

Banco Santander Chile:

***Nueva estrategia de clientes está resultando en
una mejor dinámica comercial***

Junio 2015

Chile



Información importante

Banco Santander Chile (“Santander”) advierte que esta presentación puede contener manifestaciones sobre previsiones y estimaciones dentro de la definición del “U.S. Private Securities Litigation Reform Act of 1995”. Dichas previsiones y estimaciones aparecen en varios lugares de la presentación e incluyen, entre otras cosas, comentarios sobre el desarrollo de negocios y rentabilidades futuras. Estas previsiones y estimaciones representan nuestros juicios actuales sobre expectativas futuras de negocios, pero puede que determinados riesgos, incertidumbres y otros factores relevantes ocasionen que los resultados sean materialmente diferentes de 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 (la “SEC”), podrían afectar adversamente a nuestro negocio y al comportamiento y resultados descritos. Otros factores desconocidos o imprevisibles pueden hacer que los resultados difieran materialmente de aquellos descritos en las previsiones y estimaciones.

La información contenida en esta presentación está sujeta y debe leerse junto con toda la información pública disponible, incluyendo cuando sea relevante documentos que emita Santander que contengan información más completa. Cualquier persona que adquiera valores debe realizarlo sobre la base de su propio juicio de los méritos y conveniencia de los valores después de haber recibido el asesoramiento profesional o de otra índole que considere necesario o adecuado. No se debe realizar ningún tipo de actividad inversora sobre la base de la información contenida en esta presentación.

Al poner a su disposición esta presentación, Santander no está efectuando ningún asesoramiento, 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 llevará a cabo ninguna oferta de valores en EE.UU. a no ser que se obtenga el registro de tal oferta bajo la “U.S. Securities Act of 1933” o la correspondiente exención.

Nada de lo contenido en esta presentación puede interpretarse como una invitación a realizar actividades inversoras bajo los propósitos de la prohibición de promociones financieras contenida en la “U.K. Financial Services and Markets Act 2000”.

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: La información de resultados contenida en esta presentación está elaborada según la normativa y criterios contables españoles de manera homogénea para todas las filiales del Grupo Santander por lo que puede diferir de la publicada por Banco Santander Chile a nivel local.

Agenda

- **Reorientación de la estrategia de Santander Chile para impulsar crecimiento rentable...**
- **... permite mejorar dinámica comercial y resultados recurrentes**
- **... y sustenta buenas perspectivas a mediano plazo del Banco**

Santander Chile: la franquicia líder en el país

Cifras a marzo 2015¹

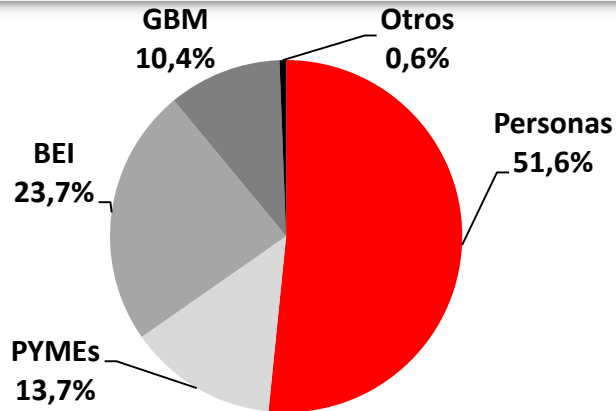


Ítem	Monto	Cuota ¹	Ranking
Préstamos	US\$37,7bn	19,3%	1
Préstamos a individuos	US\$19,6bn	22,2%	1
Consumo	US\$6,3bn	24,5% ²	1
Vivienda	US\$10,9bn	21,1%	1
Empresas	US\$20,4bn	17,4%	2
Depósitos	US\$ 28,3bn	17,7%	2
Vistas	US\$10,3bn	21,6%	2
Patrimonio	US\$4,3bn	18,2%	1
Utilidad neta	US\$ 158mm	21,3%	2
Clientes	3.6mn		1
Cuentas corrientes		22,7%	1
Tarjetas bancarias		27,4%	1
Oficinas	475	20,0%	1
Cajeros automáticos	1,646	20,4%	2
Empleados	11,469	17,9%	2

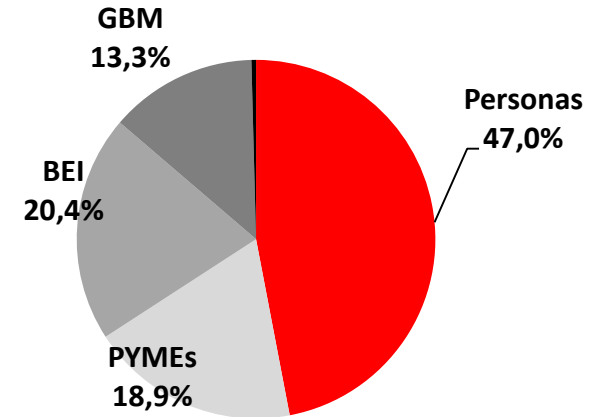
1. O última cifra disponible. Excluye Corpbanca Colombia. Fuente: Superintendencia de Bancos de Chile

Un banco de clientes, bien diversificado

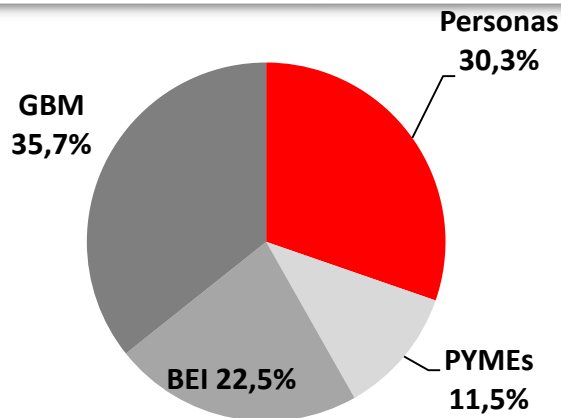
Créditos por segmento



Ingreso op. neto segmentos de negocio*



Depósitos por segmento



- Personas y PYMEs siguen siendo un negocio más de crédito, pero buen potencial en los negocios transaccionales
- BEI: perfilándose tanto en el negocio de crédito como el no-crediticio
- GBM: >80% de los ingresos no son relacionados al crédito

* Incluye: Margen financiero + comisiones + Tesorería de clientes menos provisiones

3 objetivos para crecer sanamente y con una alta rentabilidad

I. Crecimiento enfocado en los segmentos de mayor rentabilidad ajustada por riesgo...

II. ... mejorando la gestión de clientes y la calidad de servicio

III. ... y administrando el riesgo y capital conservadoramente

Transformación
Proyecto

Optimizando la
relación
Riesgo- Retorno



3 objetivos para crecer sanamente, con mayor rentabilidad

I. Crecimiento enfocado en los segmentos de mayor rentabilidad ajustada por riesgo...

II. ... mejorando la gestión de clientes y la calidad de servicio

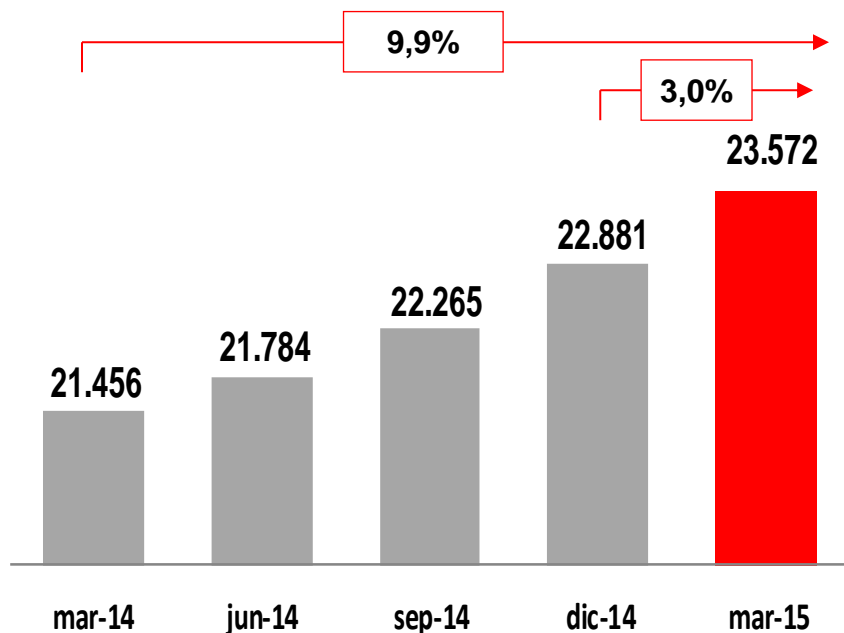
III. ... y administrando el riesgo y capital conservadoramente

- **Individuos:** Foco en segmentos medio-medio/altos. En segmentos masivos, crecimiento selectivo
- **Pymes:** Foco en Pymes más grandes, especialmente con ingresos más balanceados (prestamos y banca transaccional)
- **Banca Empresas:** Foco en negocio non-lending de valor agregado
- **GBM:** mantener foco en negocio de non-lending

Positivo crecimiento enfocado en segmentos menos riesgosos

Préstamos totales

\$ miles de millones



\$ miles de millones

	3M'15	YoY (%)	QoQ (%)
Personas¹	12.226	12,9%	2,1%
Hipotecas	6.842	17,1%	3,2%
Consumo	3.955	7,0%	0,9%
Pymes	3.253	-1,1%	1,1%
Empresas	5.608	9,6%	3,0%
Corporativa	2.456	13,2%	11,6%
Total²	23.572	9,9%	3,0%

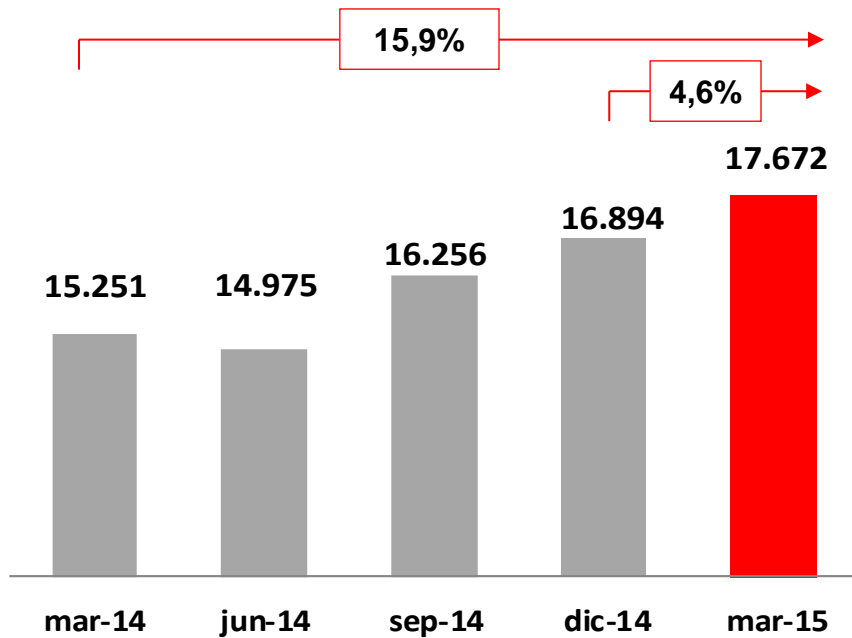
Mejora mix préstamos a personas: Rentas media-altas: +13,9% YoY

1. Incluye créditos de consumo, hipotecas y créditos comerciales otorgados a personas naturales. 2. Total incluye Otros préstamos no segmentados

Los depósitos totales crecen 15,9% YoY...

