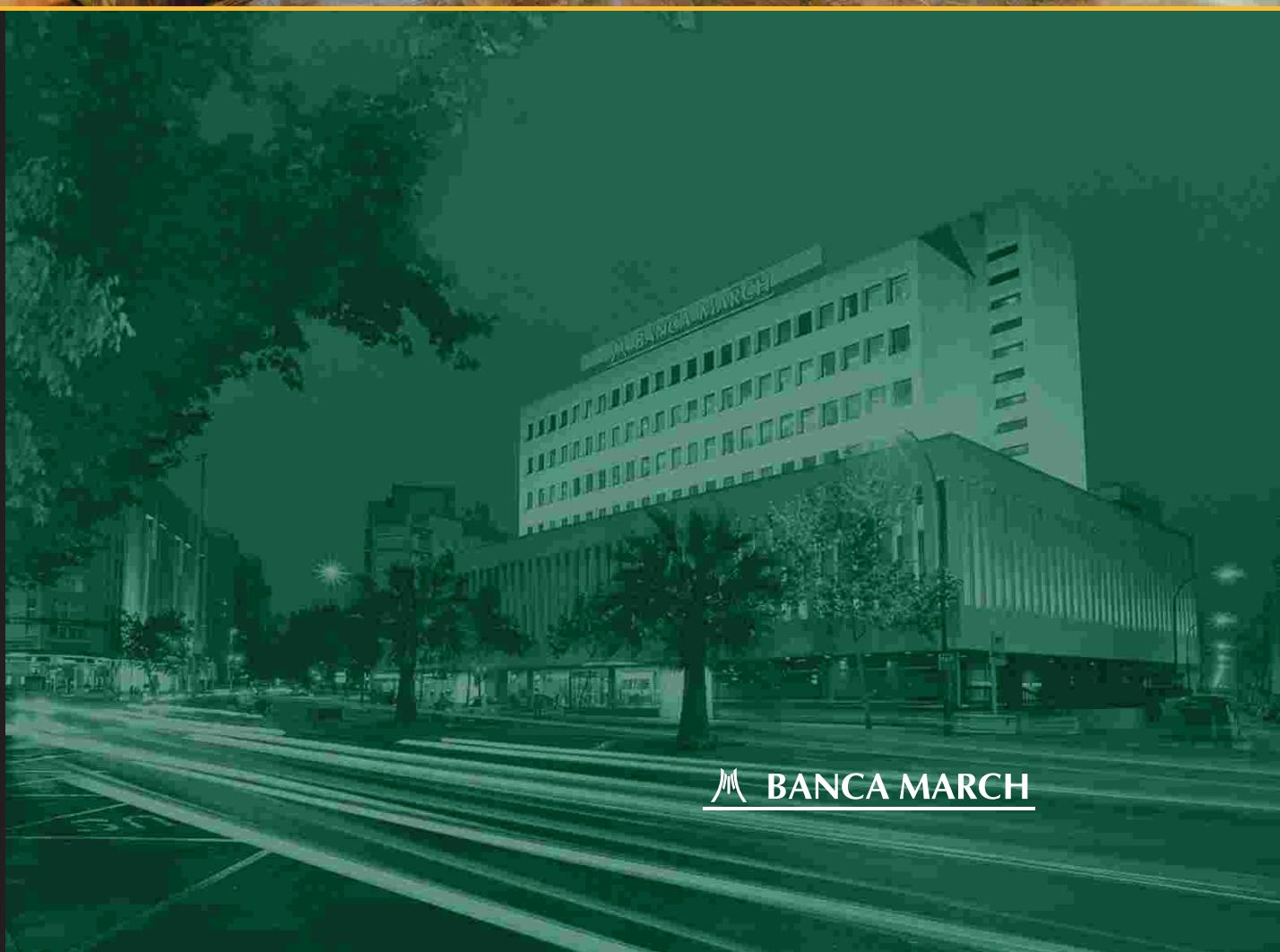


Informe Anual 2004. Banca March



 **BANCA MARCH**

BANCA MARCH
Servicios Centrales
Avda. Alexandre Rosselló, 8
07002 Palma
Teléfono 971 779 100
Fax 971 779 244

www.bancamarch.es

Informe Anual 2004.

