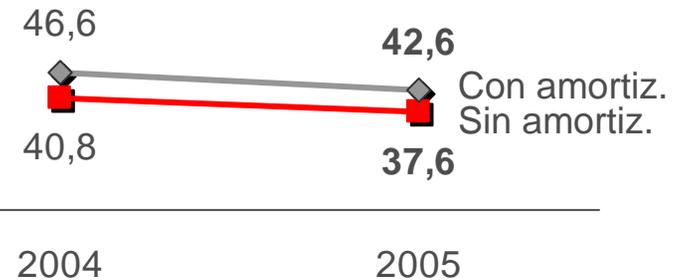
Europa Continental. Eficiencia

Este crecimiento se consigue con una fuerte mejora de la eficiencia en todas las unidades ...

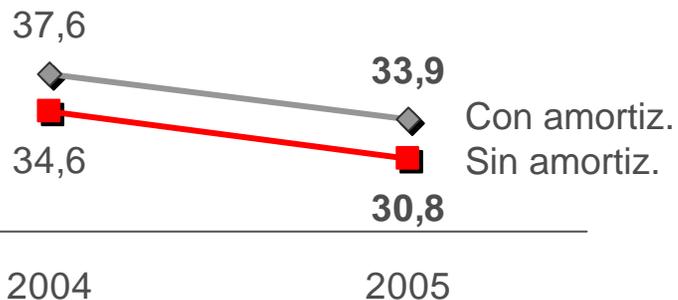
Red Santander



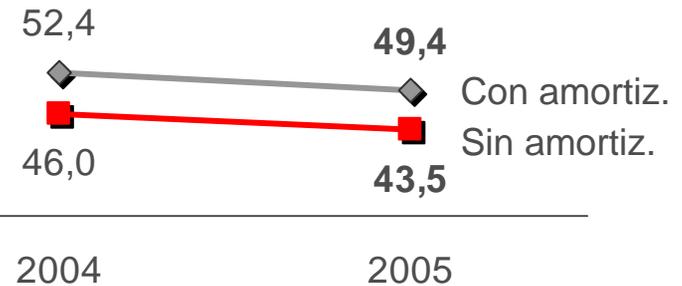
Banesto



Santander Consumer



Portugal



Europa Continental. Morosidad y Cobertura

... y muy buen comportamiento de morosidad y cobertura

Red Santander



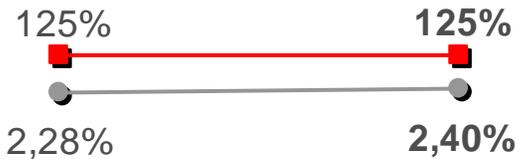
Dic '04 Dic '05
 ● Morosidad ■ Cobertura

Banesto



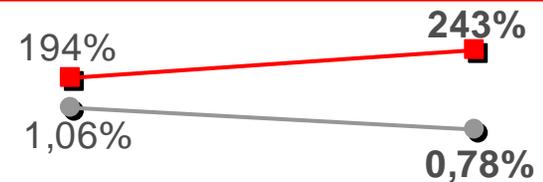
Dic '04 Dic '05
 ● Morosidad ■ Cobertura

Santander Consumer



Dic '04 Dic '05
 ● Morosidad ■ Cobertura

Portugal



Dic '04 Dic '05
 ● Morosidad ■ Cobertura

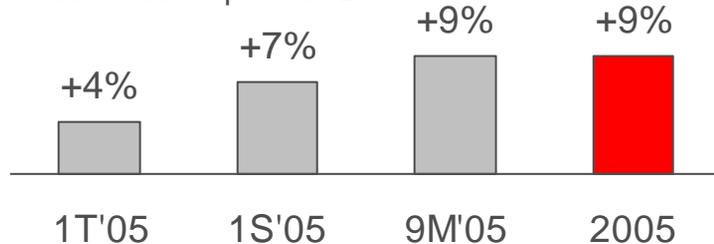
Red Santander. Claves de gestión

2005

■ Foco spreads y mix de negocio

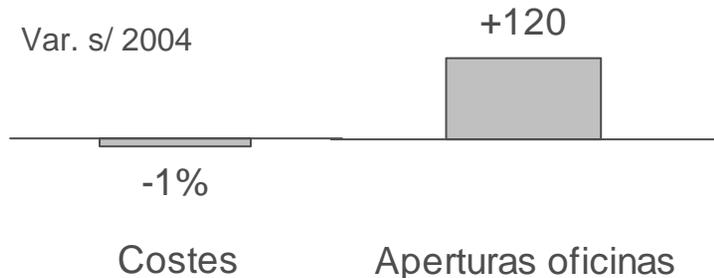
Margen de intermediación

Var. s/ mismo periodo 2004



■ Creciendo con eficiencia

Var. s/ 2004



■ Implantación Partenón

2006

■ Plan “Queremos ser tu banco”: dirigido a Particulares

- Invertimos para:
 - Más clientes
 - Más vinculados
 - Más saldos y productos
- Break-even: +110.000 clientes vinculados y +75.000 captados

■ Mayor capacidad y eficiencia comercial

- Plan apertura oficinas (gestionando costes)
- Potencial Partenón

■ Plan de Calidad: foco en el cliente

■ Crecimiento rentable y diversificado

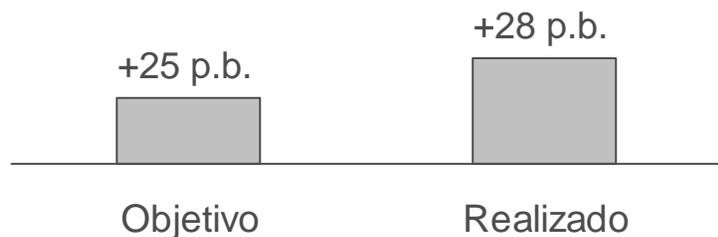
Banesto. Claves de gestión

2005

■ Crecimiento superior a los competidores

Var. cuota de mercado 2005

Negocio total. Frente a bancos



■ Avance en proyectos de crecimiento

- Pymes
- Particulares CIMA
- Consumo y tarjetas
- Tesorería clientes

■ Mejora en eficiencia: 4 p.p. s/ 2004

2006

■ Nuevo Plan Director 2006-2008

- Cuota mercado: +0,75 p.p.
- ROE: 20%
- Eficiencia: 35% (-5 p.p.)

■ Foco de gestión en 2006 a:

- Crecimiento rentable en negocios objetivo (pymes, particulares,...)
- Liderazgo en satisfacción (clientes, empleados)
- Reforzar potencia comercial

Santander Consumer. Claves de gestión

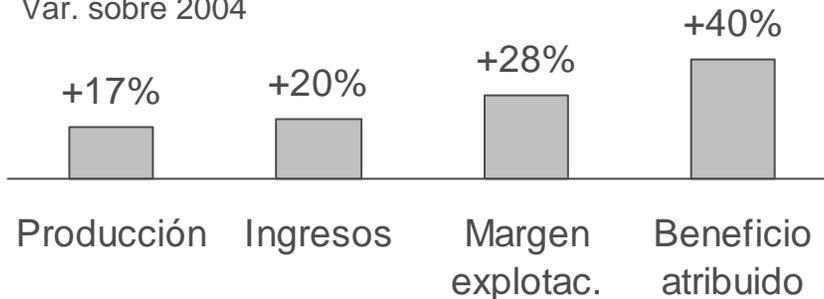
2005

■ Fuerte crecimiento orgánico

- Apertura oficinas Italia y Alemania
- Lanzamiento negocio consumo en UK
- Nuevos negocios: subprime en España, depósitos en Italia, ...

Crecimiento a perímetro constante

Var. sobre 2004



■ Adquisiciones estratégicas

- Portugal (masa crítica)
- Escandinavia (completa franquicia local)

2006

■ Rentabilizar últimas adquisiciones realizadas

■ Avances gestión global:

- Integración tecnológica
- MIS centralizado
- Lanzamiento proyecto Partenón (2006 – 2008)

■ Estricta gestión del riesgo

■ Atentos a oportunidades de mercado

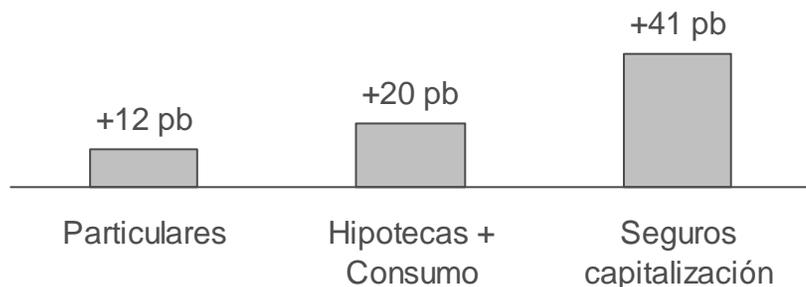
Portugal. Claves de gestión

2005

- **Fuerte crecimiento** de actividad y resultados en **entorno macro débil**

Aumento de cuota de mercado

Var. sobre 2004



- **Las comisiones (+10%), motor del crecimiento de los ingresos**
- **Costes** planos tras aumentar la red (+22 oficinas netas)