Depósitos totales

\$ miles de millones



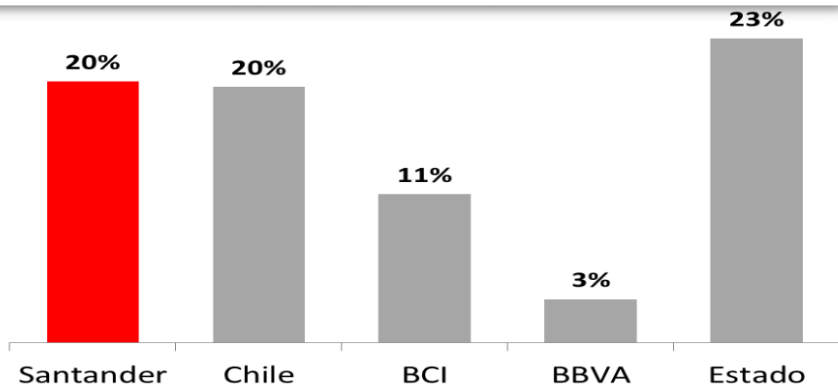
\$ miles de millones

	3M'15	YoY	QoQ
Fondos vista	6.441	14,8%	-0,6%
Depósitos a plazo	11.231	16,5%	7,8%
Total	17.672	15,9%	4,6%

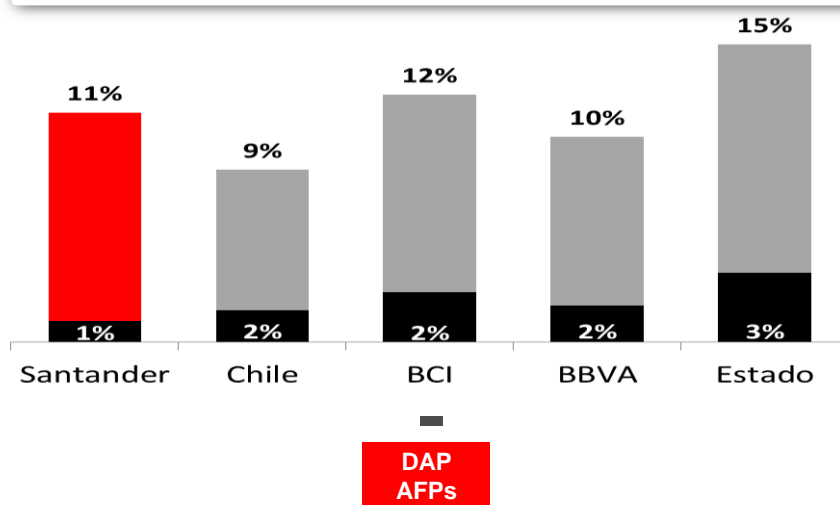
... con lo que se consolida nuestra cuota en depósitos core en 20,5%

Cifras a feb.2015¹

Cuota DAP "Core"¹



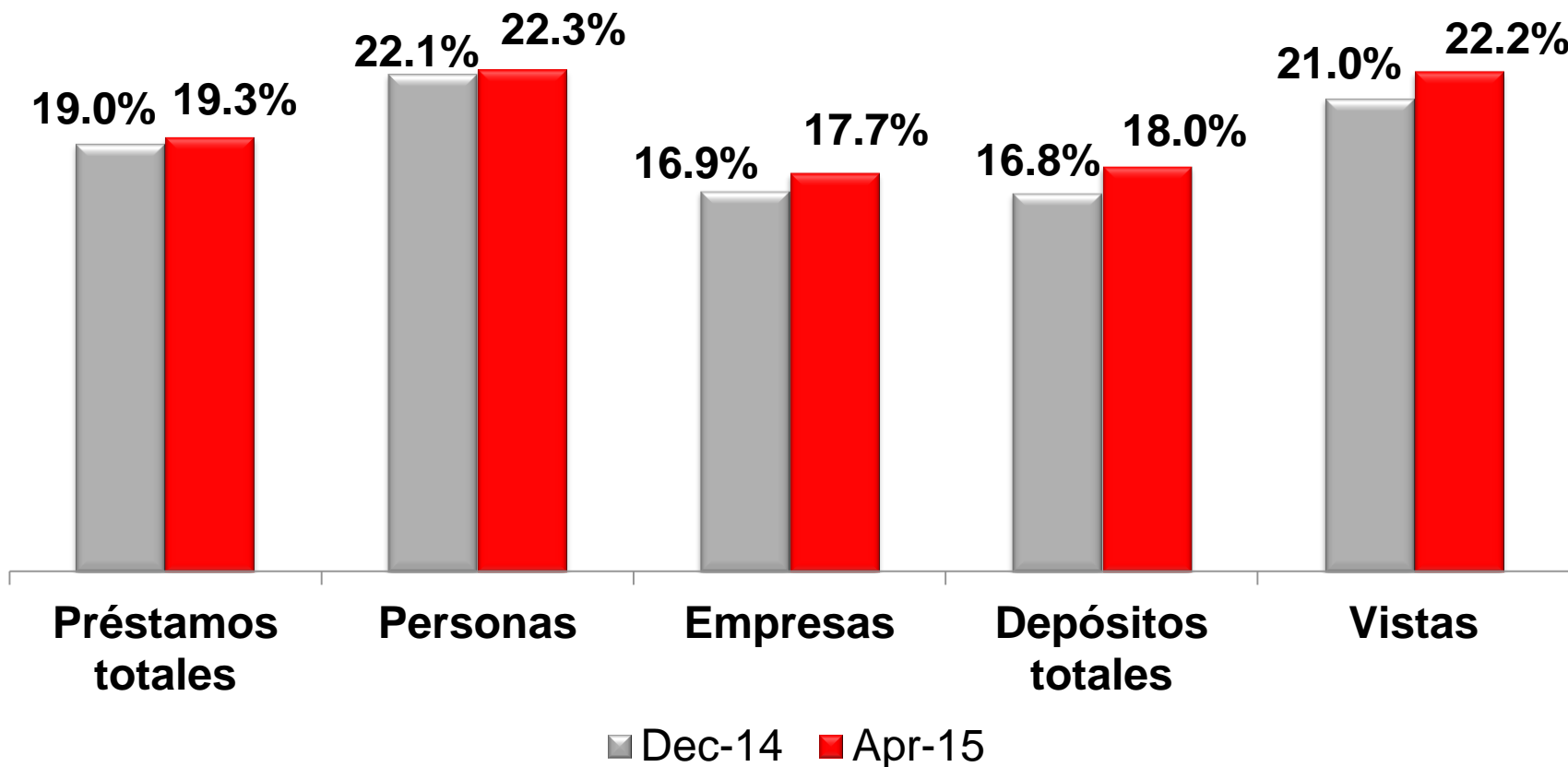
Cuota DAP "Institucionales"²



Depósitos Core² representan 72% del total de depósitos

1. Depósitos Core (def. Santander) : cuentas corrientes + depósitos a plazo no-Mayoristas. Depósitos a plazo Mayoristas incluyen depósitos: (i) bancos y otros instituciones financieras, (ii) grupos económicos con más de 1% de los depósitos a corto plazo, (iii) grupos económicos con depósitos representando más de 2,5% del capital core del banco y, (iv) cualquier otro cliente definido como Mayorista
2. Depósitos Institucionales: Depósitos a plazo en el DCV. Depósitos Core: Todos los vistos más los depósitos a plazo que no están en el DCV.

Ganando cuota en la mayoría de los productos



Fuente: Superintendencia de Bancos de Chile. Excluye Corpbanca Colombia

3 objetivos para crecer sanamente, con mayor rentabilidad

I. Crecimiento enfocado en los segmentos de mayor rentabilidad ajustada por riesgo...

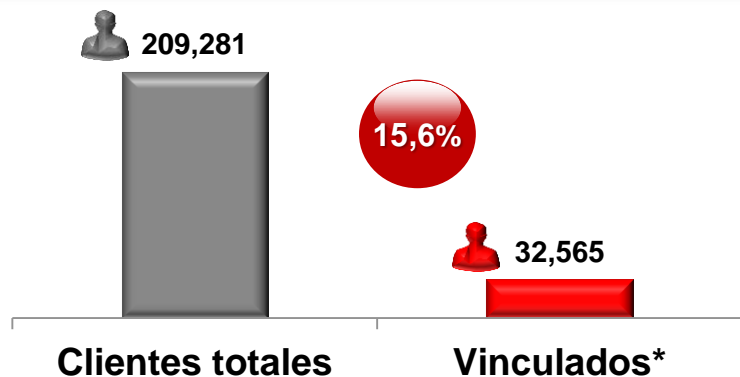
II. ... mejorando la gestión de clientes y la calidad de servicio

III. ... y administrando el riesgo y capital conservadoramente

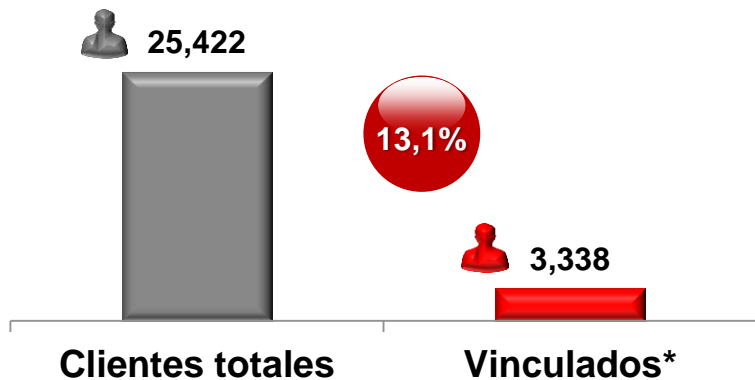
- Prioridad en aumentar la **vinculación** cuando se origina un cliente
- Fuerte impulso a aumentar el uso de productos y procesos que fomentan una mayor **transaccionalidad**
- Foco en **retener** a los clientes utilizando proceso tecnológicos más robustos
- Impulso a mejorar la **red de distribución** con una mayor multicanalidad, segmentación y auto atención

