

Clientes

La visión de Banco Santander es convertirse en el mejor banco comercial, construyendo relaciones de confianza a largo plazo con sus clientes, actuando de forma sencilla, personal y justa.



Sucursal de Banco Santander en Málaga (España)

133
millones de
clientes en
el Grupo

108
millones de clientes
de banca comercial*

3
millones de
clientes Select

* Excluido clientes de
financiación al consumo.

La oferta de valor de Banco Santander responde a las demandas de los distintos perfiles de los clientes, con el objetivo de que cada día estén más vinculados, usen más los **canales digitales** y se encuentren más satisfechos con el servicio que les presta el Banco.

La mejora continua de la oferta multicanal, con nuevas aplicaciones digitales, productos innovadores y acertadas estrategias comerciales, ha permitido que el número de clientes vinculados y digitales aumente notablemente en 2017.

Además, la apuesta de Banco Santander por la digitalización y la excelencia operativa ha permitido que los costes crezcan menos que los ingresos.

En 2017, el crédito y, en especial, la financiación a las familias y a las empresas ha crecido en ocho de los 10 principales mercados del Grupo.

■ CLIENTES DEL GRUPO*

Millones

España	12,7
Portugal	4,7
Reino Unido	25,4
Polonia	4,4
SCF	19,9
Resto Europa	0,1
Total Europa	67,2
Brasil	38,1
México	15,1
Chile	3,5
Argentina	3,6
Resto Latinoamérica	0,8
Total Latinoamérica	61,1
Estados Unidos	5,0
TOTAL CLIENTES	133,3

CLIENTES CON SANTANDER COMO PRIMER BANCO

► Logros 2017

El número de clientes vinculados creció un 13% en 2017, hasta los

17,3
millones

► Objetivos 2018

Crecer un 8%, hasta alcanzar los

18,6
millones

CLIENTES DIGITALES

► Logros 2017

El número de clientes digitales creció un 21% en 2017, hasta alcanzar los

25,4
millones

► Objetivos 2018

Crecer en un 18%, hasta alcanzar los

30
millones

* Cifras correspondientes a clientes totales, entendidos como cualquier persona titular de al menos un producto o servicio con contrato vigente. De los países de Europa que se detallan, salvo en Reino Unido, los clientes de Santander Consumer Finance se incluyen dentro de 'Resto Europa'. Canadá se incluye en 'Resto Latinoamérica'.

Sencillo, Personal y Justo: productos y servicios

Adaptada a las necesidades de cada cliente

- ▶ **Mundo 1|2|3.** La propuesta de valor para clientes particulares. Con este modelo de relación comercial, los clientes obtienen remuneraciones por los saldos en cuenta y bonificaciones en sus recibos y compras, entre otras ventajas.
- ▶ **Santander Wealth Management.** Una nueva división global que integra los negocios de banca privada y gestión de activos, con el objetivo de dar un mejor servicio a los clientes de banca privada del Grupo e impulsar el crecimiento del negocio de gestión en sus mercados principales.

SANTANDER PYMES

Una solución global para ser los socios en el **crecimiento de las pymes**, adaptada a las características de cada mercado en el que estamos presentes. Este modelo, que funciona en todo el Grupo, cuenta con una potente oferta financiera y otras soluciones para impulsar la internacionalización, formación, empleo y **digitalización** de las pymes, de cara a convertirnos en su banco preferido.

Innovadora y digital

- ▶ El Banco avanzó en su **transformación digital** en 2017 con distintas iniciativas y proyectos, con el objetivo de mejorar la experiencia y satisfacción de nuestros 133 millones de clientes. Con cuatro focos de innovación: *Blockchain* | Datos | Pagos | APIs y servicios. Algunos avances destacados en 2017:
- ▶ **Superdigital en Brasil.** Plataforma que permite abrir una cuenta de pago digital con la que poder operar en cuestión de minutos, sin necesidad de tener cuenta bancaria.
- ▶ **Openbank en España.** Primer banco español totalmente digital. Ofrece a los clientes una completa cartera de productos y servicios a través de una web y una aplicación móvil.