2006

- Continuar ganando cuota de mercado
- Potenciar capacidad de distribución (apertura oficinas)
- Mejorar niveles de vinculación en empresas a través de mayor transaccionalidad
- Iniciar implantación Partenón (2006 – 2008)
- Foco en mantenimiento de la calidad crediticia

Índice

- Evolución Grupo Santander 2005

■ Evolución áreas de negocio 2005

- Europa Continental

– Reino Unido – Abbey

- Iberoamérica

- Negocios Globales

- Conclusiones 2005 y Visión 2006

- Anexos

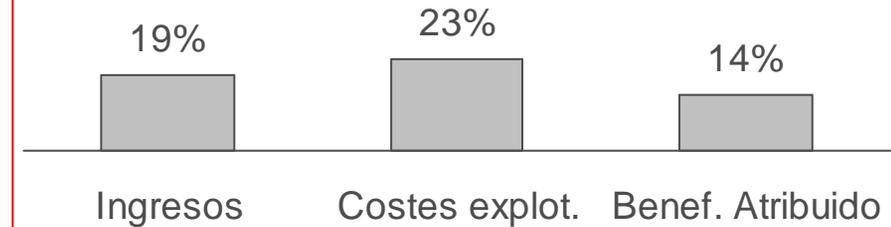
Abbey en 2005

Notable aportación al Grupo en su primer año completo de consolidación: 811 mill. de euros de beneficio

Mill. £	2005
Margen ordinario	2.590
Costes de explotación	-1.652
Margen de explotación	963
Provisiones para insolvencias	-218
Resultado antes de impuestos	797
Beneficio atribuido	555
Beneficio atribuido (mill. euros)	811

Aportación al Grupo

% sobre áreas operativas



Actividad

% var. sobre 2004



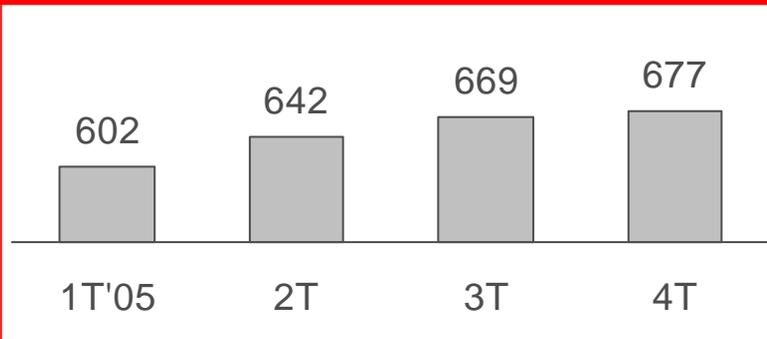
(*) Recursos de clientes = Depósitos sin CTAs + fondos de inversión

Abbey. Cuenta de resultados 2005

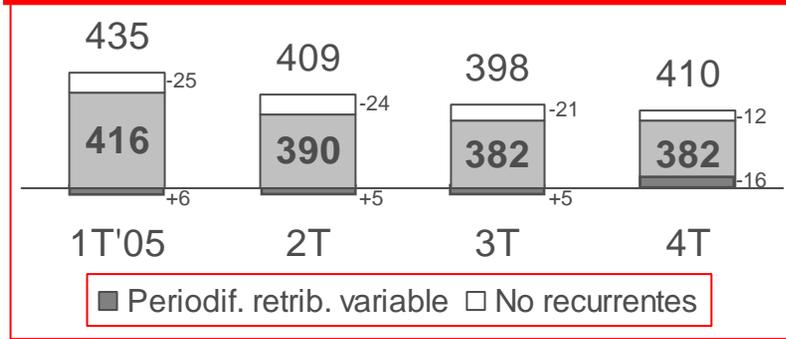
Mill. £

Mejora de los resultados trimestre a trimestre que nos acerca a la velocidad de crucero prevista para 2006

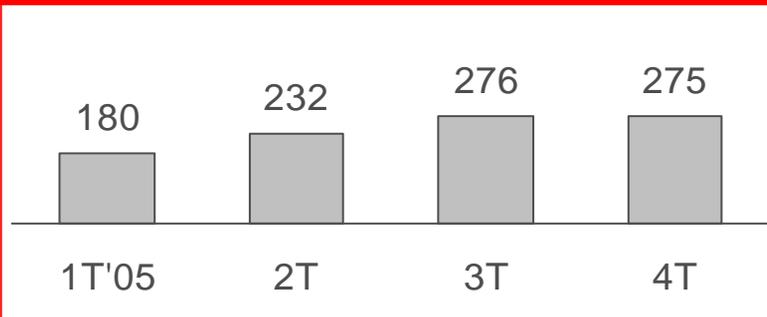
M. ordinario: £2.590



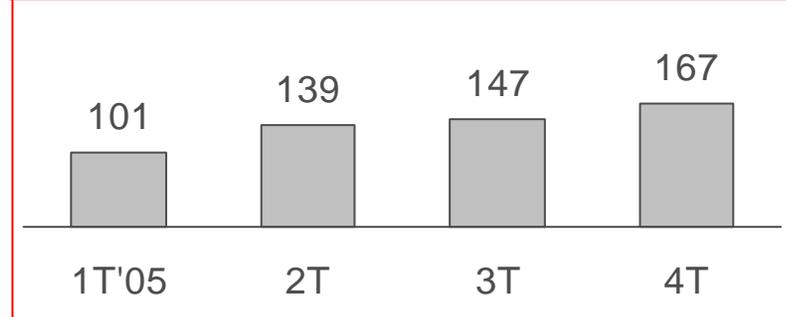
Costes*: £1.652 (recurrentes: 1.570)



M. explotación: £963



B° atribuido: £555



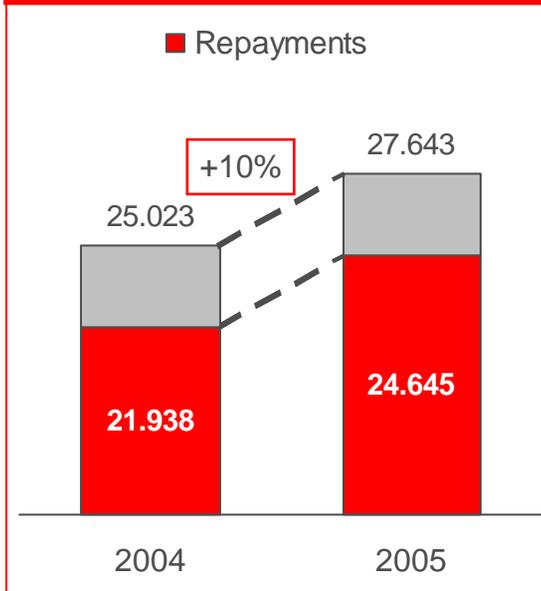
(*) Costes de explotación: gastos de personal + generales + amortizaciones. Incluye el BAI de las antiguas áreas mayoristas, básicamente Portebrook.

Abbey. Actividad en 2005

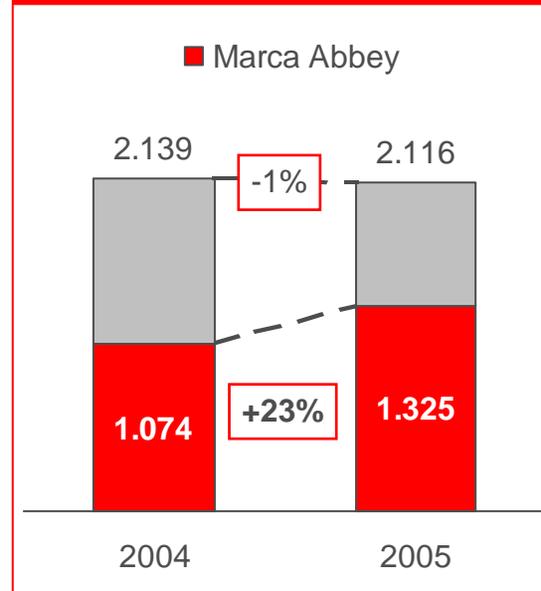
Mill. £

La mejora en nuestra capacidad de venta se refleja en un aumento de la actividad en el año

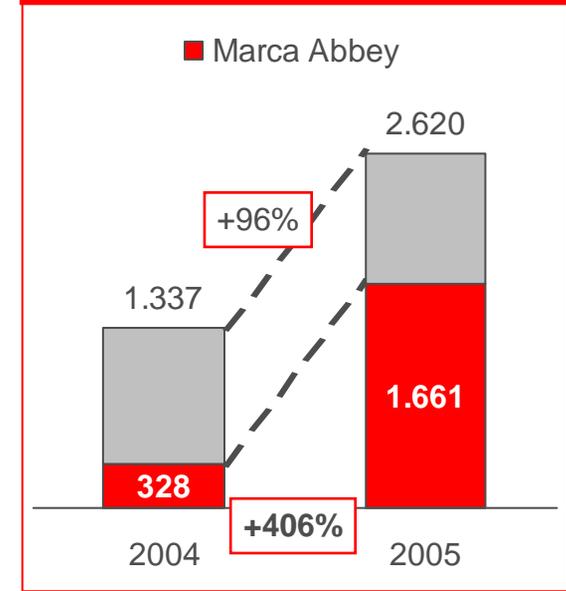
Producción hipotecas



Producción UPL



Flujo ahorro



Otros productos:

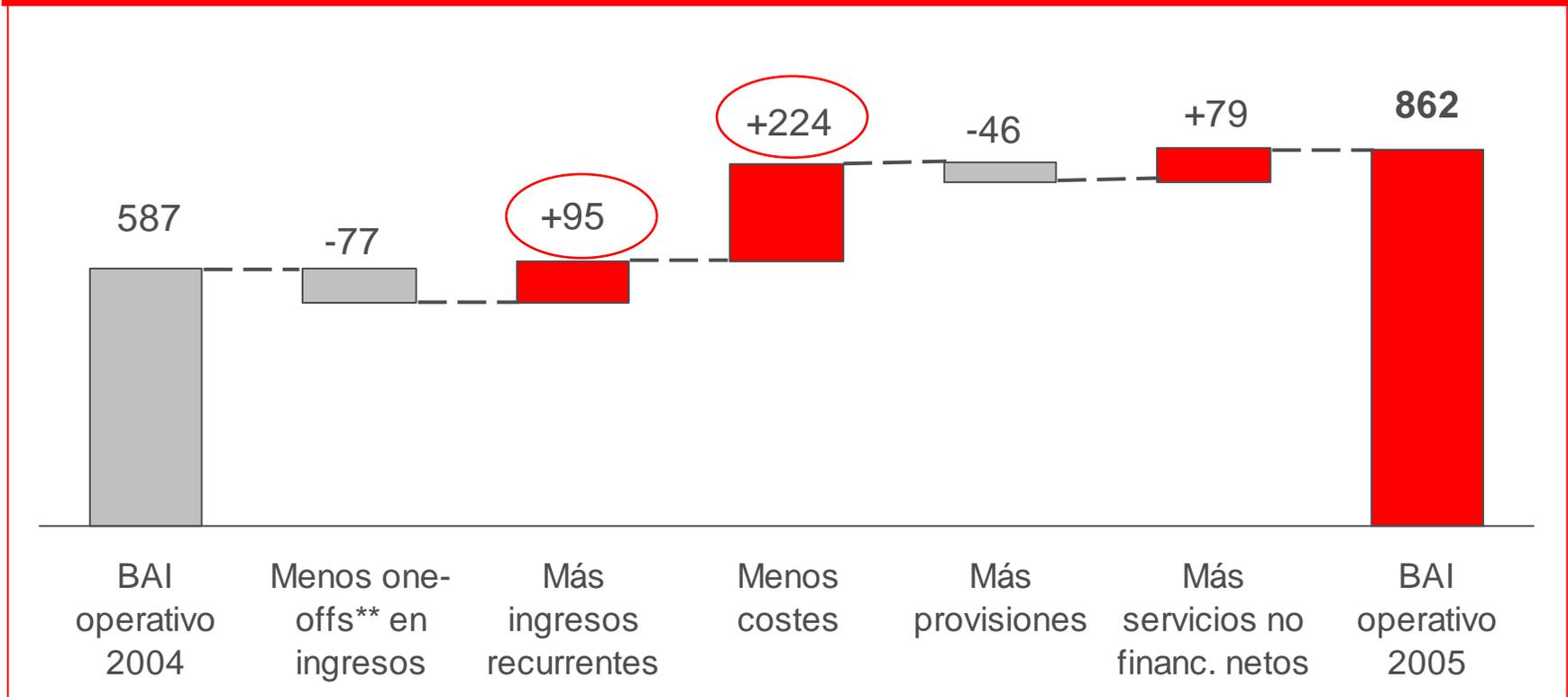
■ Apertura cuentas corrientes	385.880	+2%
■ Apertura cuentas pymes	36.918	+19%
■ Nuevas tarjetas	217.027	+9%

Abbey. UK GAAP

Mill. £

Un buen ejercicio comparado con 2004

Beneficio operativo antes de impuestos* 2005 / 2004: +47%



(*) Incluye el BAI de las antiguas áreas mayoristas, básicamente Portebrook

(**) Incluye experience variances

Nota: Datos en criterio local. Datos de 2004 reelaborados de acuerdo con IAS

Abbey. Claves de gestión 2006

En el 2006 la gestión de Abbey se centrará en:

- Mejorar las cuotas de mercado
- Impulsar los negocios “core”: hipotecas y ahorro
- Posicionamiento agresivo en cuentas bancarias, préstamos personales (UPLs) y productos de inversión (“investments”)
- Mejorar el nivel de retención en todos los productos
- Impulsar la capacidad de ventas en todos los canales
- Construcción de la plataforma tecnológica y formación del equipo para el negocio de tarjetas
- Avance en la implementación de Partenón

Con el objetivo de cubrir el coste de capital en el 2007

Índice

- Evolución Grupo Santander 2005

■ Evolución áreas de negocio 2005

- Europa Continental
- Reino Unido – Abbey

– Iberoamérica

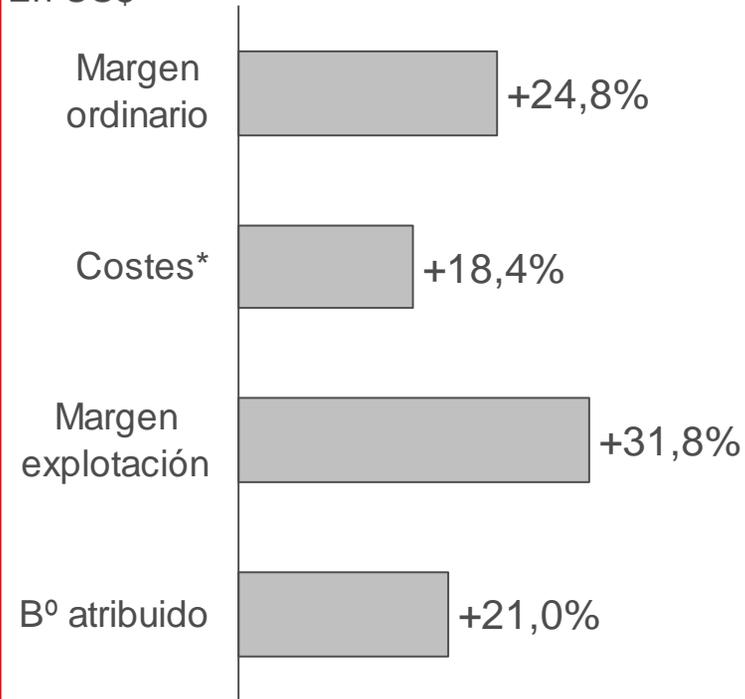
- Negocios Globales
- Conclusiones 2005 y Visión 2006
- Anexos

Total Iberoamérica

**Beneficio atribuido de 2.208 millones de US\$ tras aumentar el 21%.
Último trimestre record en ingresos y margen de explotación**