Alto potencial de crecimiento

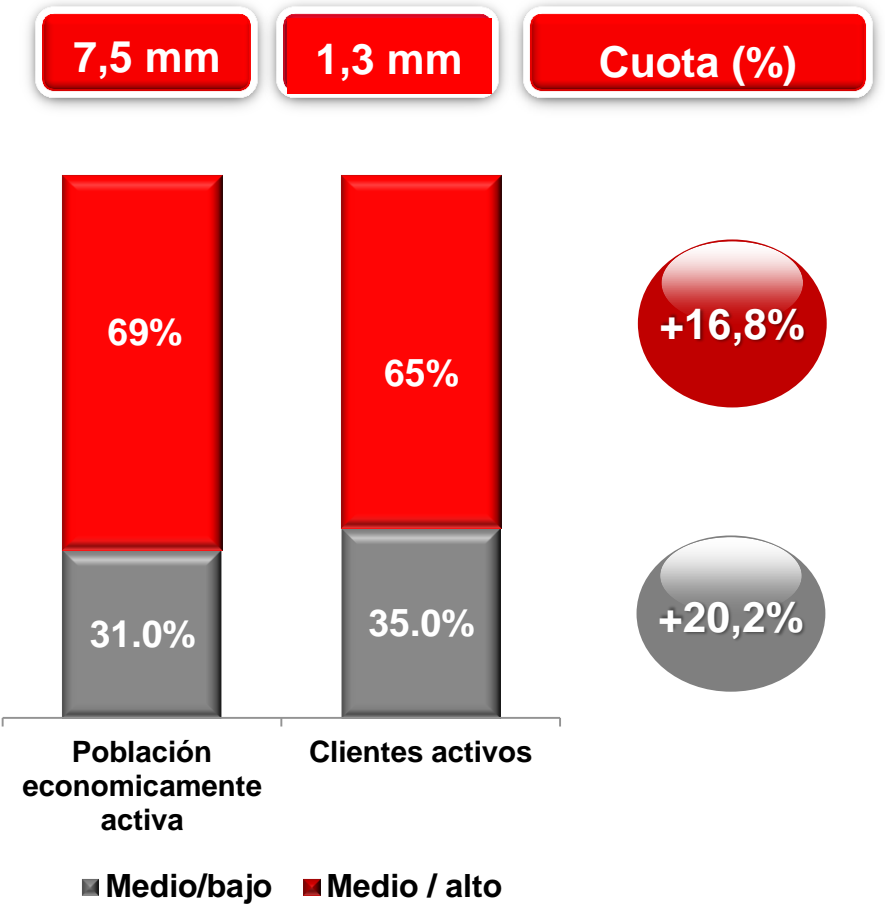
PYMEs: Clientes totales y vinculados¹



Empresas: Clientes totales y vinculados¹



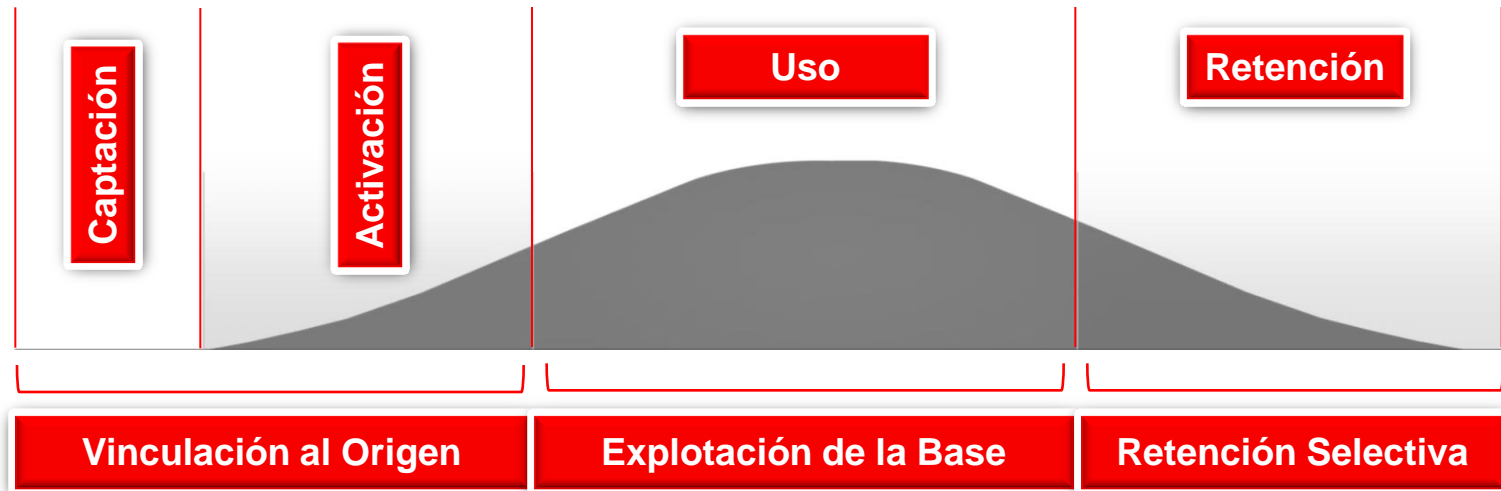
Cuota de clientes en segmentos medios a alto es inferior a nuestra cuota natural²



1. Vinculados en PYME y Empresas está basado en un sistema que depende del número de transacciones, número de productos y volumen de negocio. 2. Fuente: INE

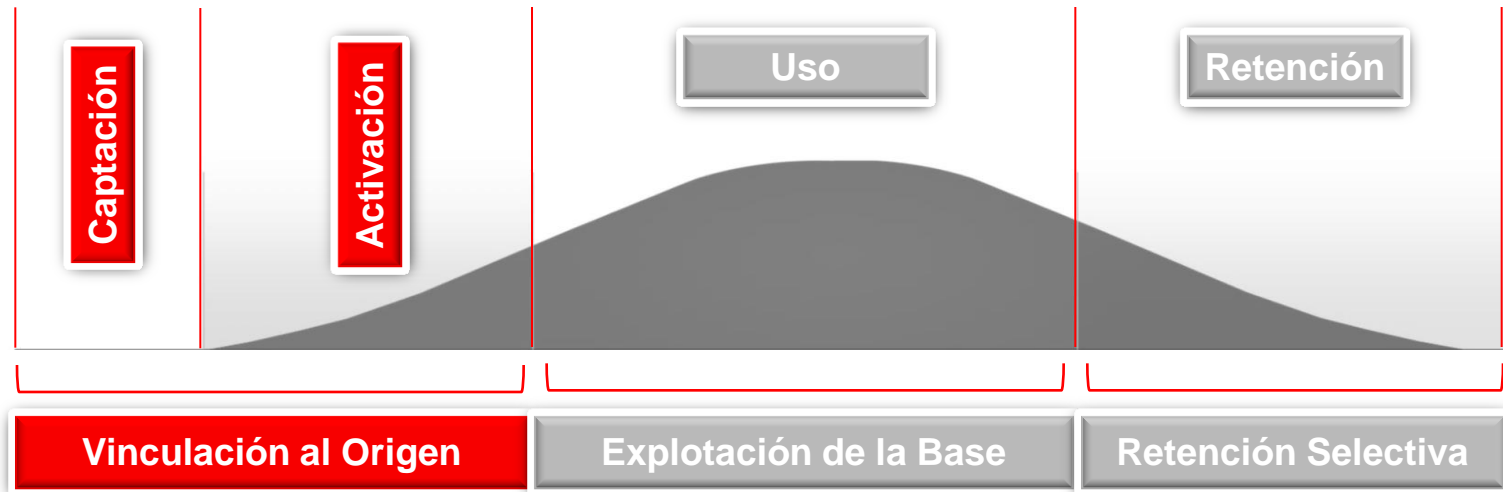
Dividimos el ciclo de vida de los clientes en 3 vertientes de actuación

Modelo de Gestión de Clientes



Primer foco: vinculación al origen

Modelo de Gestión de Clientes – Vinculación al origen



Foco al origen es la temprana activación de productos

Modelo de Gestión de Clientes - Vinculación al Origen

Nuevos Clientes

Planes / 4 Productos

+

Súper Clave

Apoyo del CRM

- Alertas tempranas y continuas de clientes que no han activado sus productos

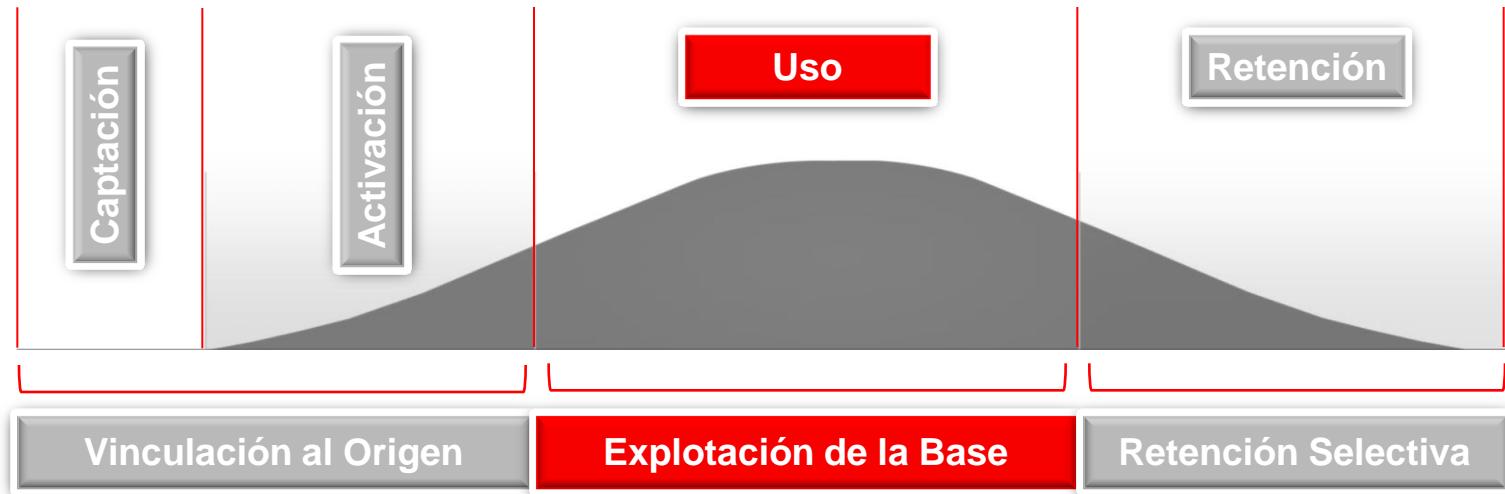
Activación Temprana

- Entrega de Kits
- Comunicación Dirigida
- Cupos Acordes
- Cruce Productos
- Llamada de Bienvenida (Vox Fidelización)

The screenshot shows the NEOCRM interface for Adolfo Fabian Puelles Sologna. The top navigation bar includes the user profile, search, and various alert counts: 16 Comerciales, 3 Riesgos, 1 Operacionales, and 2 Relacionales. The main content area displays a table titled 'Clientes no ha Activado su(s) PinPass' with columns for Cliente, Nombre, Estado, Grupo Alerta, and Descripción. One client is listed: 17628135-9 FRANCISCA NATALIA MENESES DIAZ GESTIONADO, Operacionales: Cliente no ha Activado su(s) PinPass. Below the table are four summary cards: Comerciales(30), Riesgos(32), Operacionales(123), and Relacionales(12), each with a list of specific alerts.

En esta etapa se trabaja el mayor uso de los productos

Modelo de Gestión de Clientes: Explotación de la base



Este modelo esta dividido en 3 fases que generan una retroalimentación constante para tornar cada etapa más eficiente

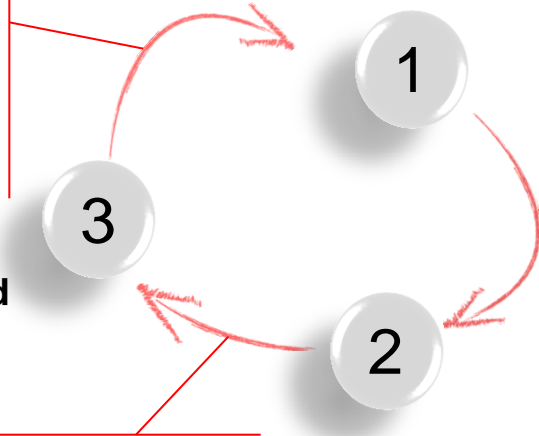
Seguimiento de Clientes

- Revisión de resultados de las acciones
- Retroalimentación de modelo de Data Mining



Dashboard

Data Mining - Triggers



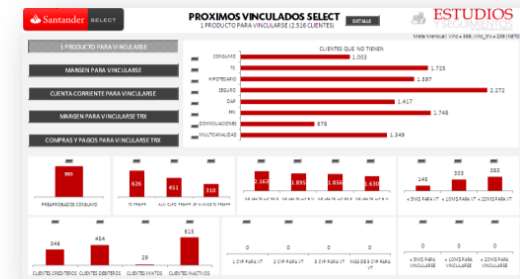
Identificación de Oportunidades: Fábrica de eventos

Identificación de Oportunidades (Dinámicas - Triggers)

Aplicación de Herramientas Comerciales

- Definición de abordaje al cliente con base al modelo de atención
- Acciones Comerciales direccionadas por Cluster
- Utilización de herramientas comerciales