 **BANCA MARCH**

2004



Carta de presentación	6
■ Datos más significativos.....	8
■ Informe económico Financiero 2004:.....	11
Banca March, S.A.....	12
<i>Análisis del balance</i>	12
<i>Recursos de clientes</i>	14
<i>Inversiones crediticias</i>	16
<i>Riesgos dudosos</i>	18
<i>Tesorería e intermediarios financieros</i>	19
<i>Análisis de la cuenta de pérdidas y ganancias</i>	20
Grupo Consolidado de Banca March	26
Rating de Banca March, S.A.	33
■ Estructura funcional	35
<i>Banca de Particulares</i>	36
<i>Área de clientes extranjeros</i>	44
<i>March Clàssic</i>	47
<i>March Joven</i>	49
<i>Correduría de Seguros</i>	52
<i>Banca de Empresas</i>	54
<i>Banca Institucional</i>	56
<i>Banca de Pymes</i>	58
<i>División Inmobiliaria</i>	59
<i>Banca Privada</i>	60
<i>March Gestión de Fondos, S.G.I.I., S.A.</i>	
<i>March Gestión de Pensiones, S.G.F.P., S.A.</i>	62
<i>Tesorería y mercado de capitales</i>	64
<i>March Vida</i>	67
<i>Recursos Humanos</i>	69
<i>Banca Electrónica y Medios de pago</i>	72
<i>Dirección de Inversiones</i>	78
<i>Auditoría interna</i>	80
<i>Expansión y desarrollo corporativo</i>	82
<i>Área de Calidad</i>	
<i>y Departamento de Atención al Cliente</i>	83
<i>Dirección de Relaciones Institucionales</i>	85
■ Actuaciones sociales y culturales:	87
■ Propuesta de Acuerdos	95
■ Consejo de Administración y Comité de Auditoría.....	96
■ Cuadro de Dirección y Consejo Asesor de Banca March, S.A.....	97
■ Red de Oficinas	98



Carta de Presentación

El ejercicio 2004 se ha desarrollado en un escenario general de moderado crecimiento económico y de recuperación de los mercados financieros. Concretamente el mercado bancario se ha caracterizado por el mantenimiento de los tipos de interés en niveles bajos y por una elevada competencia en los precios.

Banca March, S.A. ha continuado su proceso de expansión estratégica y diversificación territorial, con la apertura de 5 nuevas oficinas en Canarias, 7 en Málaga, y 3 en Alicante, que ha supuesto el inicio de la presencia del Banco en la Comunidad Valenciana, a la vez que también se ha consolidado la presencia en Baleares con la inauguración de 5 nuevas sucursales. De este modo la red comercial del Banco asciende a 231 oficinas, repartidas entre Baleares con 152, Canarias con 53, Andalucía con 20, y Alicante con 3, así como las ubicadas en Londres, Madrid y Barcelona.

A lo largo del año 2004 el Banco ha aumentado su presencia en los mercados de capitales con la ampliación del programa de pagarés de empresa hasta un importe nominal de 500 millones de euros y la emisión de una cédula hipotecaria por importe nominal de 250 millones de euros, a la vez que ha titulado 200 millones de euros de préstamos, todo ello dentro de la política de diversificación de las fuentes de liquidez del Banco.

La especialización de los servicios de las áreas comerciales de Banca de Particulares, Banca de Empresas y Banca Privada se ha ido ampliando a las nuevas zonas en las que el Banco está extendiendo la red, ofreciendo a los nuevos clientes toda la gama de servicios del Banco (Colectivos, Clientes Extranjeros, Banca Electrónica, March Clàssic, March Joven, Correduría de Seguros, March Vida, Empresas, Pymes y comercios, División Inmobiliaria, Fondos de Inversión y Pensiones, y Banca Institucional).