SANTANDER CASH NEXUS

Una plataforma ágil de *cash management* global, centrada en la conectividad entre los países en los que opera Santander, y que combina las capacidades locales existentes en cada país con servicios globales. La solución conecta ya a 15 países en los que el Grupo está presente.



15
países del Grupo
conectados

Multicanal

- ▶ El Banco está transformando su modelo comercial para ofrecer mayor disponibilidad y cercanía a través de los canales digitales, pero sin olvidar la atención y el trato personal que siempre ha caracterizado a Santander. **La digitalización de los servicios financieros es una prioridad estratégica**, dadas las demandas y expectativas del consumidor.



11.920 (-3%)
oficinas



15,8 (+51%)
MILLONES
de usuarios de
banca móvil



17,6 (+10%)
MILLONES de usuarios
de banca por Internet

* El número total de oficinas incluyendo Banco Popular es de 13.697.

NUEVO CONCEPTO DE OFICINA BANCARIA



Nuestras **nuevas oficinas** están transformando la experiencia del cliente en casi 1.000 localidades. Destaca la iniciativa *WorkCafé* en Chile, *Smart Red* en España y la nueva oficina digital en Argentina.

Además, en su rediseño Santander está teniendo en cuenta criterios de accesibilidad con el objetivo de ser un banco para todos.



**Reconocimientos
Grupo Santander
en 2017**



The Banker

- ▶ Banco del Año Global
- ▶ Banco del Año en América Latina
- ▶ Banco del Año en Brasil, España, Chile y Portugal



Euromoney

- ▶ Mejor Banco del Mundo para las Pymes
- ▶ Mejor Banco en América Latina
- ▶ Mejor Banco en Brasil, Polonia, Chile, Puerto Rico y Portugal

Productos y servicios con valor social y/o ambiental añadido

INCLUSIÓN FINANCIERA:

Santander promueve la inclusión financiera con el fin de apoyar el progreso social y económico de los países donde opera

Servicios a estudiantes

Santander, en su relación con la comunidad universitaria, además de favorecer el **acceso a una educación de calidad**, contribuye también a fomentar que los estudiantes puedan **acceder a servicios financieros básicos**.

Para ello, el Banco desarrolla productos y servicios especiales para universitarios, principalmente **cuentas y tarjetas**, a los que los estudiantes pueden acceder sin necesidad de cumplir requisitos financieros. Asimismo, Santander también ofrece a los estudiantes líneas de financiación a bajo coste para el pago de matrículas, libros, transporte y alojamiento, entre otros.



Más información acerca del Programa Tuiio
<http://tuiuio.com.mx/>

Tuiio, nuevo programa de inclusión financiera de Santander México

Microcréditos: acceso al crédito de los colectivos más desfavorecidos

Banco Santander impulsa diversos programas de microfinanzas con el objetivo de ayudar a **familias de rentas bajas** a realizar actividades empresariales sostenibles que apoyen su **inclusión social y financiera** y mejoren su nivel de vida y el de su entorno.

Con foco en Latinoamérica, el Banco ofrece estas líneas de microcréditos en Brasil, México y Argentina. Además, Santander también participa en el capital social de la microfinanciera Enlace S.A. en El Salvador.