Driving Tools



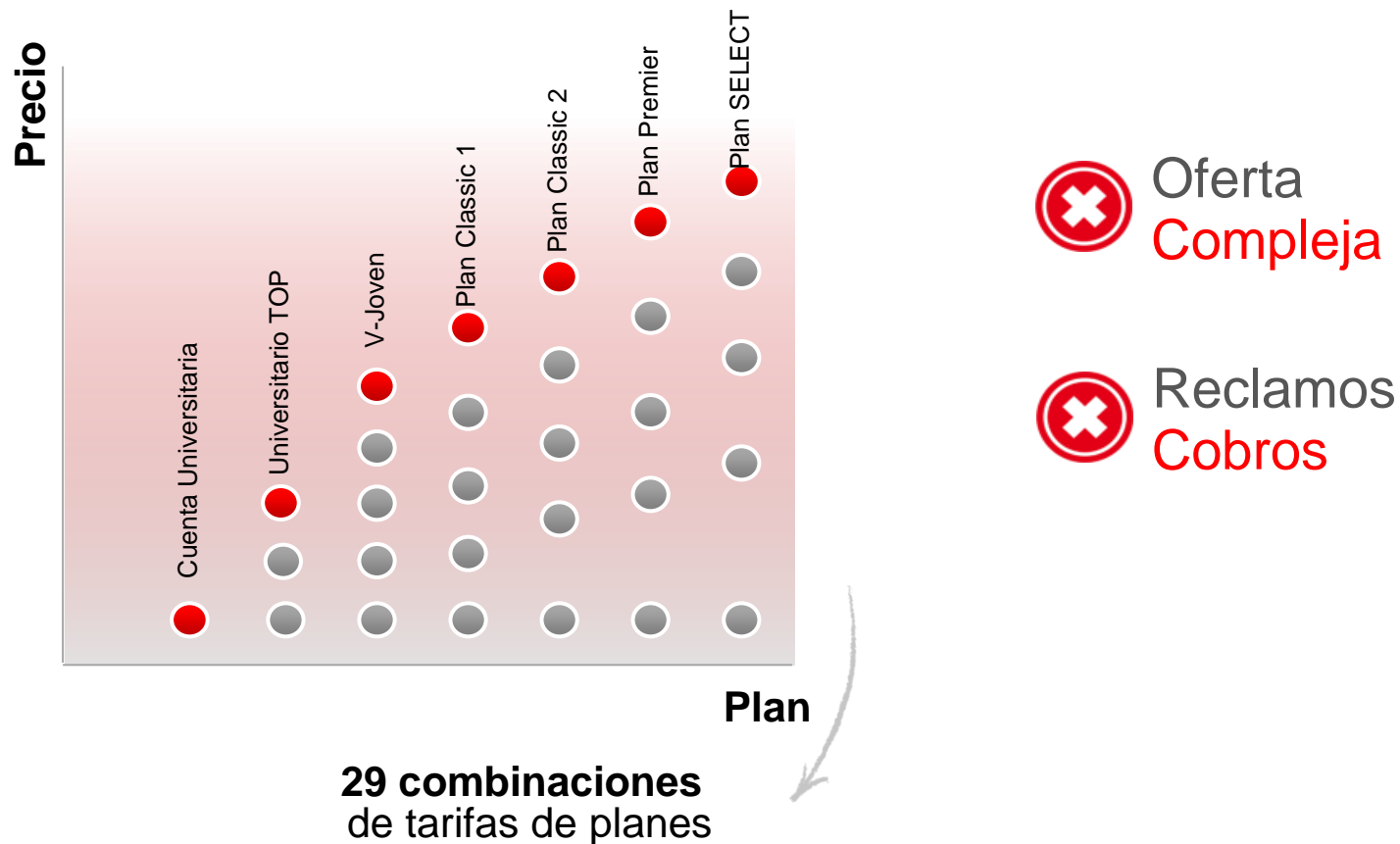
Planes de cuenta corriente: Todos vendimos lo mismo. No hay diferenciación en este producto

- ❌ Oferta y tarifas por segmento de clientes
- ❌ Cliente no elige Plan. Banco determina según renta
- ❌ Acceso a rebaja en tarifa según vinculación
- ❌ Adicional a tarifa del Plan: comisión mensual TC y Seguro de Desgravamen de LCA



Banco de Chile

Planes de cuenta corriente: Tenemos un tarifado complejo lo que implica altos reclamos



Hemos desarrollado una nueva estrategia de productos más Simple, Personal y Fair



El Plan Santander Lanpass: mayor uso y vinculación

Atributos

Acumulación de 30km LANPASS por cada una de las siguientes transacciones
(máximo de 100 transacciones mensuales)

Giros en ATM BSan y Banefe	30 km x Giro en ATM
Transferencias emitidas y recibidas por Internet (Rut distinto al titular)	30 km x Transferencia
Pago Electrónico de Cuentas	30 km x Pago Electrónico
Cargos de PAC/PAT (Excluye productos Banco)	30 km x PAC/PAT cargado



+

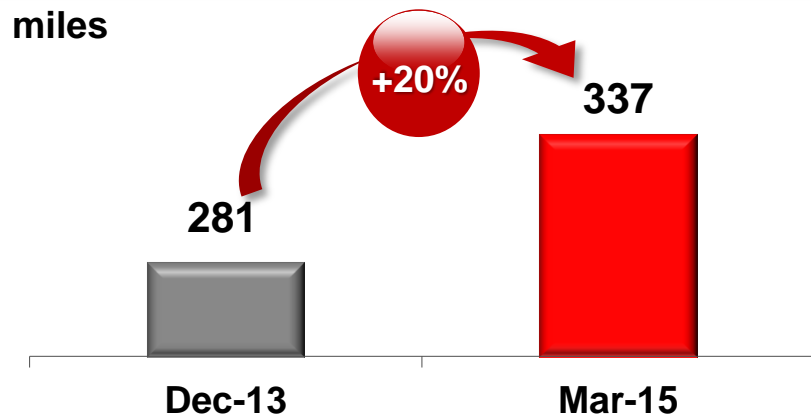
Comprar hasta 100.000 Km LANPASS mensuales con 50% descuento. (\$6 x km).

+

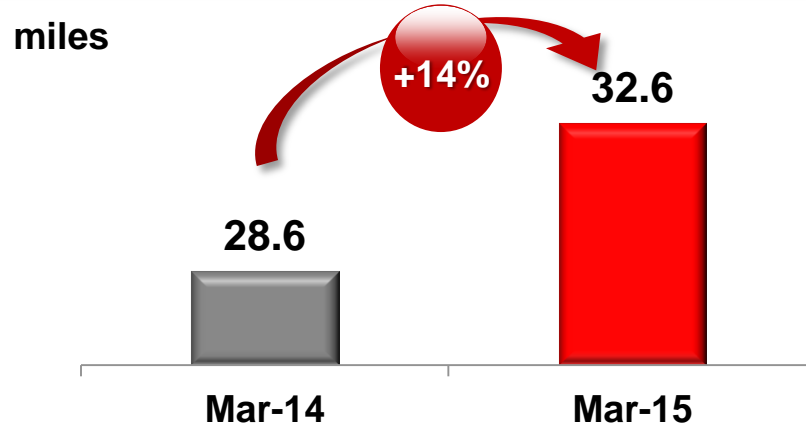
10% extra de Km LANPASS en cada compra de kms.

Aumentando la lealtad y vinculación con nuestros clientes

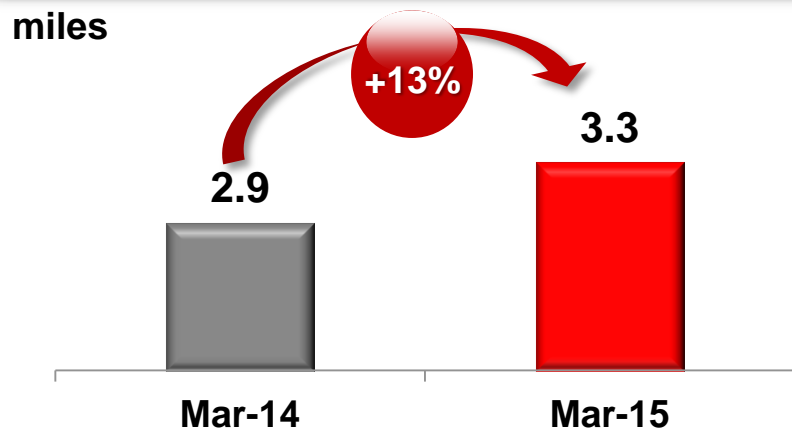
Individuos: Clientes Vinculados¹



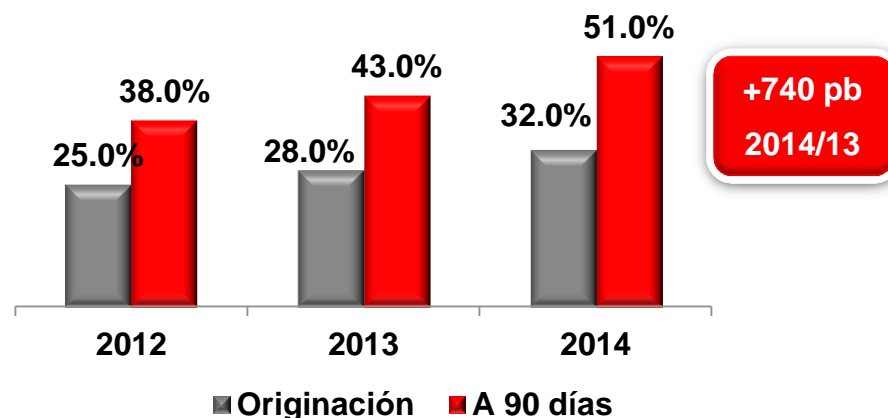
PYMEs: Clientes vinculados²



Clientes Empresa Vinculados²



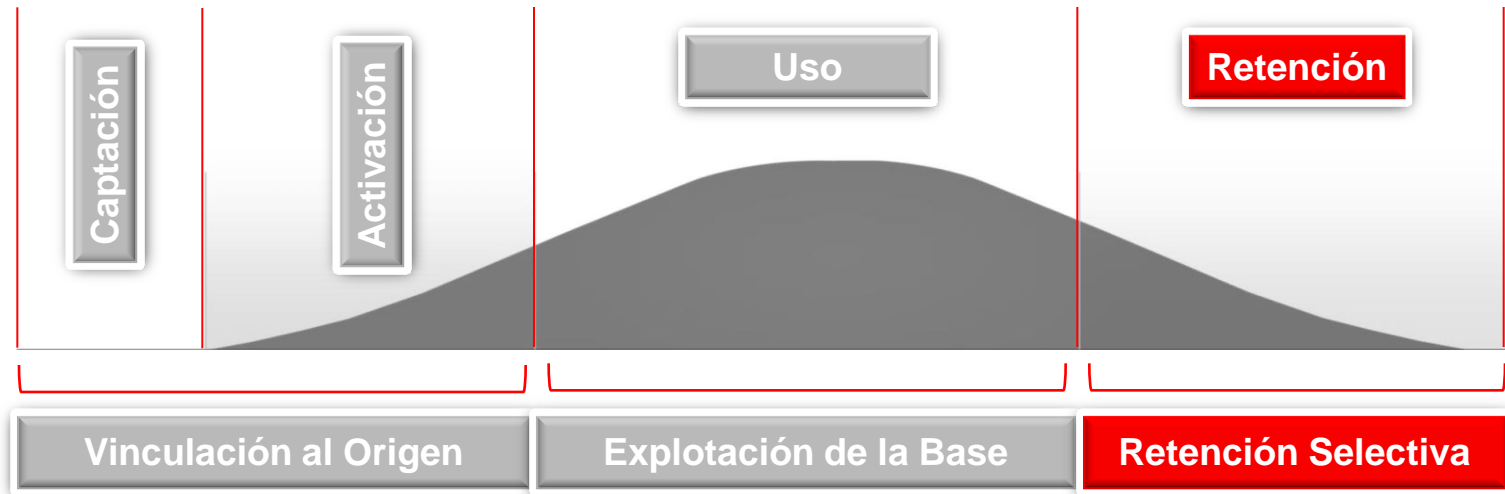
Activación de tarjetas nuevas (%)³



1. Individuos Vinculados Transaccionales: incorpora métricas de uso y tenencia mínima de productos y rentabilidad por cliente. 2. Pymes y Empresas vinculados: utiliza datos de números de productos, rentabilidad y uso. 3. % de clientes que han activado sus tarjetas post-origenación.