Var. 2005 / 2004

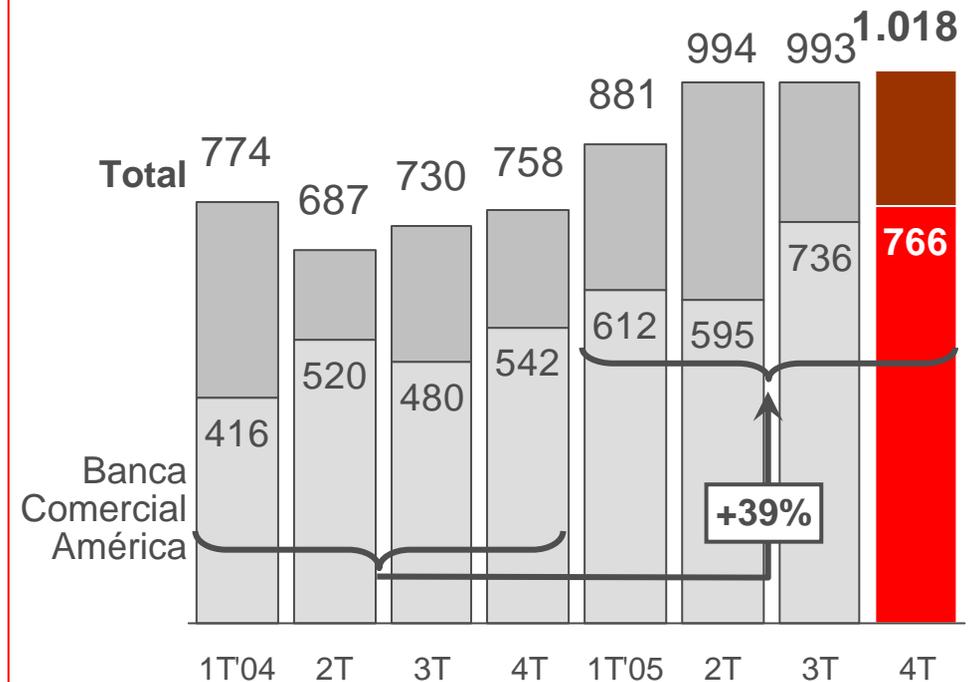
En US\$



(*) Gastos personal + generales + amortizaciones

Margen de explotación

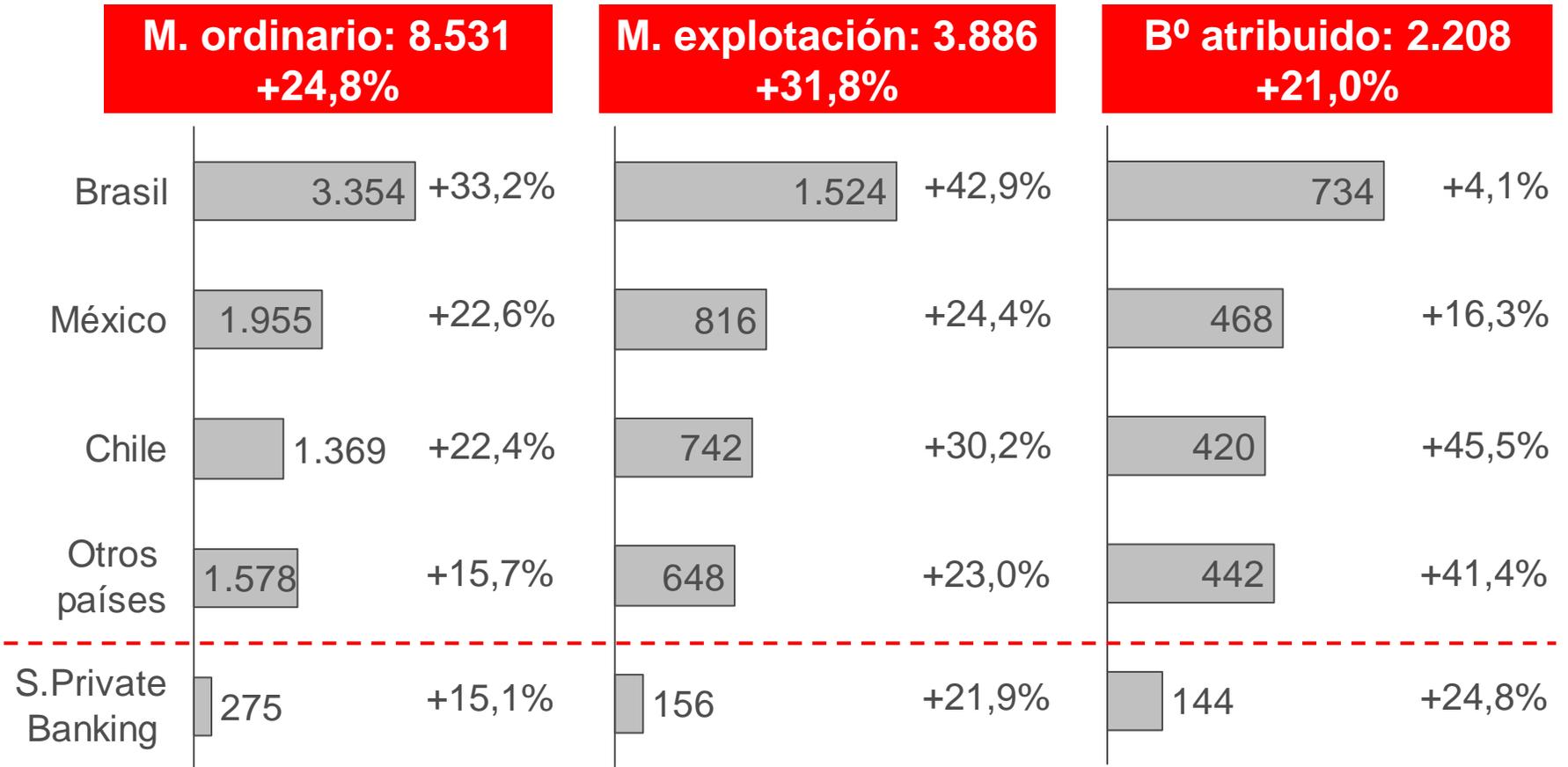
Mill. US\$



Principales países Iberoamérica 2005

Mill. US\$ y % s/ 2004

Fuerte crecimiento de ingresos con costes bajo control en todos los países



Iberoamérica. Actividad

Crecimiento de la actividad en los países clave

Variaciones en moneda local

	<u>Créditos</u>	<u>Recursos*</u>	
Brasil	+42%	+24%	<ul style="list-style-type: none"> ■ Aumento de cuota en créditos y recursos ■ Pymes (+53%), consumo (+27%) ■ Depósitos a plazo (+36%), f. inversión (+21%)
México	+35%**	+21%	<ul style="list-style-type: none"> ■ Aumento de cuota en particulares, empresas y recursos ■ Pymes (+39%), Tarjetas y consumo (+60%), hipotecas (+93%) ■ Crecimiento generalizado de recursos, depósitos (+19%) y fondos de inversión (+36%)
Chile	+19%	+16%	<ul style="list-style-type: none"> ■ Aumento de cuota en particulares ■ Pymes (+33%), tarjetas y consumo (+42%) e Hipotecas (+26%) ■ Depósitos a plazo (+27%) y fondos de inversión (+11%)

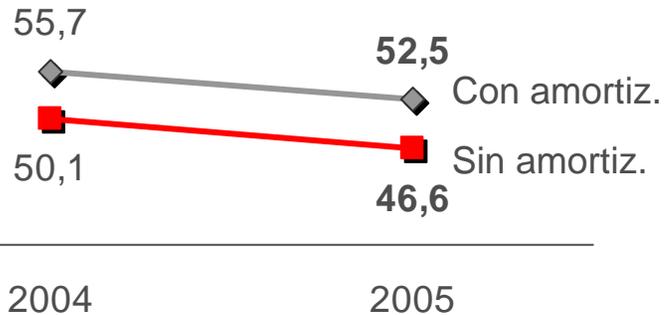
(*) Depósitos sin CTAs + fondos de inversión + planes de pensiones

(**) Excluida cartera hipotecaria vieja y pagaré IPAB. Incluyéndolos, +13%.

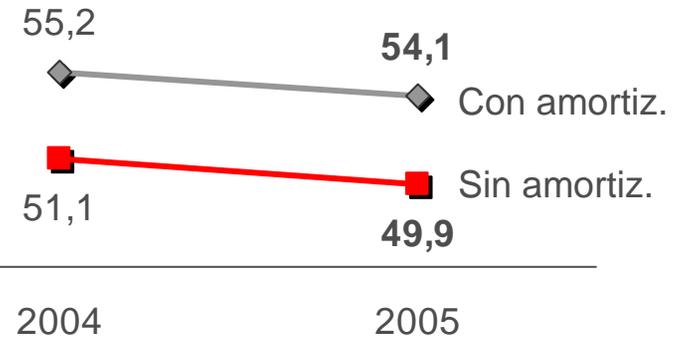
Iberoamérica. Eficiencia

Este crecimiento se consigue con una fuerte mejora de la eficiencia en los principales países ...

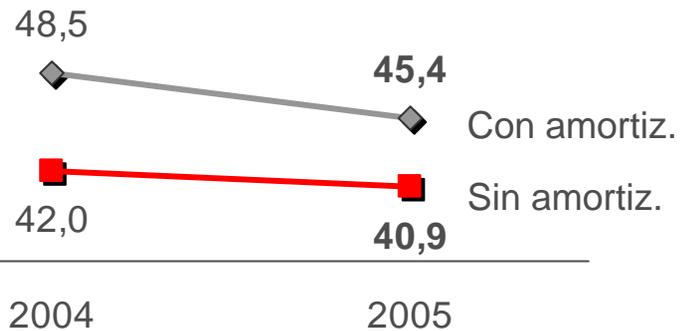
Brasil



México



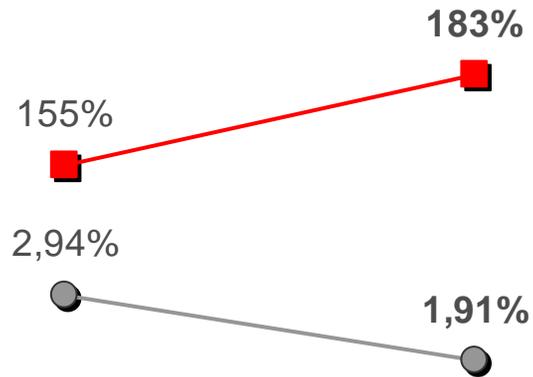
Chile



Iberoamérica. Morosidad y cobertura

... y buena evolución de los ratios de calidad crediticia pese al cambio de mix de negocio