150 millones
de euros en crédito
vivo a cierre de 2017

254.921
microemprendedores
apoyados en 2017

FINANZAS DE TÚ A TÚ

tuiuio
FINANZAS DE TÚ A TÚ

Santander México lanzó en octubre de 2017 *Tuiio*, un programa de inclusión financiera para personas de bajos ingresos cuyo objetivo es tener un impacto social a través de una oferta de micropréstamos competitiva e integral

El objetivo es apoyar a
280.000
microemprendedores en cuatro años

PROSPERA

Santander Brasil impulsa el **crecimiento de pequeños negocios** que permiten a las personas más desfavorecidas y con menor nivel de vida salir de la pobreza

70%
microcréditos
concedido a mujeres

Otras iniciativas locales que promueven la inclusión financiera

En México, Santander ofrece la posibilidad de realizar transacciones básicas a través de más de 19.000 terminales de comercios como Oxxo, 7 Eleven y otros.

En España, el Banco dispone de 624 sucursales y 614 agentes colaboradores en regiones de baja densidad de población.

En Brasil y Argentina, Santander cuenta con sucursales en comunidades de bajos recursos.

En EE.UU., Santander anunció en 2017 un nuevo plan de inclusión en comunidades, con el compromiso de invertir 11.000 millones de dólares en los próximos cinco años, de los que 9.100 serán préstamos a comunidades de baja renta.

CLIMATE FINANCE: Financiación de la transición hacia una economía baja en carbono y un futuro más sostenible

Financiación de energías renovables y eficiencia energética

► **Project Finance.** El Grupo participó en 2017 en la financiación de nuevos proyectos de **energías renovables** en Alemania, Brasil, Estados Unidos, México y Reino Unido, que alcanzan una potencia total instalada de 3.390 MW (megavatios).



269 MW
Alemania



1.420 MW
Brasil



1.106 MW
Estados Unidos



424 MW
México



171 MW
Reino Unido

► **Líneas de financiación con entidades multilaterales.** En 2017 se firmaron nuevas líneas de financiación con el BEI, EBRD e IFC* por un importe total de 300 millones de euros en España y Polonia para proyectos de **eficiencia energética y energías renovables**.

* BEI: Banco Europeo de Inversiones. EBRD: Banco Europeo para la Reconstrucción y el Desarrollo. IFC: Corporación Financiera Internacional.

Financiación de vehículos de bajas emisiones de CO₂, eléctricos e híbridos

► En España, el Banco cuenta con una flota viva de financiación de 21.111 vehículos de estas características. Durante 2017 se realizaron 6.325 operaciones.

Financiación de agricultura y ganadería sostenible

► El Banco fomenta en Brasil la adquisición de equipamiento y servicios con menor impacto ambiental a través de líneas específicas de crédito. Para dar a conocer estas líneas a los clientes, Santander Brasil elaboró una guía de buenas prácticas en el agronegocio. En 2017 se han concedido más de 74 millones de euros en estas líneas.

Fondos ISR: Santander Asset Management cuenta con diversos fondos de inversión socialmente responsables

► **Santander Asset Management** ha gestionado cuatro **fondos de inversión socialmente responsables**, tres en España (*Inveractivo Confianza FI*, *Santander Responsabilidad Conservador FI* y *Santander Solidario Dividendo Europa FI*) y uno en Brasil (*Fundo Ethical*). Estos fondos aplican criterios socialmente responsables para la inversión, incluyendo compromisos en relación a los derechos humanos, laborales, sociales y de respeto al medio ambiente.

En España, en 2018 el Banco ha lanzado dos nuevos fondos mixtos bajo la gama *Santander Sostenible*, para responder a la demanda creciente de inversión responsable y sostenible con el objetivo de convertirse en una referencia en este ámbito.

FINANCIACIÓN DE RENOVABLES



En 2017, Santander ha participado en la financiación de proyectos de energía renovables, con una capacidad de generación equivalente al consumo de

3,6
millones de hogares*

EMISIÓN DEL PRIMER BONO VERDE EN POLONIA



En 2017, Bank Zachodni WBK firmó con IFC una financiación bilateral subordinada de 136 millones de euros, en formato de bono verde con vencimiento de 10 años, para la financiación de proyectos de eficiencia energética y energías renovables, así como para proyectos destinados a mejorar la gestión de recursos naturales y de residuos en Polonia.