En esta etapa se detectan posibilidades de fuga de clientes

Modelo de Gestión de Clientes: Retención



Las oportunidades son tangibilizadas en acciones y alertas a través del NEO-CRM en cada segmento

NEOCRM USD 600,5 € 682,77 14 Mayo
 UF 24.823,18 UTM 43.499

ALEJANDRA MARIA ZAMARA DINEN Buscar Ej: 999999999-k Anexos Santander SELECT

TOP 10 ALERTAS DEL DÍA **ALERTAS SIN GESTION** 1 Comerciales 0 Riesgos 0 Operacionales 0 Relacionales

Cliente Invirtiendo en otro Banco

Cliente	Nombre	Estado	Grupo Alerta	Descripción
[Redacted]				

Excel Gestionados: 1

Comerciales(9)

- Abono en Cta. Cte. Mayor a 20 MMS(1)
- Vencimiento DAP Renovables(1)
- Cliente Invirtiendo en otro Banco(1)
- Hipotecario
- Pendiente de Curse(3)
- Cliente con Hipotecario

Riesgos(9)

- LCA no Renovables por Vencer(6)
- Cientes con Primer Indicio de Deterioro(3)

Operacionales(34)

- Devolución de Correspondencia(4)
- Cliente no ha Activado su(s) PinPass(2)
- Actualizar Antecedentes Cliente(28)

Relacionales(4)

- Cumpleaños(1)
- Devolución de Llamadas VOX Sucursales(1)
- Cientes Techo para Chile(2)

3 objetivos para crecer sanamente, con mayor rentabilidad

I. Crecimiento enfocado en los segmentos de mayor rentabilidad ajustada por riesgo...

II. ... mejorando la gestión de clientes y la calidad de servicio

III. ... y administrando el riesgo y capital conservadoramente

- Prioridad en aumentar la **vinculación** cuando se origina un cliente
- Fuerte impulso a aumentar el uso de productos y procesos que fomentan una mayor **transaccionalidad**
- Foco en **retener** a los clientes utilizando proceso tecnológicos más robustos
- Impulso a mejorar la **red de distribución** con una mayor multicanalidad, segmentación y auto atención

Nueva estrategia de sucursales que es más eficiente y con mejor servicio

Network	2012	03/15	%
▪ Sucursales	498	475	-4,6%
--Tradicionales	268	274	2,2%
--Empresas	0	5	--%
--Select	44	51	15,9%
--Banefe	93	67	-28,0%
-- Otros	93	78	-16,1%
ATMs	2,006	1,645	-18,0%

- Número total de sucursales está estable, pero la composición ha cambiado bastante
- *Upgrade* de la red tradicional Santander (100 sucursales al 2017)
- Nuevos Centros Empresas
- Expansión de la red Select
- Consolidación de la red Banefe / Super Caja
- Mayor foco en la multicanalidad y canales alternativos como internet, VOX y móvil

Upgrade de las sucursales tradicionales del Banco

Optimización
del flujo de
clientes

ADN



- ADN, Administrador de Negocios conectado con NEO CRM que permite mejorar la derivación, priorización e identificación tanto de clientes y como de no clientes en la sucursal.

Flexibilidad

Centros de
auto- atención



- Foco en la multicanalidad
- Acceso a Internet
- Acceso a banca telefónica
- Cajeros automáticos multifuncionales

Personalizado

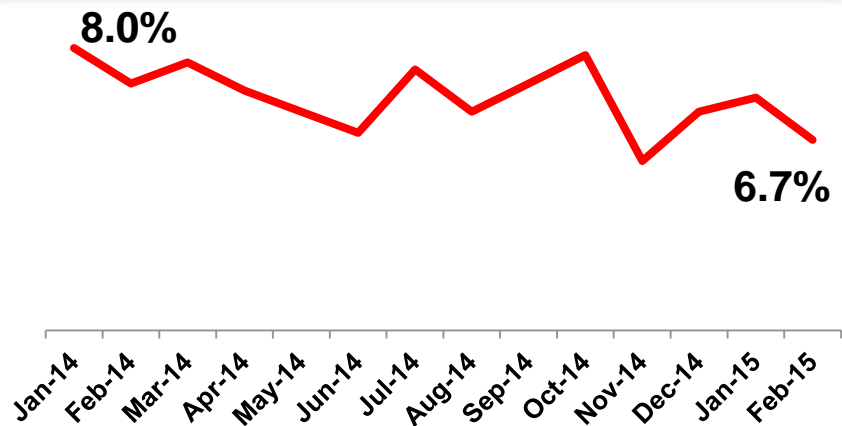
Zonas de atención
especializada



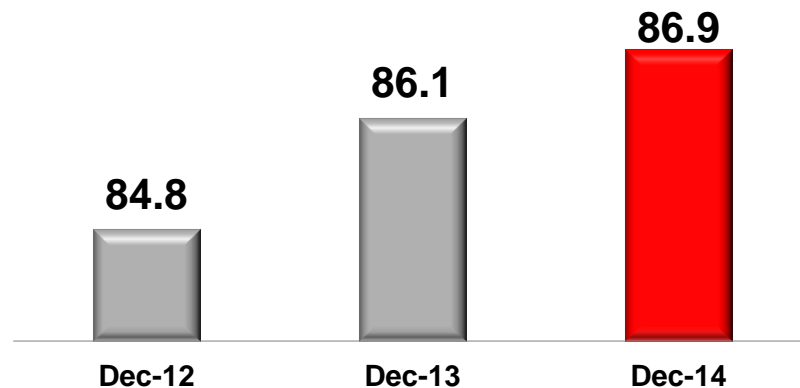
- Tradicional: modelo de atención abierta sin ejecutivo dedicado
- Preferente: Enfoque en la venta cruzada
- Select: foco en inversiones y asesorías

Mejor servicio se está logrando con aumentos en la productividad

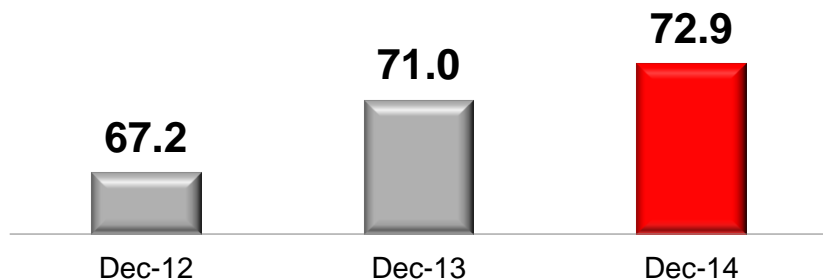
Tasa de pérdida de clientes en BBPP¹(%)



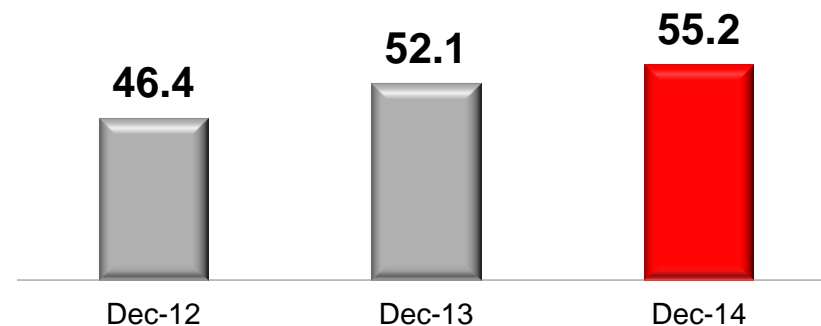
Índice de transacciones remotas²(%)



Pagos Electronicos³ (%)



Depósitos tomados electrónicamente⁴ (%)



1. Clientes que se van sobre total base de clientes. 2. El total de transacciones realizadas a través de Internet, cajeros automáticos, banca telefónica, POS y pago automático de cuentas sobre las transacciones totales. 3. Los pagos y transferencias efectuados a través de Internet y cajeros automáticos vs total de pagos y retiros. 4. Depósitos tomados electrónicamente / depósitos totales

3 objetivos para crecer sanamente, con mayor rentabilidad

I. Crecimiento enfocado en los segmentos de mayor rentabilidad ajustada por riesgo...

II. ... mejorando la gestión de clientes y la calidad de servicio

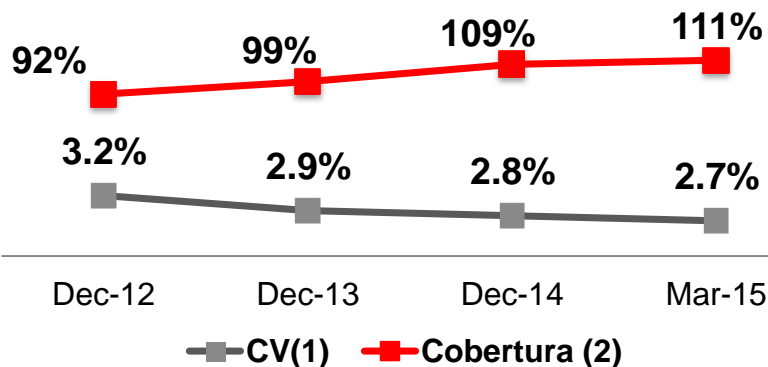
III. ... y administrando el riesgo y capital conservadoramente

- Importantes **mejoras en riesgo** en personas
- **Riesgo en Pymes se ha estabilizado**, con importante aumento de la cobertura
- **NIM de clientes neto de provisiones mejorando** en la mayoría de los segmentos

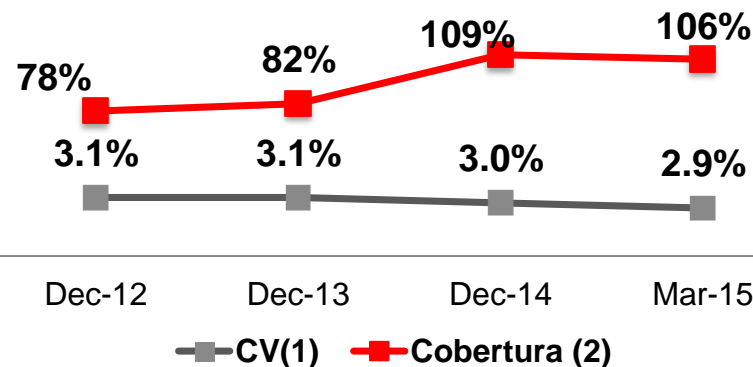
Métricas de calidad de cartera estables o mejorando