La apertura de nuevas oficinas ha supuesto un incremento neto de la plantilla de personal de 66 empleados. Aparejado a la expansión territorial del Banco y a la especialización de las áreas comerciales se ha incrementado el esfuerzo en formación lo que ha permitido superar las 59.900 horas anuales.

En cuanto a la información económico-financiera a 31 de diciembre los recursos gestionados de clientes se han incrementado en 1.437 millones de euros, ascendiendo a 5.110 millones de euros, lo que supone un incremento del 39'11%, respecto al año anterior. Por lo que se refiere a los créditos gestionados de clientes el incremento es del 22'10% ascendiendo la inversión crediticia a 4.269 millones de euros, de los cuales un 68'52% corresponde a financiaciones con garantía real.

Una vez aplicado el resultado del ejercicio 2004 los recursos propios del Banco ascienden a 442 millones de euros, a los que hay que añadir 67 millones de euros en provisiones constituida para cubrir eventuales riesgos que se pudieran poner de manifiesto. Los riesgos dudosos se han situado en un porcentaje mínimo del 0'38% contando además con unas provisiones de insolvencias de 110 millones de euros, lo que supone una cobertura del 616%, todo ello fruto del riguroso control del riesgo.

A pesar de la elevada competencia en precios y del mantenimiento de unos tipos de interés muy bajos el margen ordinario del Banco asciende a 163 millones de euros, lo que supone un incremento del 4'25% respecto al año anterior. La adecuada gestión de los costes de transformación, que se han incrementado un 6'64%, ascendiendo a 100 millones de euros debido a la expansión geográfica en la que se encuentra inmerso el Banco, ha permitido que el margen de explotación ascienda a fin de año a 56 millones de euros. Después del gasto por impuesto de sociedades el resultado del Banco a 31 de diciembre de 2004 asciende a 41 millones de euros.

A través de Corporación Financiera Alba, S.A., el Grupo Banca March ha aumentado su participación en ACS hasta una 15'53% y en Acerinox hasta un 10'40%. Asimismo ha mantenido su participación del 3'34% en Carrefour (Francia) y en Prosegur con un 5,23%. En el ejercicio 2004 el Grupo ha realizado plusvalías con la venta de diversos paquetes accionariales, 81 millones de euros en acciones de Vodafone Group PLC, 31 millones de euros por la totalidad de las acciones de Banco Urquijo, S.A. y 24 millones de euros de la sociedad de publicidad y medios Havas Advertising. Al cierre del ejercicio 2004, las plusvalías tácitas de los valores cotizados de la cartera ascienden a 1.146 millones de euros.

A 31 de diciembre de 2004, el coeficiente de solvencia del Grupo es el 14'64%, ascendiendo los recursos propios computables a 788 millones de euros, con lo que el superávit es de 357 millones de euros.

La agregación de las diversas actividades del Grupo (banca, cartera, seguros, gestión de fondos) arrojan un margen de explotación del Grupo de 87 millones de euros lo que supone un incremento del 4'86 respecto a 31 de diciembre de 2003. Adicionando a este margen las plusvalías citadas y los resultados participados por puesta en equivalencia que ascienden a 113 millones de euros, el resultado consolidado atribuido al Grupo, después de la contabilización del gasto por impuesto de sociedades, asciende a 192 millones de euros lo que supone un incremento del 69% respecto al año anterior.

Desde el Consejo de Administración queremos agradecer la fidelidad y confianza de nuestros clientes hacia nuestra entidad, así como, reconocer la entrega y dedicación de todo el personal del Grupo que permite continuar mejorando la calidad de nuestros servicios.

El Consejo de Administración.