Iberoamérica



Dic'04 Dic'05

—●— Morosidad —■— Cobertura

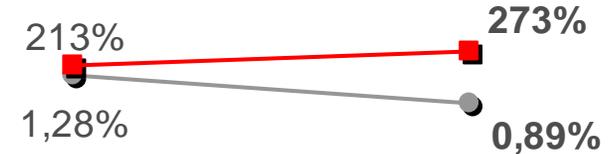
Brasil



Dic'04

Dic'05

México



Dic'04

Dic'05

Chile



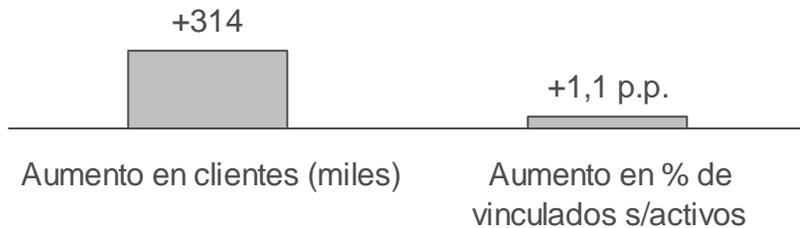
Dic'04

Dic'05

Brasil. Claves de gestión

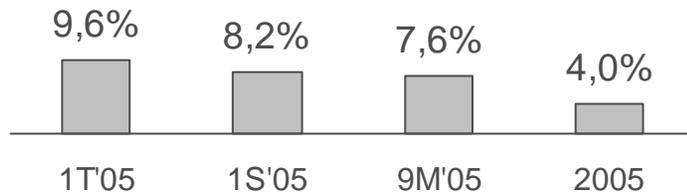
2005

■ Aumento base de clientes y vinculación



■ Costes convergiendo a la inflación

Var. s/ mismo periodo 2004 en moneda local



■ Amortización anticipada (US\$150 mill.) de sistemas tecnológicos obsoletos

2006

■ Fin integración plataforma tecnológica en 1T'06: mayor capacidad comercial

■ Fuerte aumento de la actividad e ingresos con clientes

– Tarjetas de crédito, seguros, consumo

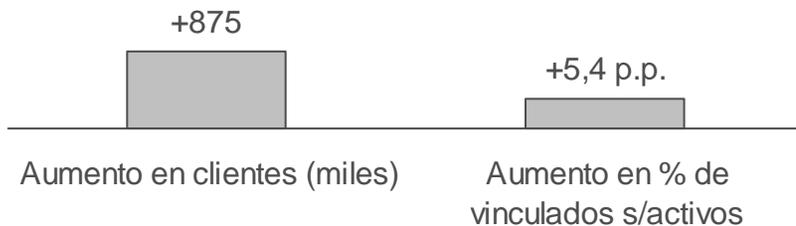
■ Programa de fidelización de clientes funcionarios

■ Costes por debajo de la inflación

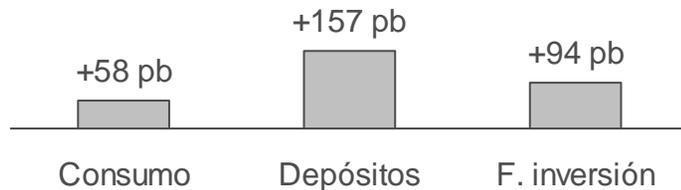
México. Claves de gestión

2005

- **Aumento de clientes y vinculación.**
Dos palancas: nóminas y tarjetas



- **Aumento de cuota**



- **Mejora de spreads por mix de negocio**
- **Aumento en infraestructura:** mayores costes con mejora de eficiencia

2006

- “Proyectos de Crecimiento” en proceso de maduración
 - Continuar con los procesos de captación y vinculación de clientes: tarjetas, seguros, consumo
 - Inversión en proyectos generadores de ingresos (crecimiento de gastos inferior al crecimiento de ingresos)
- Mayor prima de riesgo, consistente con el cambio de mix de negocio

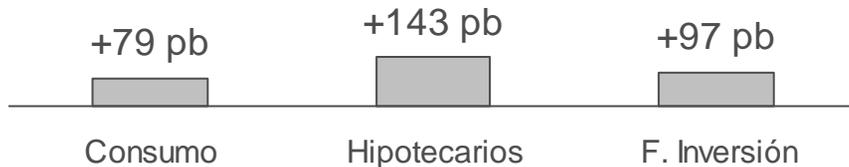
Chile. Claves de gestión

2005

■ Incremento base de clientes



■ Aumento de cuota



■ Mejorando el margen respecto a la industria



■ Apertura de oficinas, con control de costes

2006

- Aumento de actividad con clientes retail: en el entorno del 20%
- Crecimiento de ingresos en línea con aumento de actividad
- Costes ligeramente por encima de la inflación
 - Invirtiendo en capacidad de distribución para continuar creciendo
 - Aumento red oficinas

Resto de Iberoamérica

Beneficio atribuido por unidades

Mill. US\$	Var. 2005 / 2004		
	2005	Importe	%
Puerto Rico	60	+2	+2,7
Argentina	97	+63	+188,6
Venezuela	165	+46	+38,7
Otros	120	+18	+17,6
Resto países	442	+129	+41,4
Santander Private Banking	144	+29	+24,8
Total	586	+158	+36,9

Claves 2006

Oportunidades de crecimiento

- Foco en consumo
- Preparados para crecer tras fortalecimiento 2005
- Crecimiento selectivo del negocio comercial
- Foco en crecimiento y captación

Índice

- Evolución Grupo Santander 2005

■ Evolución áreas de negocio 2005

- Europa Continental
- Reino Unido – Abbey
- Iberoamérica

–Negocios Globales

- Conclusiones 2005 y Visión 2006
- Anexos

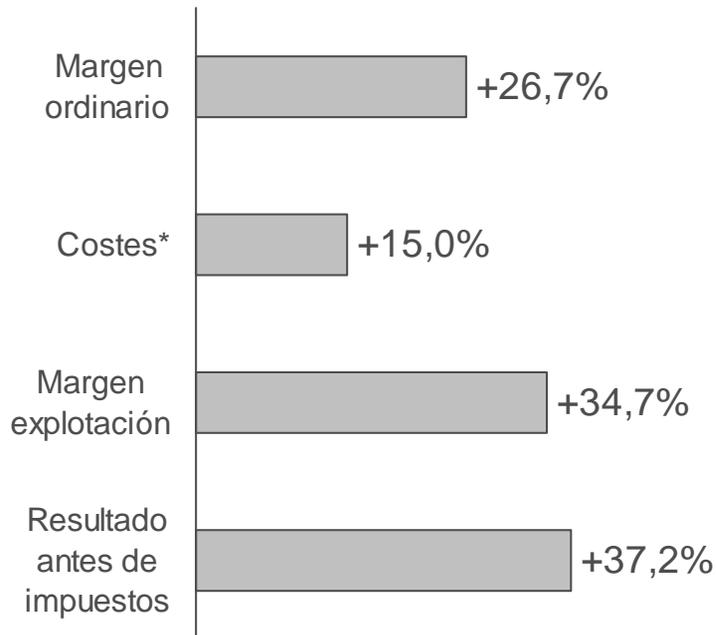
Gestión de Activos y Seguros (ex-Abbey)

Mill. euros

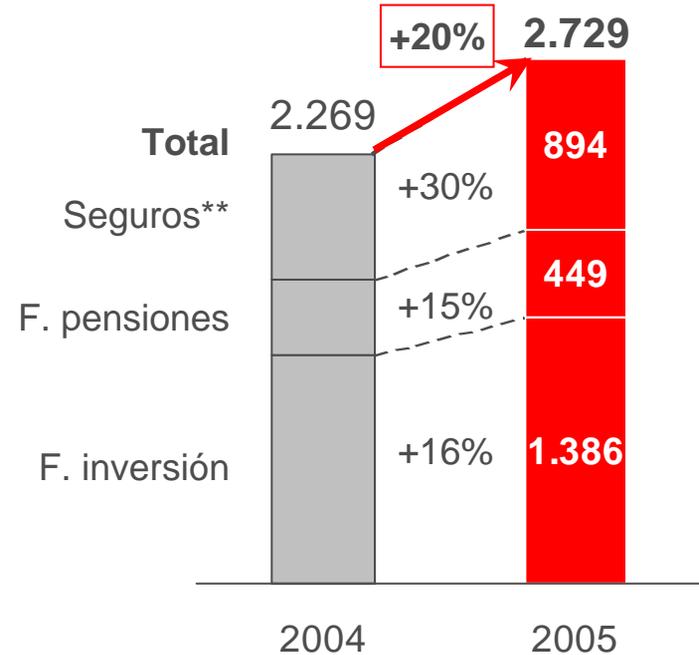
Mejora de ingresos y beneficios de “la fábrica” y de su aportación al total del Grupo