% préstamos

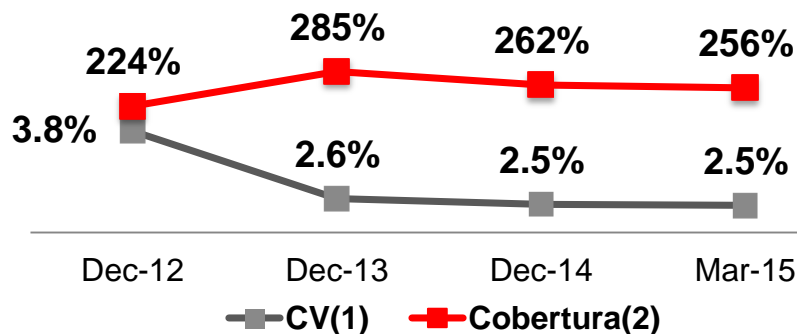
Total de préstamos



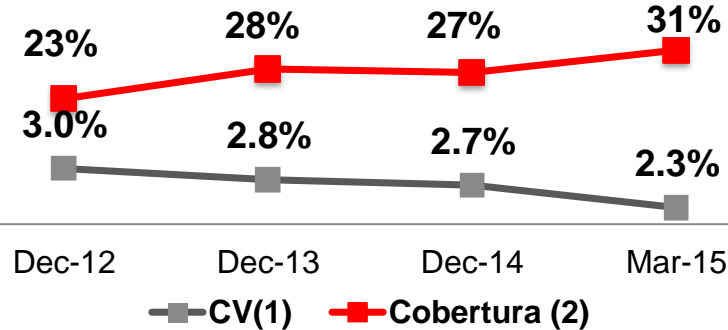
Préstamos comerciales



Créditos de consumo



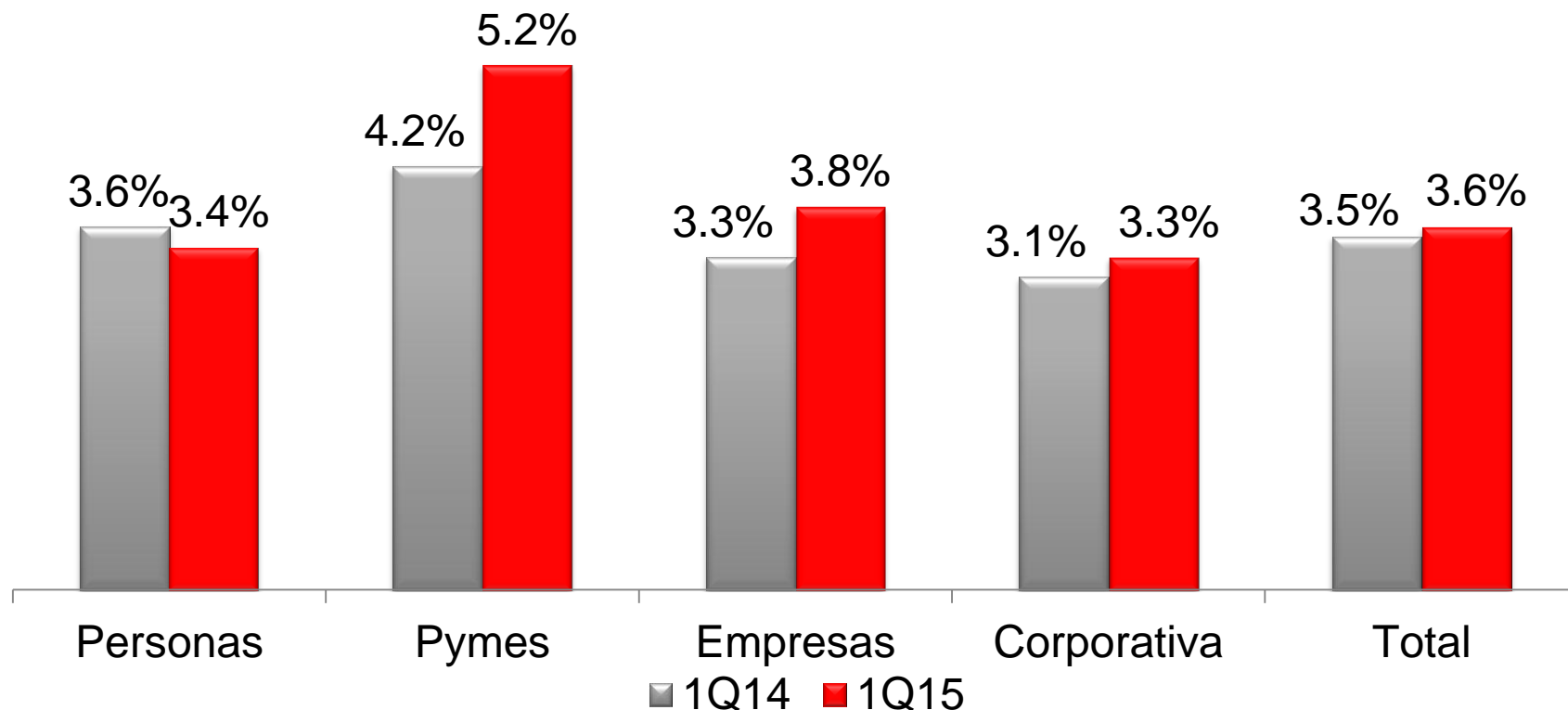
Préstamos hipotecarios



1. CV: cartera vencida = préstamos en mora por 90 días. 2. Cobertura: provisiones en balance sobre cartera vencida

NIM de clientes, neto de provisiones sube a 3,6% en 1Q15

NIM de Clientes¹, neto de provisiones

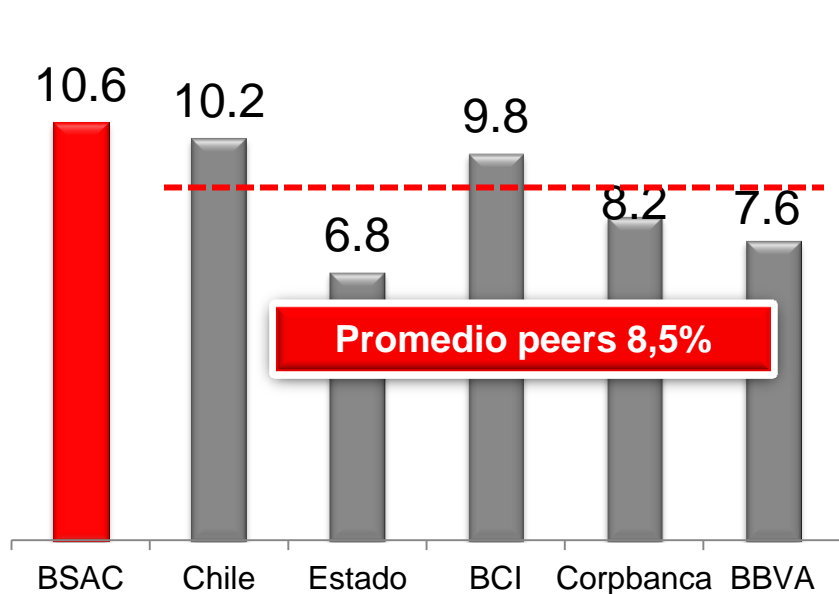


El foco del Banco está en maximizar el MIN neto de riesgo y ganar cuota en los negocios con los mejores retornos ajustados por riesgo

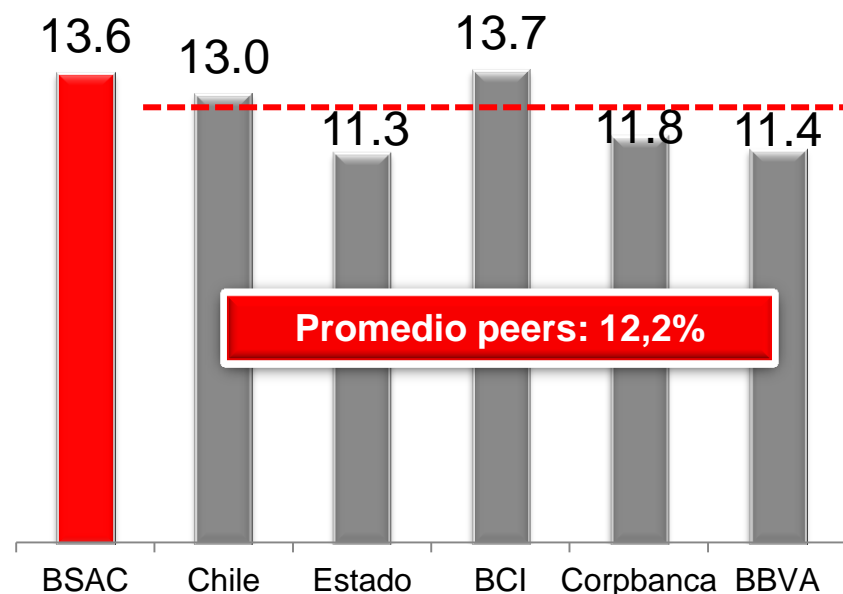
1. MIN Clientes neto de provisiones: Margen financiero clientes - provisiones / Préstamos

Sólida base de capital para crecer

Core capital (%)¹



BIS ratio (%)²



Avanzada preparación en la transición a BIS III

1. Capital sobre activos ponderados por riesgo. 2. Patrimonio efectivo sobre activos ponderados por riesgo Cifras a marzo 15. Fuente: SBIF

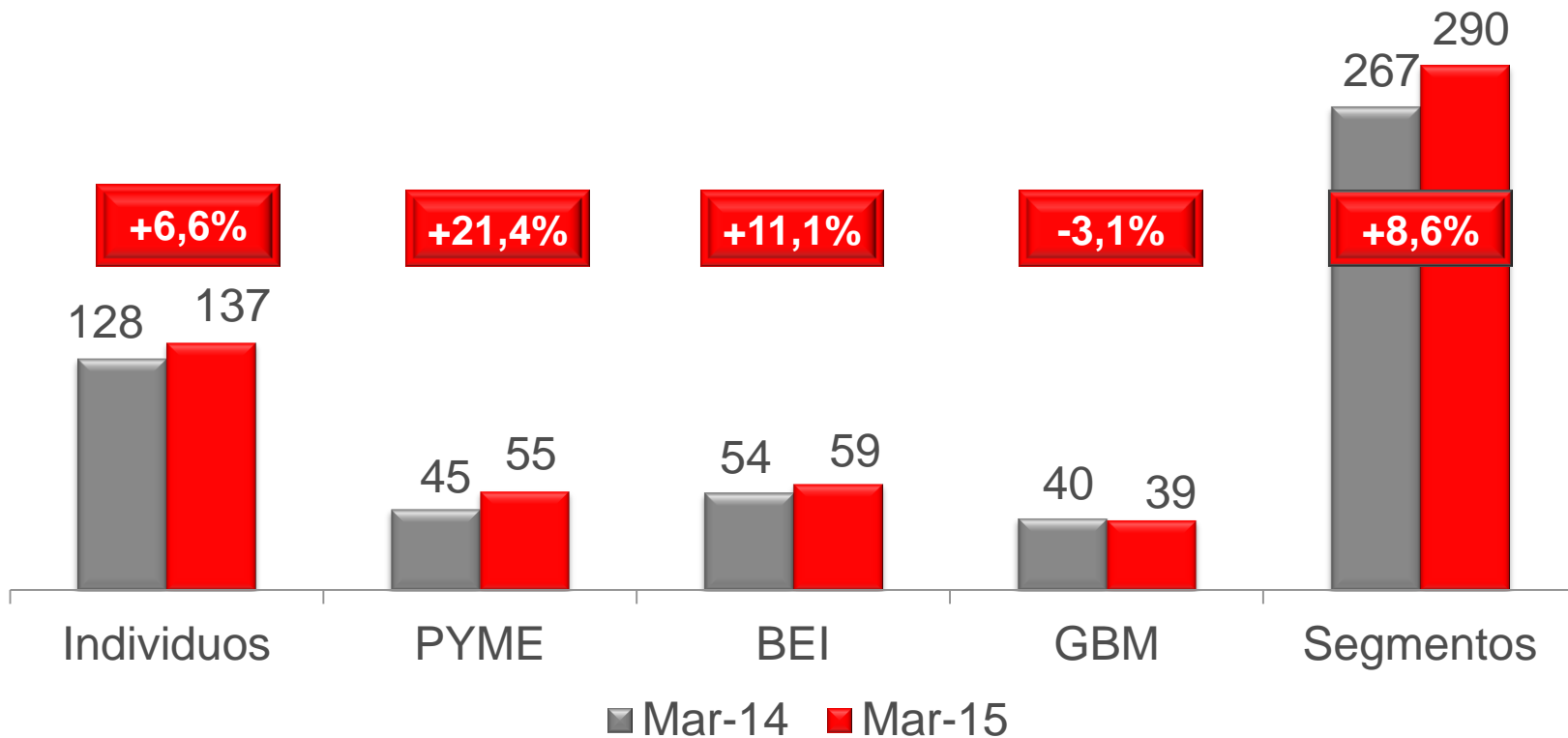
Agenda

- **Pese a desaceleración económica, perspectivas del sistema financiero se mantienen estables**
- **Reorientación de la estrategia de Santander Chile para impulsar crecimiento rentable...**