Grupo Banca March consolidado

Banca March, S.A.

	miles de euros		
	2004	2003	variación %
VOLUMEN DE NEGOCIO			
Participaciones empresas asociadas y grupo	816.371	662.329	23,26
Recursos Propios	983.727	819.311	20,07
Activos totales	6.255.242	4.980.626	25,59
RESULTADOS			
Dividendos cobrados	40.939	36.509	12,13
Margin de explotación	86.841	82.813	4,86
Resultados netos generados sociedades puestas en equivalencia	113.210	54.078	109,35
Resultado consolidado del ejercicio atribuido al Grupo	192.332	113.733	69,11

	miles de euros		
	2004	2003	variación %
VOLUMEN DE NEGOCIO			
Fondos Propios	441.882	400.389	10,36
Recursos gestionados	5.109.947	3.673.205	39,11
Créditos gestionados	4.269.447	3.496.565	22,10
Cartera de valores de renta variable	137.415	121.073	13,50
Activos totales	5.117.158	3.952.498	29,47
RESULTADOS			
Margin de intermediación	118.463	113.280	4,58
Margin ordinario	162.888	156.247	4,25
Margin de explotación	55.858	55.181	1,23
Beneficio antes de impuestos	52.682	47.818	10,17
Beneficio neto después de impuestos	41.493	40.670	2,02

NÚMERO DE EMPLEADOS Y PUNTOS DE VENTA

Nº de empleados	1.351	1.285
Nº de oficinas	231	211
Nº de cajeros automáticos	445	458



Informe Económico-Financiero 2004

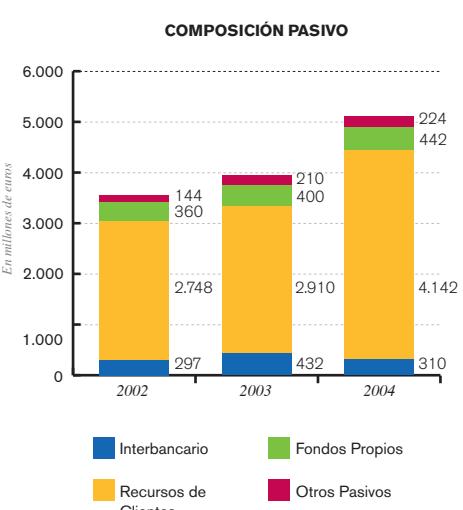
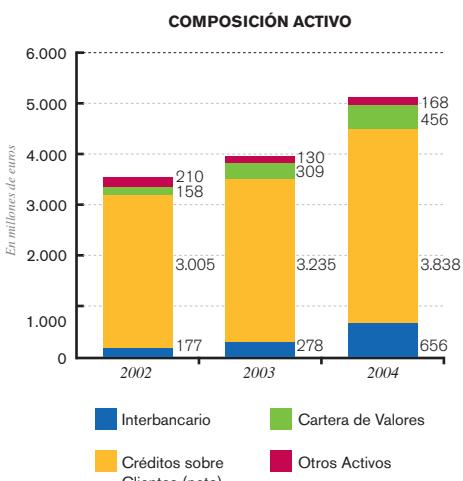


Banca March, S.A.

Análisis de balance

El ejercicio 2004 se ha caracterizado por un aumento importante de volúmenes de los activos y pasivos de clientes gestionados por el Banco, 22'10% y 39'11%, respectivamente, en un marco económico general de bajos niveles de tipos de interés y de una importante intensificación de la competencia en el mercado bancario. Las regiones donde el Banco centra su actividad (Baleares y Canarias) y aquellas zonas del litoral mediterráneo donde el Banco continúa el proceso de expansión (Andalucía, Alicante), han presentado, en general, una mejora de su economía debido al moderado incremento de la actividad turística, a la vez que se ha visto ralentizado por la disminución de los desarrollos inmobiliarios.