Aportación “fábrica” BAI: 509 mill. euros

Var. 2005 / 2004 (ex-Abbey)



Ingresos totales Grupo



(*) Gastos personal + generales + amortizaciones
 (**) Comisiones + actividad de seguros

Gestión de Activos y Seguros. Claves de gestión

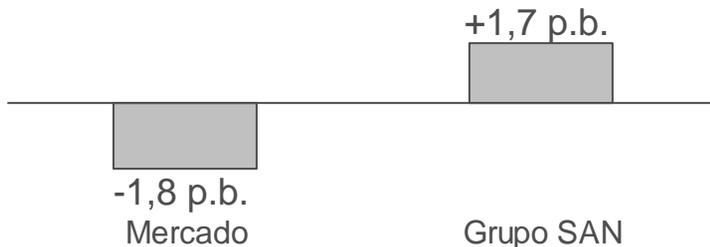
2005

■ Fondos: apuesta por innovación y productos de mayor valor añadido

- España: mejora de mix y de ingresos sobre fondos gestionados medios

Fondos de inversión: ingresos s/ fondos gestionados medios

Var. s/ Dic. 2004. FI por Inverco



- Latam: crecimiento en principales países con ganancias de cuota

■ Bancaseguros: fuerte crecimiento

- Elevada vinculación a créditos. Impulso productos no vinculados

2006

■ Plataformas tecnológicas comunes (2006 – 2007)

■ Fondos y planes pensiones:

- Mayor eficiencia por operativa única
- Comercialización fondos alternativos en España (nueva legislación)

■ Seguros:

- Mejorar penetración en España. Nuevos productos
- Mayor venta de seguros propios a través de Santander Consumer
- Potenciar bancaseguros en América (en especial, México)

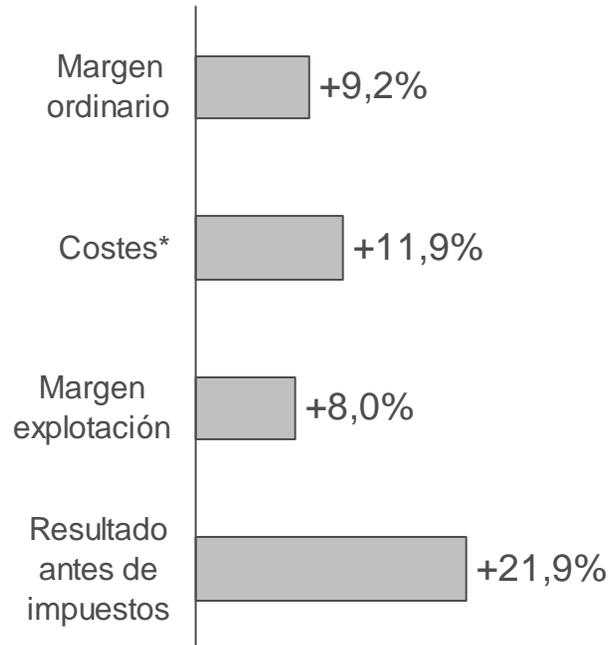
Banca Mayorista Global

Mill. euros

**Efecto positivo mayor actividad con clientes y venta de carteras.
Impacto negativo de la tesorería por cuenta propia en Iberoamérica**

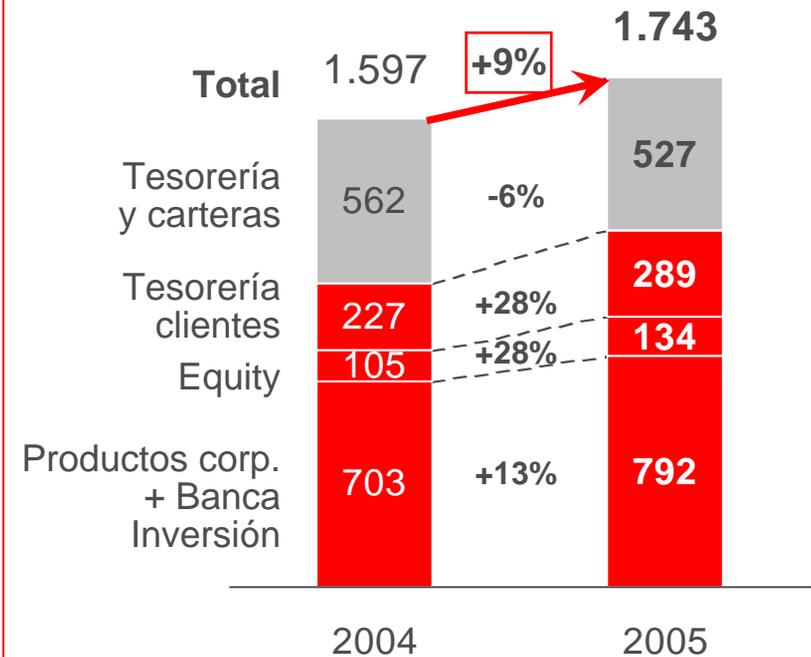
Aportación BAI: 1.069 mill. euros

Var. 2005 / 2004



(*) Gastos personal + generales + amortizaciones

Desglose del margen ordinario



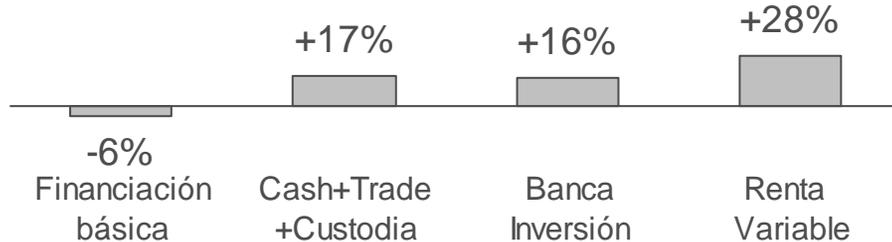
Banca Mayorista Global. Claves de gestión

2005

- **Mayor aportación productos alto valor y menor de financiación básica**

Ingresos por tipo producto

Var. s/ 2004



- **Tesorería: foco en ingresos de clientes**
 - Santander Global Connect (SGC) en España: x2 en el año
 - Extensión SGC a Portugal: +56% en el año

2006

- Marco de actuación: enfoque más global e integrado en nuestros mercados naturales
- Mejora servicio a grandes clientes corporativos. En 2006, 294 clientes, tras ampliación Modelo Relación Global en Iberoamérica
- Desarrollo iniciativas lanzadas en 2005. Foco en:
 - Transaccionalidad en España
 - Middle market en Banca de Inversión
 - Extensión SGC a México y Chile

Índice

- Evolución Grupo Santander 2005
- Evolución áreas de negocio 2005

■ Conclusiones 2005 y Visión 2006

- Anexos

2005, un excelente ejercicio para el Santander

1. Resultados record y de calidad, apoyado en las áreas operativas
2. Fuerte crecimiento en países y negocios clave
3. Aumento del negocio con clientes, principalmente en América y Banca Mayorista
4. Positiva evolución de Abbey en ventas, ingresos y costes
5. Mejora de la eficiencia
6. Avances en los Proyectos Globales, especialmente en:
 - tecnología: avanzando en una plataforma global
 - clientes: parámetros de calidad homogéneos con impacto en incentivos
 - negocios: BMG, tarjetas, seguros, crédito al consumo
 - costes: Modelo Global de Compras
7. Desinversiones en negocios non-core
8. En niveles objetivo de ratios de capital

Crecimiento del 15% en BPA en el primer año tras la adquisición de Abbey

Entorno previsto para 2006

- Economía mundial con ritmo de crecimiento sostenido
- En Europa
 - España y Reino Unido crecerán más que la media de la Eurozona
 - Aumento moderado de tipos de interés del euro que podría tener incidencia temporal en los márgenes
 - Crecimiento hipotecas España: expectativas de mercado de ligera desaceleración pero manteniendo fuertes incrementos
- En Iberoamérica
 - La región volverá a crecer fuertemente (entorno del 4%)
 - Fundamentales sólidos
 - Aumento de bancarización
 - Entorno institucional consolidado
 - Crecimiento estructural en los próximos años

Escenario positivo para el negocio financiero

Enfoques básicos de gestión del Grupo en 2006

Extraer el valor del Grupo aplicando una gestión más global

- Mayor integración de negocios con potencial global: mayores ingresos
- Mayor integración de Tecnología, Sistemas y Operaciones: mejora en eficiencia

Posicionamiento diferencial del Grupo para crecer

- Portafolio de negocios que nos da un crecimiento orgánico superior a competidores
- Nuevos proyectos internos de crecimiento: Plan 106 – 108

- Mantener riesgo predecible
- Asignación eficiente del capital

Extraer el valor del Grupo aplicando una gestión más global

Construyendo modelos de negocio globales

Tarjetas

Asset Mgmt.

Seguros

Consumo

... etc.

Ya nos está proporcionando mayores ingresos

Seguiremos globalizando TODOS los negocios en los que podamos obtener sinergias en la gestión del modelo de negocio, fábricas u operaciones ...