GESTIÓN CON CRITERIOS PRI



En 2017 el patrimonio gestionado por las gestoras del Santander según PRI (Principios de Inversión Socialmente responsables de Naciones Unidas) ascendió a 72.365 millones de euros, equivalente al 41% del total del patrimonio gestionado.

*Equivalencia calculada a partir de la participación del Banco en la financiación de energías renovables. Se han utilizado los datos de electricidad media consumida en los hogares de los países en los que se han financiado proyectos de energía renovable publicados por el *World Energy Council* (2014).

Comercialización de productos y servicios y protección del consumidor

La función de gobierno de productos y protección al consumidor, ubicada como parte de **cumplimiento y conducta**, es la que se encarga de definir los elementos esenciales para una adecuada gestión y control de la comercialización y protección al consumidor. Para ello, además de los órganos estatutarios establecidos, el Grupo cuenta con un **comité de comercialización**, que tiene como objetivo prevenir la inadecuada comercialización de productos y servicios y asegurar la protección de los consumidores a través de la validación de nuevos productos y servicios. Existe asimismo el **comité de seguimiento y protección al consumidor**, que supervisa la evolución de los productos y servicios comercializados, asegurando que en todo el ciclo de vida atienden a las necesidades del cliente y a la protección de sus derechos.

Política corporativa de protección al consumidor

La función de protección al consumidor colabora en promover en Grupo Santander una adecuada cultura, fomentando la transparencia y un enfoque Sencillo, Personal y Justo hacia los clientes para proteger sus derechos.

Entre estos principios o derechos, guardan especial relevancia la **educación financiera**, cuyo objetivo es impulsar el conocimiento financiero, enseñar a utilizar los servicios bancarios de manera efectiva y generar mayor confianza y seguridad en el uso de los mismos. Con el fin de ordenar esta actividad y asegurar unos principios de conducta homogéneos a todas las iniciativas de educación financiera, se han diseñado unas directrices de buenas prácticas aplicables a todas estas, alineadas con los criterios internacionales de supervisores/ reguladores.

En 2017 Banco Santander ha aprobado e implantado una nueva política corporativa de protección al consumidor, con el fin de fijar los criterios específicos para la identificación, ordenamiento y ejercicio de los principios de protección a los consumidores en su relación con el Grupo, así como establecer los criterios concretos para el control y la supervisión de su cumplimiento. Para ello, se están definiendo unos indicadores basados en la voz de cliente, que consoliden tanto mediciones basadas en las encuestas de satisfacción como en las reclamaciones e incidencias que se reciben de los clientes a fin de contribuir a la mejora de la experiencia de cliente.











Ciberseguridad

- ▶ En 2017 Banco Santander ha continuado impulsando medidas contra el **ciberriesgo, la seguridad de la información y el fraude** dentro de la operativa habitual de los clientes.
- ▶ En lo que a planes de ciberseguridad y seguridad de la información se refiere, destaca el desarrollo de un **nuevo marco de ciberseguridad y un nuevo modelo de supervisión de ciberriesgos**, así como diferentes políticas relacionadas con la materia. Igualmente, se ha definido una nueva estructura organizativa y se ha reforzado el gobierno del Grupo para la gestión y el control de este riesgo. Además, se han establecido comités específicos y se han incorporado métricas de ciberseguridad que se monitorizan y reportan tanto a nivel local como global.

▶ Más información sobre ciberseguridad en páginas 264-273 del informe de gestión de riesgos 2017.