■ **... permite mejorar dinámica comercial y resultados recurrentes**

Ingreso oper. neto segmentos de negocio sube 8,6% YoY en 1Q15

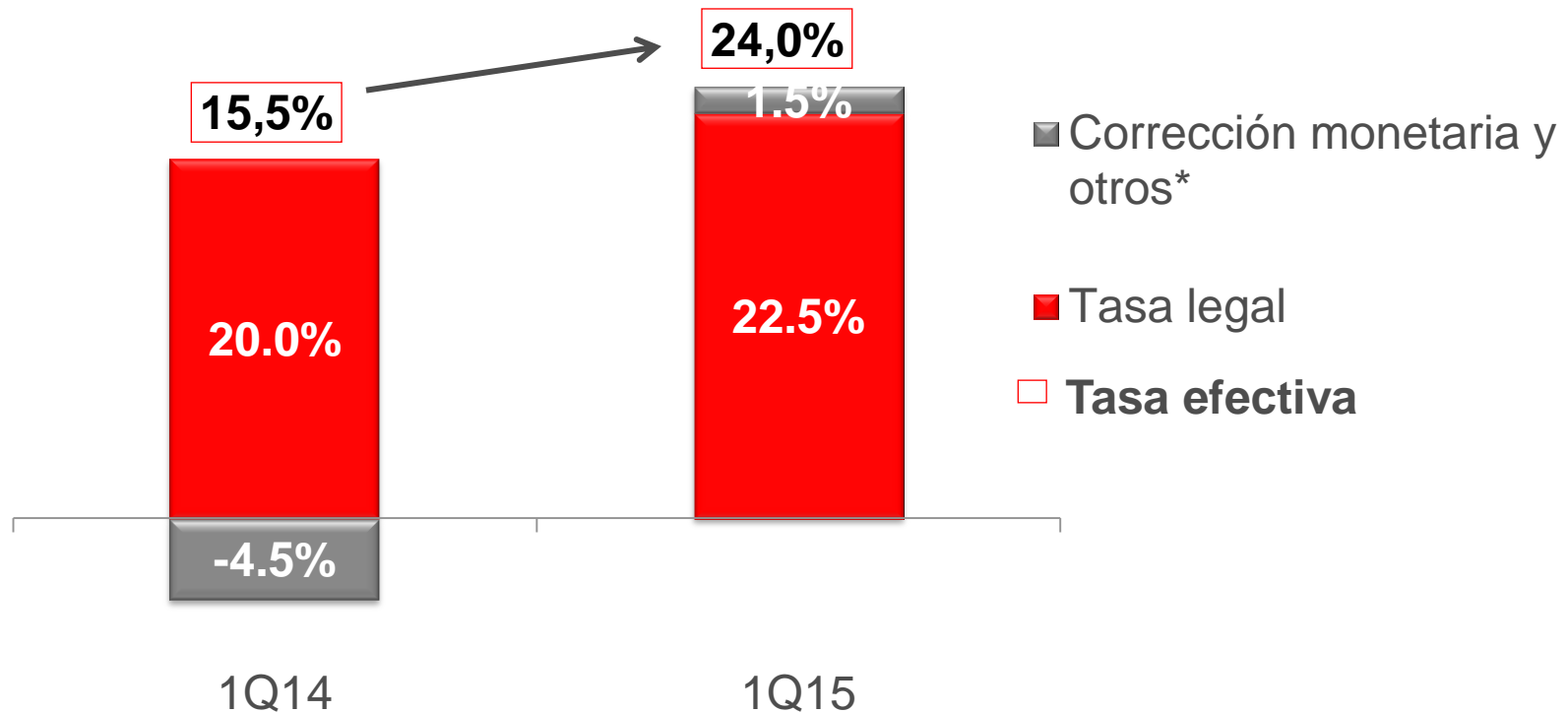
Ingreso operacional neto por segmento*, \$ miles de millones



* Ingreso operacional neto por segmento = Margen financiero + comisiones + ROF – provisiones

Tases efectiva de impuestos fue anormalmente alta el 1Q15 debido a mayor tasa legal y baja inflación

Tasas de impuesto, %



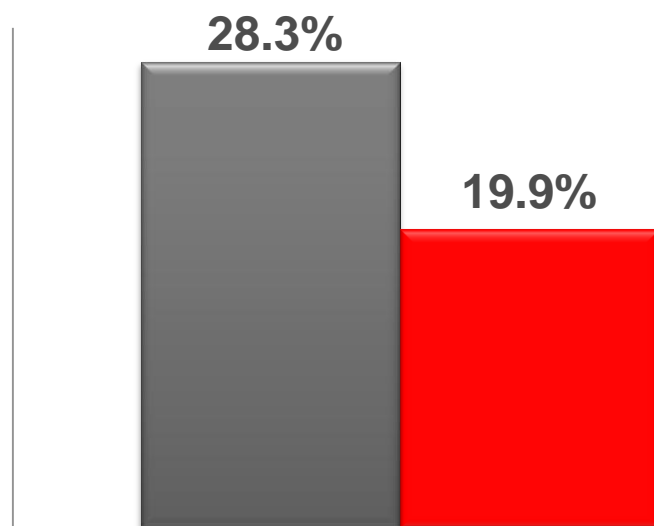
Tasa efectiva debiera ser más cercana a 19-20% el resto del año

* Para efectos tributarios, la corrección monetaria es un gasto aceptado, rebajando la base tributaria. Otro efecto es que se deducen las contribuciones de los bienes raíces propios y los dados en leasing

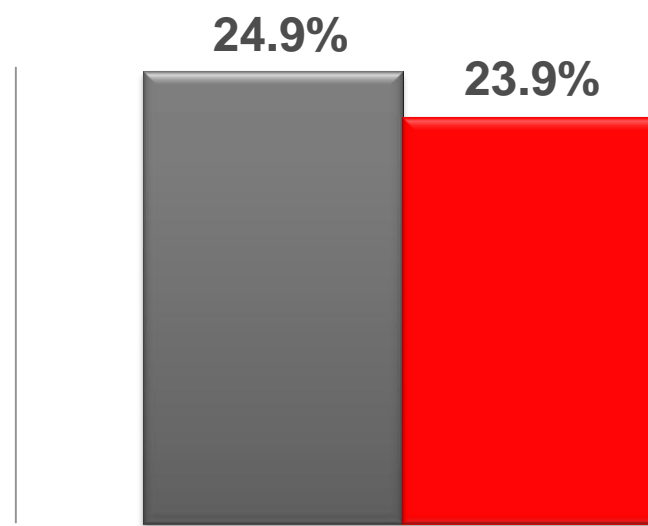
**Banco obtiene positivos resultados recurrentes en 1Q15.
Resultado final afectado por cero inflación y mayores impuestos**

ROE antes de impto. reportado

ROE antes de impto. normalizado¹



■ 1Q14 ■ 1Q15



■ 1Q14 ■ 1Q15

1. Resultado trimestral anualizado, asumiendo var. UF de 0,75 por trimestre (3% anual) / Patrimonio promedio

- **Proyecto de Transformación impulsa actividad comercial y resultados recurrentes:**
 - Fuerte crecimiento en segmentos objetivos tanto en préstamos como en depósitos
 - Clara estrategia de clientes con prioridad en aumentar la vinculación, fuerte impulso a aumentar el uso de productos y retener a los clientes
 - Impulso a mejorar la red de distribución con una mayor multicanalidad, segmentación y auto atención
 - Importantes mejoras en riesgo en personas. riesgo en pymes se está con importante aumento de la cobertura
 - NIM de clientes neto de provisiones mejorando en la mayoría de los segmentos
 - Ingreso oper. neto de los segmentos de negocio sube 8,6% YoY
 - Alto nivel de capital Core: 10,6%, el mayor entre peers.
- **Para el resto del 2015, prevemos que buenas tendencias comerciales deberían mantenerse, en un ambiente de mayor inflación y menores tasas efectivas de impuestos**



Buenas perspectivas de mediano plazo para Santander Chile

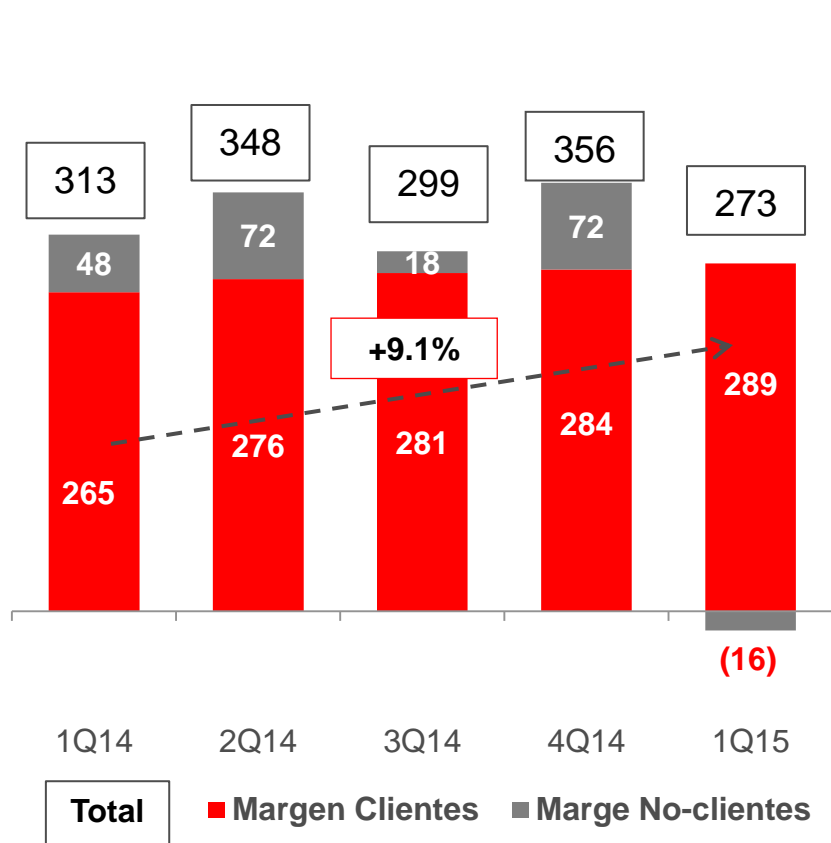


Chile

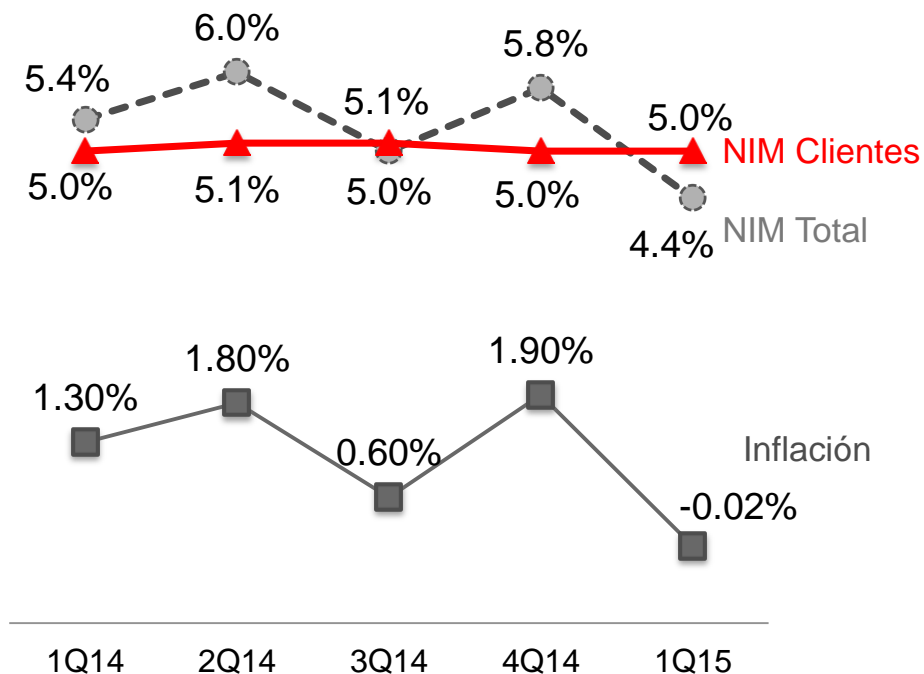
Margen financiero de Clientes crece 9,1% YoY

Margen financiero

\$ miles de millones



Margen de interés neto, MIN*, %

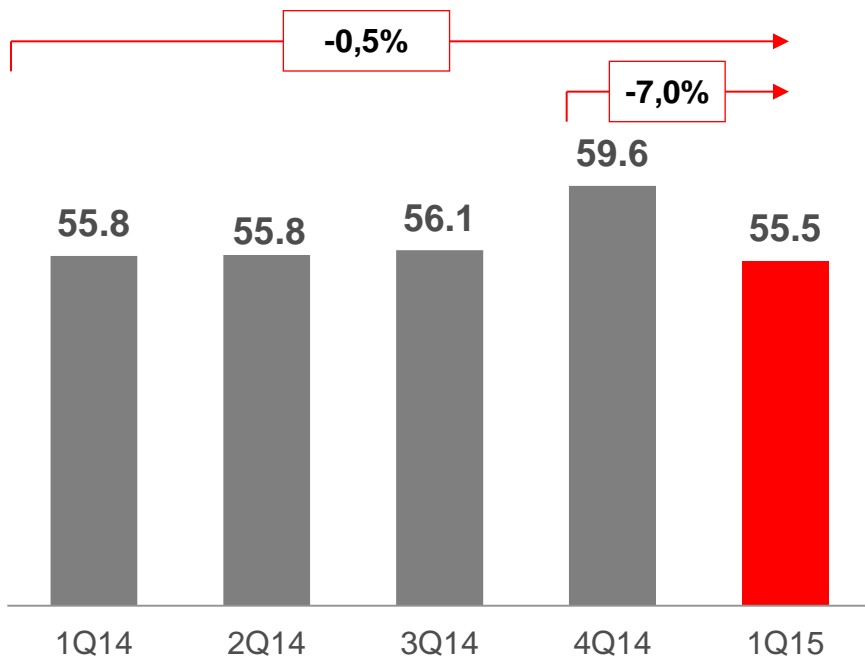


* MIN: Margen financiero / Activos productivos. MIN Clientes: Margen financiero clientes / Préstamos. El margen de cliente excluye, entre otras cosas el impacto de la inflación sobre los NIM. Inflación: variación trimestral de la UF