... lo que exige contar con una tecnología apropiada

Extraer el valor del Grupo aplicando una gestión más global

Tecnología, Sistemas y Operaciones con visión global

Hacia plataforma tecnológica única en 2010

- Partenón: toda Europa en 2008
- Altair: toda América en 2006



Con una operativa integrada

- Creación Unidad Corporativa de Operaciones
- Implantación de procesos comunes (mejores prácticas / conocimientos)

Racionalización de centros en Europa y América

- Unificación de centros de procesos de datos
- Unificación de centros de servicio y mantenimiento

Sinergias globales de costes y mayor eficiencia comercial 2006-2008

Mayor capacidad de crecimiento frente a competidores

Palancas diferenciales:

- Banca minorista en mercados desarrollados: eficiencia y productividad
- Abbey como oportunidad de crecimiento
- Fuerte presencia en mercados emergentes: Iberoamérica
- Consumo: negocio en crecimiento con altos márgenes
- Mayor integración de la banca mayorista a partir de los bancos locales
- Desarrollo de sinergias globales
- Mejorando asignación de capital

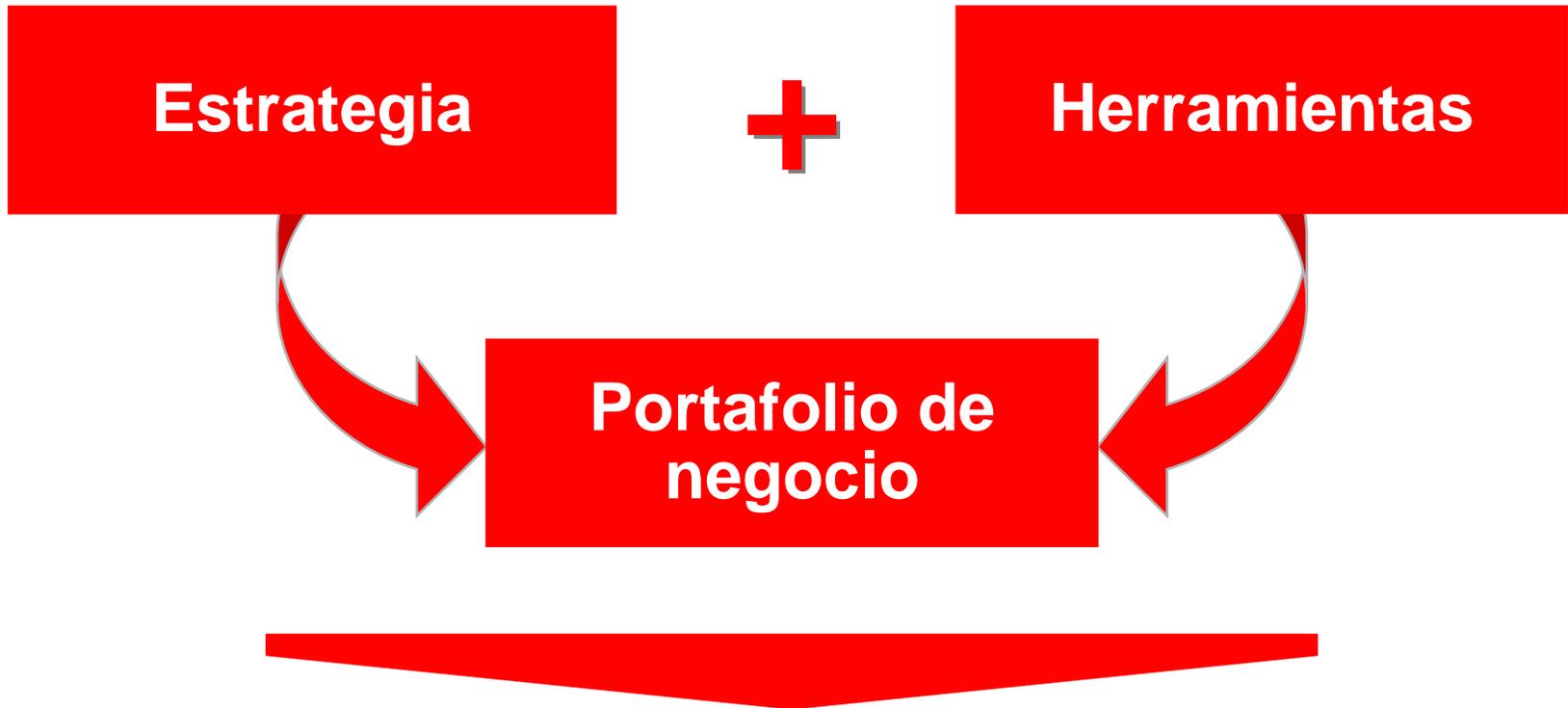
Crecimiento orgánico superior

Plan I06 – I08

Respuesta a retos y oportunidades del mercado

Concretado en 25 grandes proyectos

Garantizando fuentes adicionales de crecimiento



Mantener el crecimiento estructural del negocio bancario en los próximos años

Índice

- Evolución Grupo Santander 2005
- Evolución áreas de negocio 2005
- Conclusiones 2005 y Visión 2006

■ Anexos

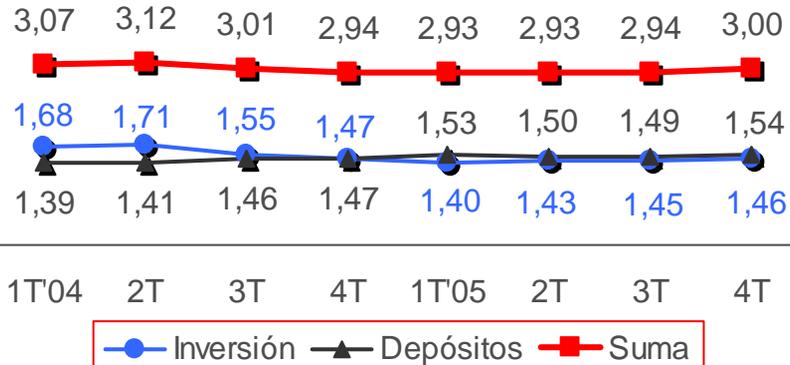
Evolución de Grupo Santander 2005

Mill. euros

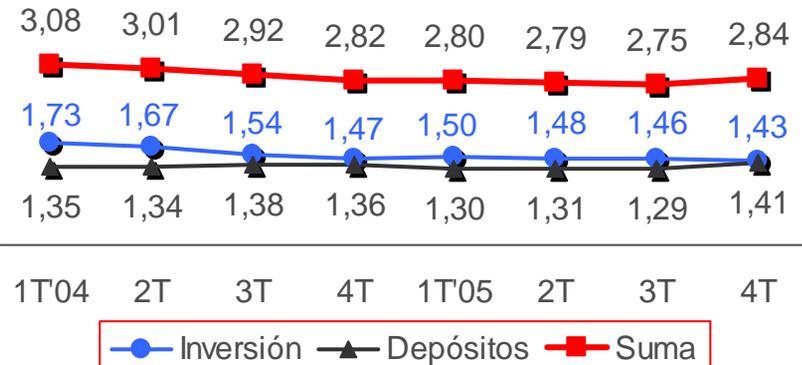
	2005 (e) sin Abbey	% var. s/ 2004	2005 (e) con Abbey	% var. s/ 2004
Margen comercial	14.802	+14,3	18.242	+40,8
Margen ordinario	16.020	+14,0	19.807	+40,9
Costes de explotación	-8.307	+10,3	-10.723	+42,3
M. de explotación	7.877	+18,3	9.285	+39,4
Provisiones insolvencias	-1.297	-17,5	-1.615	+2,7
BAI (sin plusvalías)	6.026	+31,5	7.192	+57,0
B⁰ atribuido ordinario	4.401	+22,0	5.212	+44,5
B⁰ atribuido al Grupo	5.409	+50,0	6.220	+72,5

Spreads principales unidades Europa Continental (%)