Derechos del consumidor financiero

 Trato justo y respetuoso	 Gestión de reclamaciones	 Consideración de circunstancias especiales de clientes y prevención de sobreendeudamiento	 Diseño de productos y servicios con visión cliente	 Protección de datos
 Precios responsables	 Educación financiera	 Transparencia en la comunicación	 Salvaguarda de activos	 Innovación responsable

■ Excelencia operativa y satisfacción del cliente

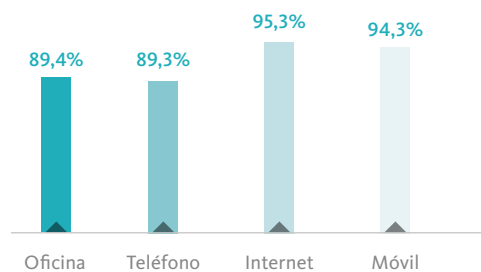
Santander tiene como objetivo situarse en 2018 en el top 3 de las entidades financieras con mayor satisfacción de clientes en los países en los que está presente*. Para ello, cuenta con diferentes iniciativas para medir y monitorizar la satisfacción del cliente.

Cada año se realizan más de un millón de encuestas y se continúa trabajando para incorporar la opinión de más clientes y en más momentos de su relación con el Banco. Además, se ha incluido la satisfacción de los clientes como métrica en los sistemas de retribución variable de la mayoría de los empleados del Grupo.

*Excepto en EE.UU., donde se situará cerca de sus competidores.

■ SATISFACCIÓN DE CLIENTES POR CANALES

% clientes particulares activos satisfechos



▶ Objetivos 2018

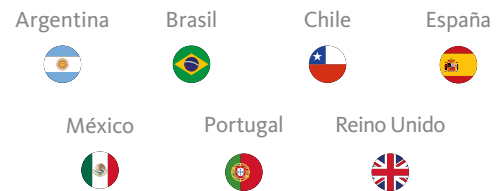
estar en el top 3 de satisfacción de clientes en todos los mercados*



▶ Logros 2017

Este año el Grupo está en el top 3 de satisfacción de clientes en siete países

7 países en el top 3



■ Gestión de reclamaciones

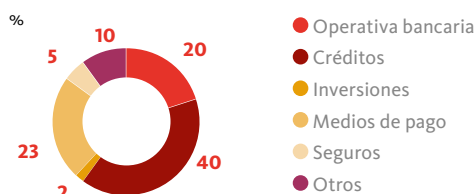
En todos los países donde está presente, Santander cuenta con equipos especializados en la gestión de las quejas y reclamaciones, con el objetivo de tratarlas adecuadamente –en línea con las políticas del Grupo y cumpliendo los requerimientos regulatorios locales y sectoriales– así como proporcionar el mejor servicio posible a los clientes.

En este sentido, en los últimos años se han reforzado los análisis con aplicación de metodologías, reporte y gobierno específicos para que en todas las unidades donde Santander opera se analicen de forma permanente los datos sobre reclamaciones, con objeto de identificar incidencias o problemas recurrentes o sistémicos para corregir sus causas originarias.

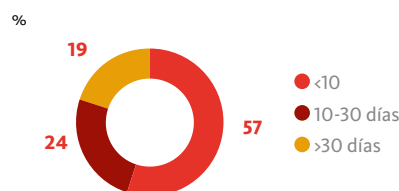
Mejores prácticas Santander Chile

▶ Un ejemplo en la evolución, tratamiento y mejora en la gestión de reclamaciones y problemática de clientes es Chile, donde Banco Santander ha implantado 12 mesas de análisis causa raíz lideradas por el propio negocio y en colaboración con las distintas áreas del Banco, alcanzando un total de 116 participantes, para la búsqueda de soluciones creativas evitando la reincidencia de las causas que motivaron la insatisfacción de los clientes. En todo el proyecto se definieron 157 iniciativas, de las que se han implementado 100 (34 tecnológicas, 29 de mejoras en procesos y protocolos, 10 operativas en el servicio de atención al cliente, 16 informativas a clientes y 11 formaciones al personal del Banco).

■ TIPOLOGÍA DE RECLAMACIONES



■ TIEMPO MEDIO DE RESOLUCIÓN



■ RESOLUCIÓN