En el ejercicio 2004 el Banco ha continuado con una prudente política de gestión de liquidez, mediante la ampliación del programa de pagarés de empresa hasta un importe nominal de 500 millones de euros, la emisión de una cédula hipotecaria de 250 millones de euros y la titulización de 200 millones de euros de préstamos a pymes.



Balance de situación resumidos

	2004	2003	Variación absoluta	miles de euros
			%	
ACTIVO				
Caja y depósitos en Bancos Centrales	100.535	108.268	-7.733	-7,14
Deudas del Estado	16.864	9.120	7.744	84,91
Entidades de Crédito	554.965	170.177	384.788	226,11
Créditos sobre Clientes	3.838.006	3.234.829	603.177	18,65
Cartera de Renta Fija	318.264	188.243	130.021	69,07
Cartera de Renta Variable	137.415	121.073	16.342	13,50
Activos Materiales	39.984	38.657	1.327	3,43
Otros activos	111.125	82.131	28.994	35,30
TOTAL ACTIVO	5.117.158	3.952.498	1.164.660	29,47
PASIVO				
Banco de España	270.000	173.895	96.105	55,27
Entidades de Crédito	39.747	258.550	-218.803	-84,63
Depósitos de clientes	3.656.492	2.777.284	879.208	31,66
Debitos representados en valores negociables	485.404	132.537	352.867	266,24
Provisiones para riesgos y cargas	67.325	85.970	-18.645	-21,69
Fondos Propios	441.882	400.389	41.493	10,36
Otros pasivos	156.308	123.873	32.435	26,18
TOTAL PASIVO	5.117.158	3.952.498	1.164.660	29,47

Teniendo en cuenta los activos titulizados, la cifra de inversión del Banco asciende a 4.269.447 miles de euros, lo que supone un aumento del 22'10% respecto al año anterior, de los cuales el 68,52% corresponde a créditos con garantía real. A 31 de Diciembre de 2004 el ratio de morosidad de activos y avales dudosos sobre el total de la inversión ha descendido hasta un mínimo del 0,38%, con una cobertura de insolvencias del 616%, consecuencia del riguroso control con el que se lleva la cartera crediticia.

Fruto del incremento del volumen de negocio a 31 de diciembre de 2004 los recursos bancarios de clientes de balance han aumentado un 31'66% ascendiendo a 3.656.492 de euros. En cuanto a los recursos totales gestionados, éstos han aumentado a 5.109.947 de euros, lo que supone un incremento de 39,11%.

A 31 de diciembre de 2004, los recursos propios se han incrementado en 41.493 miles de euros, fruto de la aplicación del resultado del ejercicio 2004, suman un total de 441.882 miles de euros.

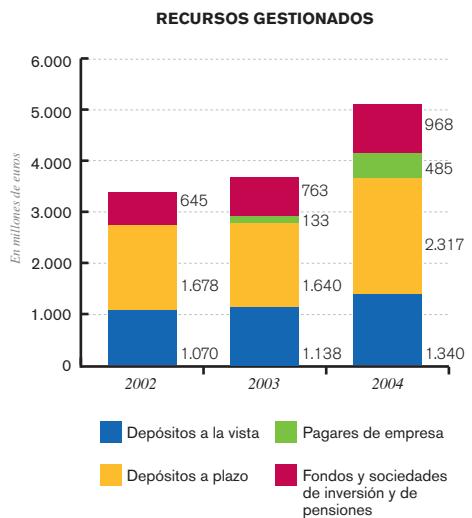


Recursos de clientes

A 31 de diciembre de 2004 los recursos gestionados del Banco ascienden a 5.109.947 miles de euros, lo que supone un incremento del 39'11%. Los recursos bancarios de clientes ascienden a 3.656.492 miles de euros, con un incremento de 879.208 miles de euros. Por sectores, el residente presenta un aumento de 693.116 miles de euros, siendo los principales incrementos en depósitos a la vista con un aumento de 218.448 miles de euros y en imposiciones a plazo con 392.398 miles de euros, donde se incluye una cédula hipotecaria emitida en 2004 por importe de 250.000 miles de euros. Asimismo cabe destacar el aumento de los recursos tomados del sector público que se incrementan en 173.316 miles de euros, ascendiendo a final de 2004 a 221.333 miles de euros. En cuanto al sector no residente, a 31 de diciembre de 2004 su saldo presenta un moderado incremento manteniéndose en 498.463 miles de euros.