Comisiones planas por menor contribución Corporativa

Comisiones totales

\$ miles de millones



Comisiones segmentos de negocio¹

\$ miles de millones

	3M'15	YoY (%)	QoQ (%)
Personas	32,6	0,8	-16,9
Pymes	10,6	8,1	-15,6
Empresas	6,9	0,1	-7,4
Corporativa	4,3	-25,8	-38,7
Total²	55,5	-0,5	-7,0

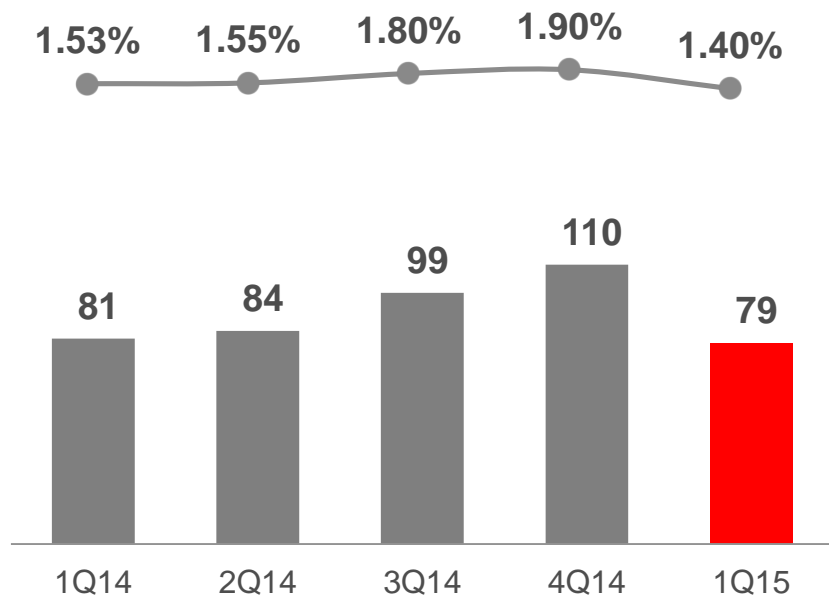
Caída QoQ es fundamentalmente por estacionalidad

1. Comisiones de los segmentos de negocio excluye a Gestión Financiera, Actividades Corporativas y los efectos de cambios regulatorios en cobranzas de seguros 2. Incluye otras comisiones no segmentadas

Mejora calidad de la cartera, bajan provisiones y sube cobertura

Provisiones y costo del crédito

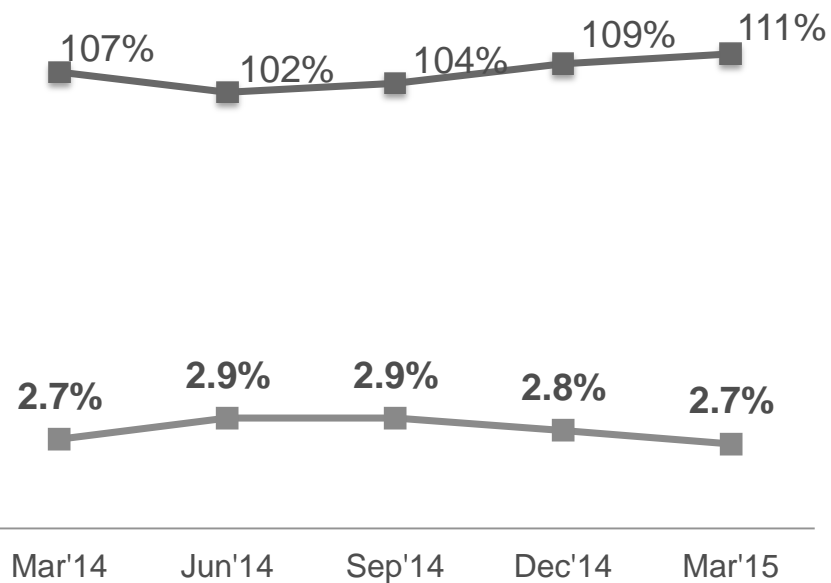
% préstamos



■ Monto, Ch\$bn ● Costo del crédito¹ (%)

Cartera morosa y cobertura

% de prestamos

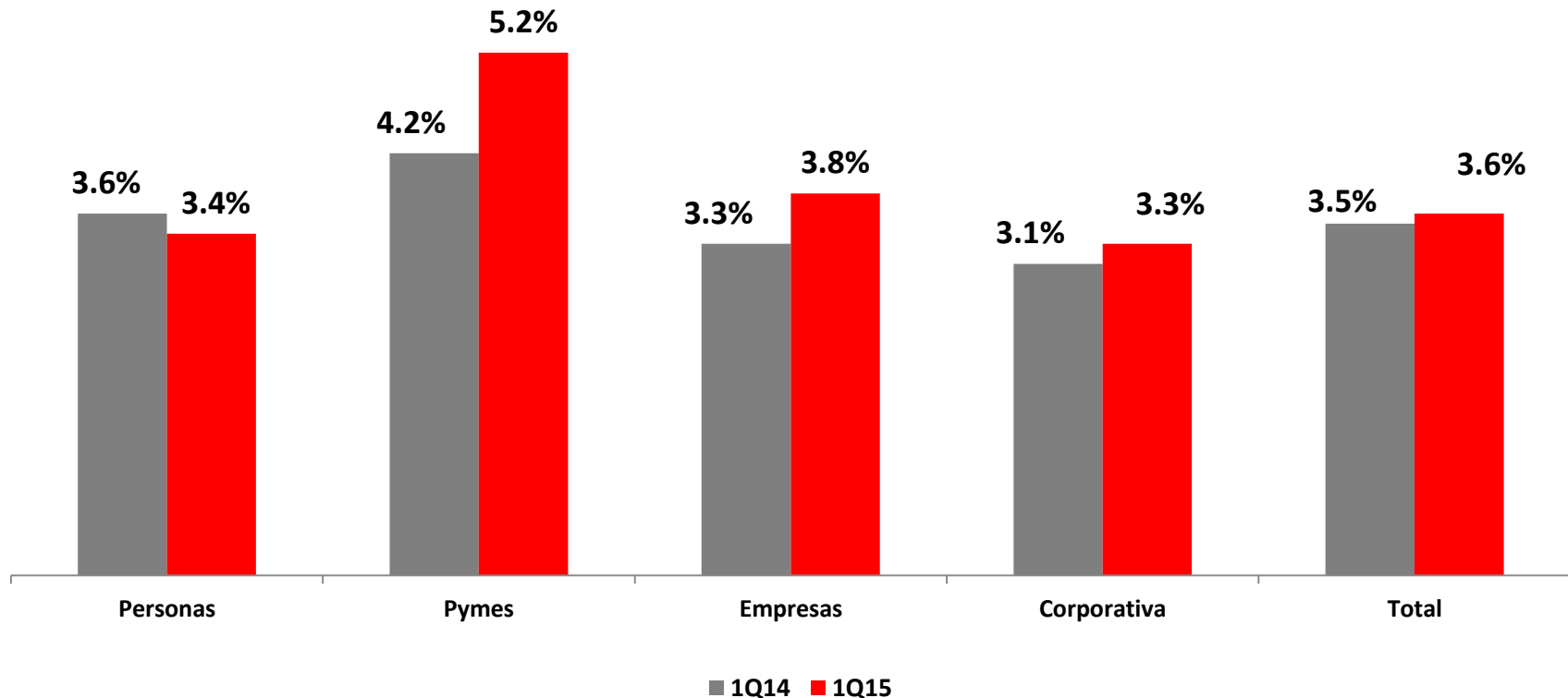


■ NPL² ■ Cobertura³

1. Gasto en provisiones / préstamos medios. 2. NPL: Cartera morosa: % Préstamos impagos por más de 90 días. 3. Stock de provisiones / Cartera morosa

NIM de clientes, neto de provisiones sube a 3,6% en 1Q15

NIM de Clientes¹, neto de provisiones



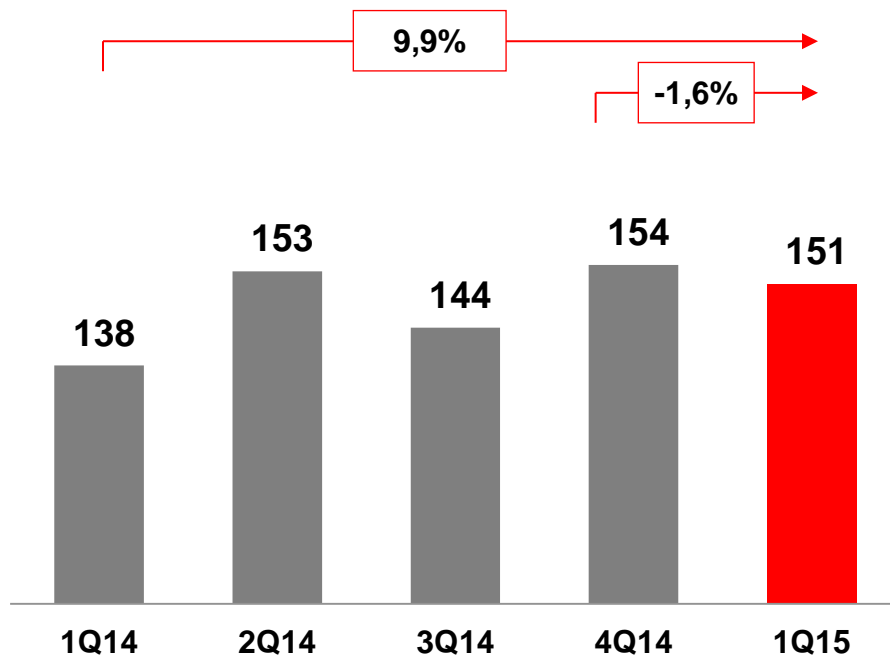
El foco del Banco está en maximizar el MIN neto de riesgo y ganar cuota en los negocios con los mejores retornos ajustados por riesgo

1. MIN Clientes neto de provisiones: Margen financiero clientes - provisiones / Préstamos

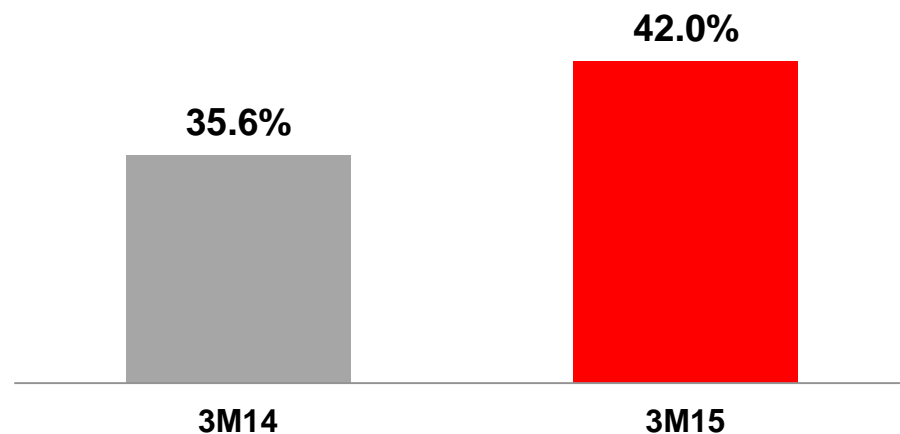
Ratio de eficiencia alcanza el 42,0% en 1Q15

Costos

\$ miles de millones



Ratio de eficiencia ¹



Crecimiento de los costos se moderará en el resto del año

1. Gastos operación exc. deterioro / Margen financiero+ comisiones netas + resultado transacciones financieras, neto y otros ingresos operativos, netos