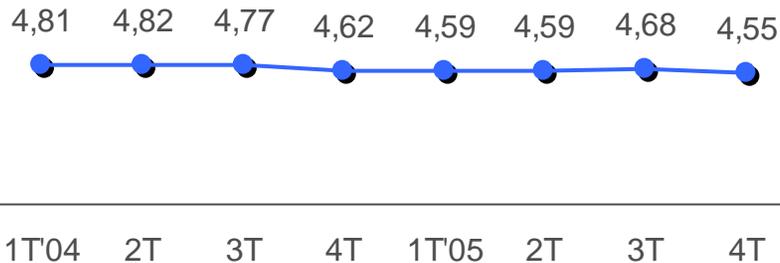
Red SAN



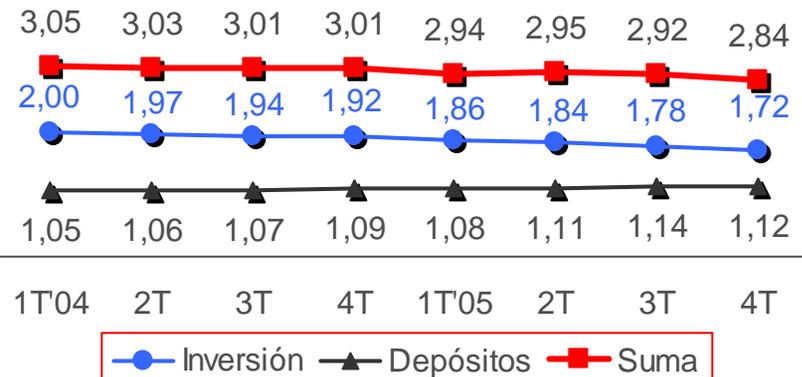
Banca Comercial Banesto



Inversión Santander Consumer

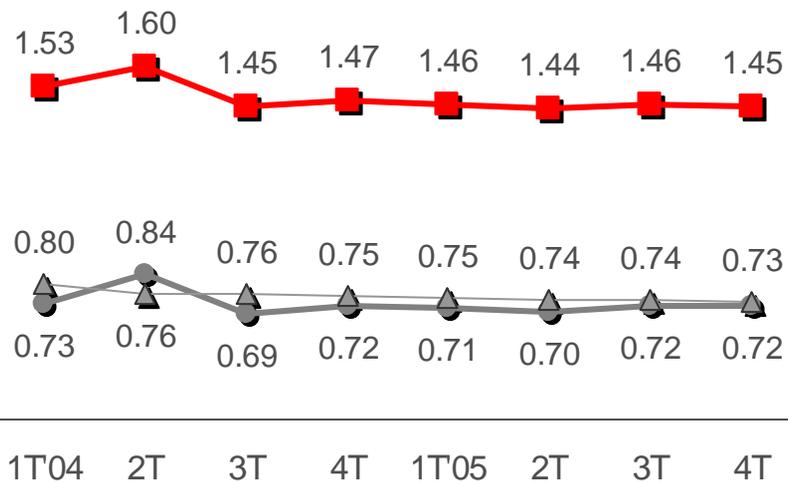


Banca Comercial Portugal



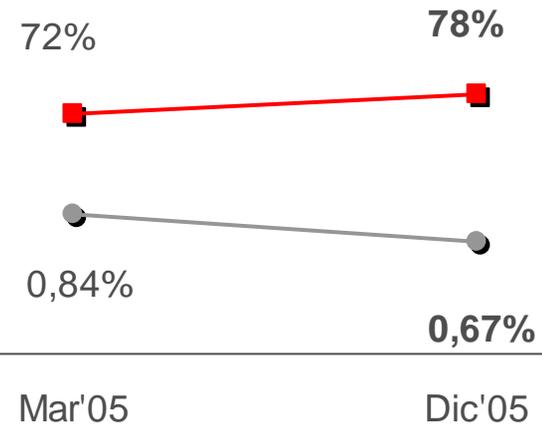
Abbey. Spreads y morosidad (%)

Spreads Banca Comercial



● Créditos ▲ Débitos ■ Total

Morosidad y cobertura



● Morosidad ■ Cobertura

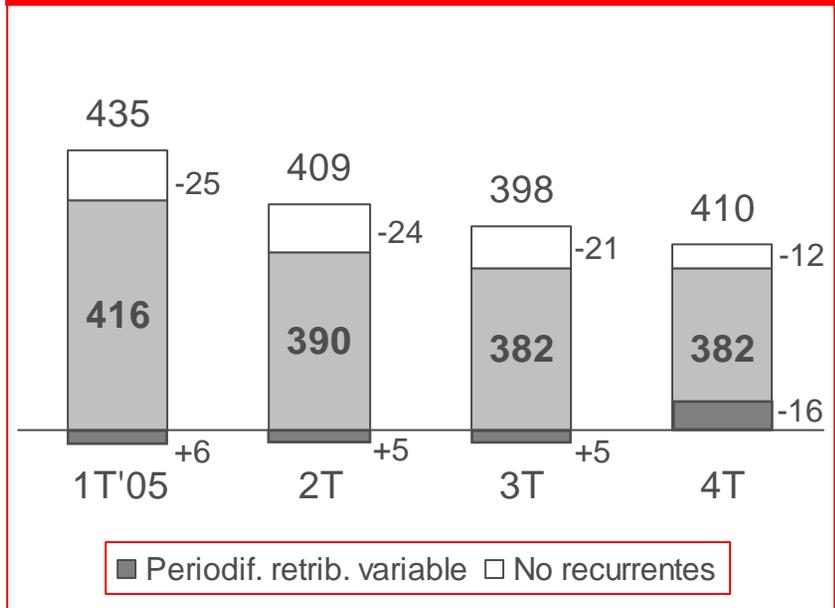
Abbey en 2005. Conciliación de costes España / UK

Mill. £

Conciliación costes 2005

Costes recurrentes PFS (UK)	1.526
■ PBU	37
■ Non trading ⁽¹⁾	232
■ De reestructuración (España) ⁽²⁾	-150
■ Ajustes consolidación	7
Costes España	1.652
■ De los que no recurrentes ^{(1) - (2)}	-82
Costes recurrentes España	1.570

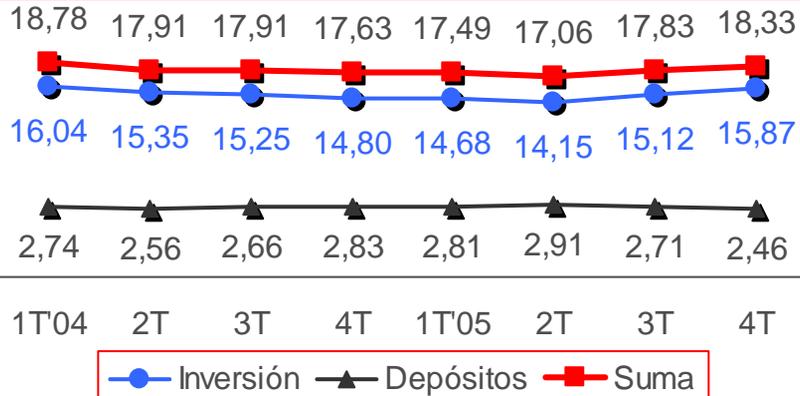
Costes*: £1.652 (recurrentes: 1.570)



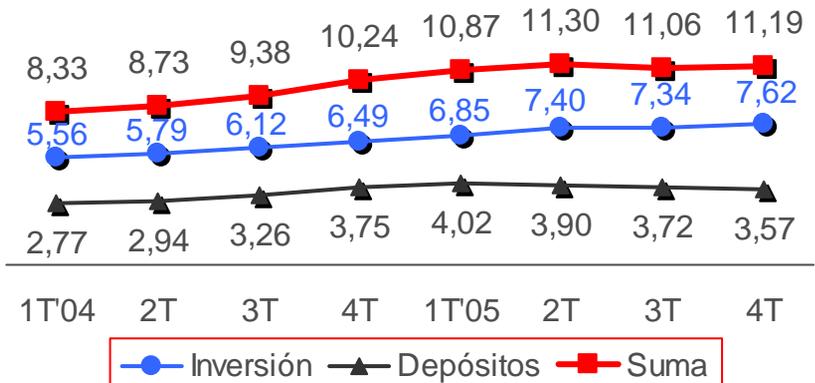
(*) Costes de explotación: gastos de personal + generales + amortizaciones. Incluye el BAI de las antiguas áreas mayoristas, básicamente Portebrook.

Spreads principales países Iberoamérica (%)

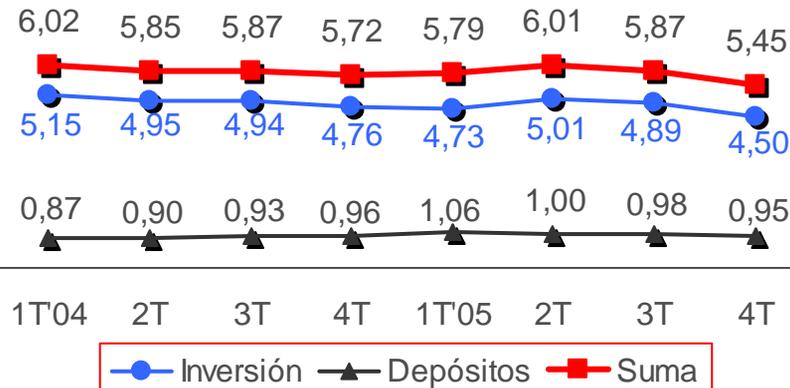
Banca Comercial Brasil



Banca Comercial México



Banca Comercial Chile



Relaciones con Inversores y Analistas

Ciudad Grupo Santander
Edificio Pereda, 1ª planta
Avda de Cantabria, s/n
28660 Boadilla del Monte, Madrid (España)
Teléfonos: 91 259 65 14 - 91 259 65 20
Fax: 91 257 02 45
e-mail: investor@gruposantander.com
www.gruposantander.com