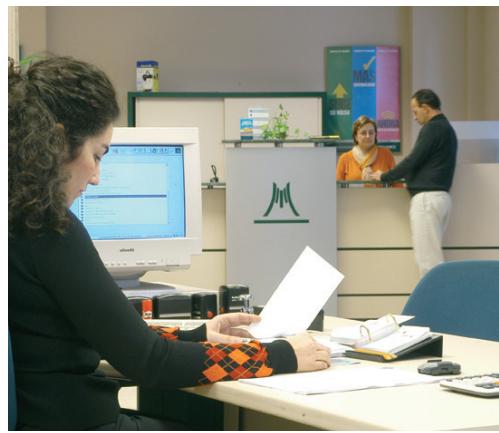
En el año 2004 el Banco ha ampliado su Programa de Pagarés de Empresa de elevada liquidez, por un importe nominal de 500.000 miles de euros, habiendo colocado a final de año 485.404 miles de euros.

A 31 de diciembre los recursos gestionados fuera de balance ascienden a 968.051 miles de euros, lo que supone un incremento del 26'81% respecto al año anterior. Este importante incremento de 204.667 miles de euros se debe tanto al buen comportamiento de los fondos como a la captación de nuevos clientes y a la comercialización de nuevos fondos por parte de las Sociedades Gestoras de Fondos del Banco. Entre ellos hay que destacar el incremento de los saldos comercializados de Sociedades de Inversión, así como de los fondos de renta fija y los fondos de renta variable.



Evolución de los recursos de clientes por sectores y modalidades

SECTORES Y TIPOS	2004	2003	Variación	
			absoluta	%
Recursos bancarios de clientes	3.656.492	2.777.284	879.208	31,66
Sector Público	221.333	48.017	173.316	360,95
Otros Sectores Residentes	2.936.696	2.243.580	693.116	30,89
Depósitos a la vista	1.144.677	926.229	218.448	23,58
Imposiciones a plazo	1.623.761	1.231.363	392.398	31,87
Cesiones temporales de activos	168.258	85.988	82.270	95,68
Sector No Residentes	498.463	485.687	12.776	2,63
Depósitos a la vista	196.898	170.872	26.026	15,23
Imposiciones a plazo	301.565	314.815	-13.250	-4,21
Débitos en valores negociables	485.404	132.537	352.867	266,24
Fondos y sociedades de inversión y de pensiones	968.051	763.384	204.667	26,81
Fondos de dinero	41.735	26.143	15.592	59,64
Renta fija y mixtos de renta fija	249.610	211.400	38.210	18,07
Renta variable y mixtos de renta variable	78.091	29.452	48.639	165,15
Fondos garantizados y otros fondos comercializados	98.352	89.523	8.829	9,86
Sociedades de inversión	327.017	241.016	86.001	35,68
Fondos de pensiones	173.246	165.850	7.396	4,46
Recursos de clientes totales	5.109.947	3.673.205	1.436.742	39,11



Inversiones crediticias gestionadas

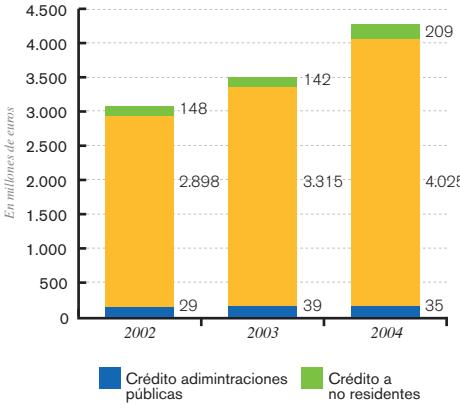
A final del ejercicio 2004 el saldo de créditos gestionados de clientes presenta un incremento del 22'10%, ascendiendo a 4.269.447 miles de euros.

