

## **Santander lanza el cambio de marca en Brasil**

- **El Presidente de Banco Santander, Emilio Botín, asegura en el acto de presentación del cambio de Banco Real a la marca Santander que “estamos en camino de superar los objetivos que nos marcamos en el plan trianual”**
- **“Nuestra estrategia en Brasil es clara y transparente: crecimiento, crecimiento y crecimiento, siempre de forma sostenible”**
- **Antes de finales de año, los clientes de Santander y de Banco Real podrán utilizar indistintamente cualquiera de los canales de atención de ambos bancos para realizar la mayoría de las operaciones**

**Madrid, 4 de noviembre de 2010.** El presidente de Banco Santander, Emilio Botín, presentó hoy en São Paulo el proceso de cambio de las sucursales y los canales de atención de Banco Real a la marca Santander en un acto en el que confirmó las metas de crecimiento en Brasil y adelantó que “estamos en el camino de superar los objetivos que nos marcamos en el plan estratégico trianual”, un paso decisivo en la aspiración de Santander de convertirse en el mejor banco privado del país. “Juntos -señaló- podemos crecer más que nuestros competidores, tener el mayor índice de satisfacción entre nuestros clientes, ampliar nuestra infraestructura y abrir 600 oficinas hasta 2013, y estar entre las mejores empresas para trabajar”.

La unificación de las marcas, que supondrá que antes de fin de año haya una sola identidad visual para todas las sucursales, comunicaciones y canales de relación con los clientes, consolida la integración iniciada a finales de 2008. Los clientes de Santander y Banco Real podrán utilizar indistintamente cualquiera de los canales de atención de ambos bancos para realizar la mayoría de las operaciones bancarias. Para el presidente de Banco Santander, con la unificación de marcas, uno de los hitos más importantes del Plan estratégico presentado en 2008, “todos saldrán ganando”, en referencia a los 24 millones de clientes, los más de 50.000 empleados y los 210.000 accionistas del banco en Brasil.

Emilio Botín, que presentó el cambio de marca acompañado por Fabio Barbosa, máximo responsable de Santander en Brasil y los directores generales del banco, Marcial Portela y Juan Manuel Cendoya, recordó el peso creciente de Brasil en los resultados del grupo (un 25%) y destacó que “2010 marca un punto de inflexión en nuestra historia, porque es el año en el que Brasil se convierte en el país más importante para el grupo”.

“Hoy es un día muy importante en el que Banco Santander refuerza su apuesta por Brasil” y su compromiso de “seguir acompañando el crecimiento del país, generando valor y confianza para clientes, empleados y accionistas”, señaló Botín, para quien “la estrategia en Brasil es



clara y transparente: crecimiento, crecimiento y crecimiento, siempre de una forma sostenible”.

Botín relató la historia de Banco Santander en Brasil desde 1982, año en el que se abrió la primera oficina de representación en São Paulo. Tras la adquisición del Banco Geral do Comercio en 1997 y otras adquisiciones, el grupo fue ampliando su presencia en banca comercial, hasta la compra de Banespa en 2000, el paso clave para afianzar la vocación de permanencia. Siete años después, la compra de Banco Real en la operación con el banco holandés ABN Amro, representó uno de los saltos estratégicos de mayor calado en la historia del banco en Latinoamérica. “Hoy, gracias a la unión de Santander y Real, somos el tercer banco privado de Brasil”, resumió Botín.

El presidente de Santander, que se mostró “encantado de nuestra inversión en un país sólido, estable y con un sistema financiero ejemplar”, cifró en 27.100 millones de dólares la inversión del grupo en la economía brasileña en los últimos diez años y destacó las fortalezas del país, “que ha dado una lección al mundo durante la crisis financiera”. Entre estas fortalezas, destacó su “estabilidad macroeconómica, un marco institucional sólido y moderno y su estabilidad social, llevando el desarrollo económico cada vez a más segmentos de la población”.

Fabio Barbosa, presidente de Santander Brasil, señaló: “Este es un momento histórico para nosotros. La creación de una nueva cultura que reúne la innovación de un banco y la sostenibilidad del otro, nos ayuda a ser más fuertes ahora de lo que eran la suma de las dos partes hace dos años”.

El cambio de marca en Brasil está en línea con la política del grupo de operar con la imagen de marca Santander en todos los mercados en los que está presente. La transición más reciente ha sido en Reino Unido, donde desde el pasado enero se han empezado a integrar los negocios de las tres redes comerciales bajo la misma marca Santander.

## **Principales pasos hacia la integración**

- **Marzo de 2009:** integración de sistemas que permite que los clientes de ambos bancos, incluidas las empresas, puedan hacer sus principales operaciones en ambas redes. Se crea así una de las mayores redes de atención al cliente del país, con 6.500 puntos de atención y 18.000 cajeros automáticos propios.
- **Abril de 2009:** Incorporación jurídica de Banco Real a Banco Santander. Los dos bancos pasan a ser jurídicamente la misma empresa.
- **Agosto de 2009:** lanzamiento de *Santander Master* y de *Real Master*, los dos productos más éxito de cada banco. Ambos ofrecen 10 días de descubierito gratis – seguidos o alternos– y reducen a la mitad los intereses que se venían pagando hasta ahora por los descubiertos.
- **Octubre de 2009:** oferta inicial de acciones (IPO), la mayor operación realizada en el año, con una captación de R\$ 14.000 millones.
- **Diciembre de 2009:** lanzamiento del Servicio Van Gogh para los clientes de alta renta del Santander.
- **Enero de 2010:** migración de 4,3 millones de tarjetas de crédito de Banco Real a la nueva plataforma de tarjetas de Santander, la mayor transferencia de base de datos de tarjetas hecha por Santander en todo mundo y también la mayor realizada en el país.
- **2010 a 2012: inversión en expansión de la red comercial,** con el objetivo de abrir 600 sucursales hasta 2013.

## Anexo

### Cronología de Santander en Brasil

Banco Santander está presente en Brasil desde el año 1982, con la apertura de la primera oficina de representación en São Paulo. En 1997, Santander anunció la adquisición de Banco Geral do Comércio, iniciando un proceso de fuerte crecimiento en el país. Un año después, en 1998, compró Banco Noroeste.

El año 2000 fue uno de los más importantes de la historia de Santander en Brasil, con dos grandes operaciones. En enero, la compra del Conglomerado Meridional, formado por los bancos Meridional y Bozano Simonsen, y, en noviembre, la adquisición del Banco do Estado de São Paulo S.A. (Banespa).

Siete años después, Santander participó en la mayor operación del sistema financiero mundial, la compra del banco holandés ABN Amro por el consorcio por Santander, Fortis y Royal Bank of Scotland. En esta operación, Banco Santander adquirió el italiano Antonveneta (vendido meses después) y Banco Real. La adquisición de Real representa un salto estratégico en el negocio de Santander en América Latina. En la actualidad Brasil representa el 25% de los resultados del Grupo.

Antes de la adquisición por Santander, Banco Real también vivió una historia de fusiones. Creado en 1925 como una cooperativa bancaria denominado Banco de Minas, adquirió otras instituciones financieras del país entre 1934 y 1971. En 1973, dos años después de trasladar su sede a São Paulo, pasó a adoptar el nombre de Banco Real. En 1998, fue adquirido por ABN AMRO Bank, dando origen a ABN Amro Real. Más tarde, el banco se hizo con Bandepe (1998), Paraiban (2001) y Sudameris (2003).