Durante el ejercicio 2004 el incremento neto de los créditos gestionados se ha centrado en la cartera cubierta con garantía real con un incremento de 543.895 miles de euros, ascendiendo a 31 de diciembre de 2004 a 2.925.495 miles de euros, con lo que el 68'52% de la cartera de créditos pertenece a esta categoría, destinados fundamentalmente a la adquisición de vivienda y también a la financiación de inversiones del sector turístico.

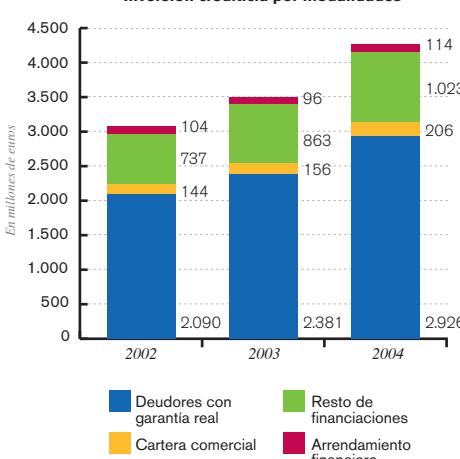
En "Otros deudores a plazo" que asciende a 898.507 miles de euros y en "Cartera comercial" que asciende a 205.753 miles de euros, se recogen, principalmente, las inversiones financieras concedidas a la pequeña y mediana empresa y al comercio, que presentan incrementos a 31 de diciembre de 2004 del 24'16% y del 32'11% respectivamente.

En el ejercicio 2004 el Banco ha dado de baja préstamos por importe de 200.000 miles de euros que fueron traspasados a FTPYME TDA BANCA MARCH, siendo su saldo a final del ejercicio 2004 de 188.726 miles de euros. El saldo de la anterior titulización de préstamos hipotecarios realizada en 2003, TDA 17 Mixto, es a 31 de diciembre de 2004 de 148.437 miles de euros.

CREDITOS GESTIONADOS



Inversión crediticia por modalidades



Evolución de la inversión crediticia por sectores

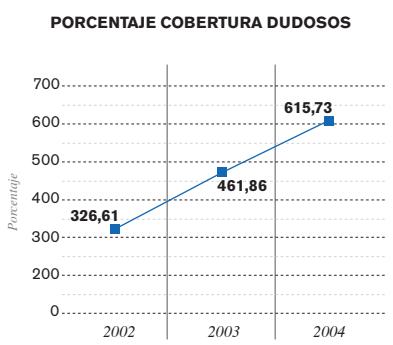
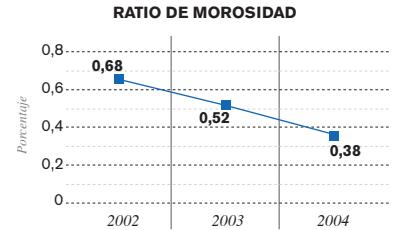
	2004	2003	Variación
			absoluta
			%
Crédito administraciones públicas			
Crédito administraciones públicas	34.743	37.768	-3.025
Crédito otros sectores residentes	4.009.126	3.270.835	738.291
Cartera comercial	205.753	155.746	50.007
Deudores con garantía real	2.737.773	2.222.575	515.198
Otros deudores a plazo	898.507	723.651	174.856
Deudores a la vista y varios	53.013	72.679	-19.666
Arrendamientos financieros	114.080	96.184	17.896
Crédito a no residentes	209.489	168.977	40.512
Deudores con garantía real	187.722	159.025	28.697
Otros deudores a plazo	19.320	8.301	11.019
Deudores a la vista y varios	2.447	1.651	796
Crédito dudoso	16.089	18.985	-2.896
Total créditos gestionados	4.269.447	3.496.565	772.882
Activos titulizados	-337.163	-179.397	-157.766
TDA 17 Mixto	-148.437	-179.397	30.960
FTPYME TDA BANCA MARCH	-188.726	-	-188.726
Fondo de insolvencias	-94.278	-82.339	-11.939
Total créditos de balance	3.838.006	3.234.829	603.177
			18,65



Riesgos dudosos

Los créditos dudosos han disminuido un 15,25% situándose en 16.089 miles de euros y que junto con los avales dudosos suman un total de 17.916 miles de euros, lo que supone llegar a un ratio de morosidad mínimo de 0,38% respecto de la inversión total del Banco. Asimismo, el fondo total de insolvencias asciende a 110.314 miles de euros, lo que supone una cobertura del 615,73%.

	saldo a 31-12-2004	saldo a 31-12-2003	variación		miles de euros
			importe	%	
Créditos dudosos	16.089	18.985	-2.896	-15,25	
Riesgos de firma dudosos	1.827	1.258	569	45,23	
Total	17.916	20.243	-2.327	-11,50	
FONDOS DE PROVISIÓN	110.314	93.495	16.819	17,99	
% sobre créditos y riesgos de firma	0,38	0,52			
Nivel de cobertura en %	615,73	461,86			



	2004	2003	Variación	
			absoluta	%
EUROS				
Caja	43.430	62.602	-19.172	-30,63
Banco de España (Activo)	50.059	40.525	9.534	23,53
Banco de España (Pasivo)	270.000	173.895	96.105	55,27
Entidades de Crédito (Activo)	431.489	111.983	319.506	285,32
Entidades de Crédito (Pasivo)	33.943	188.083	-154.140	-81,95
POSICIÓN NETA EUROS	221.035	-146.868	367.903	250,50
MONEDA EXTRANJERA				
Caja	7.046	5.141	1.905	37,06
Entidades de Crédito (Activo)	123.476	58.194	65.282	112,18
Entidades de Crédito (Pasivo)	5.804	70.467	-64.663	-91,76
POSICIÓN NETA M.E.	124.718	-7.132	131.850	-1848,71
POSICIÓN NETA TOTAL	345.753	-154.000	499.753	-324,51

El saldo acreedor que se mantiene con Banco de España por importe de 270 millones de euros, corresponde al saldo dispuesto de la línea de crédito con límite de 280 millones de euros obtenida con la garantía de los bonos de titulización emitidos en 2003 y 2004 que el Banco ha mantenido en su cartera de activos de renta fija.



Análisis de la Cuenta de Pérdidas y Ganancias

El resultado obtenido por el Banco a 31 de diciembre de 2004 asciende a 41.493 miles de euros lo que supone un incremento del 2'02% respecto al año anterior.

Cuenta de pérdidas y ganancias

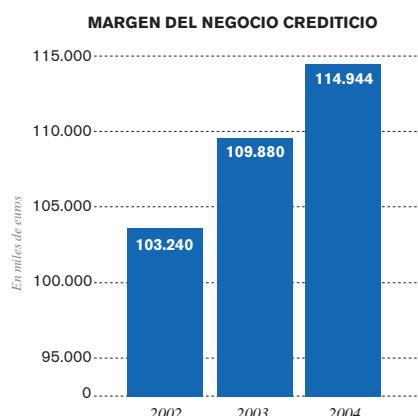
	miles de euros					
	2004		2003		Variación	
	absoluta	%			2004	2003
MARGEN DE INTERMEDIACION	118.463	113.280	5.183	4,58	2,5	2,9
Comisiones percibidas (neto)	36.391	35.258	1.133	3,21		
Beneficios por operaciones financieras	8.034	7.709	325	4,22		
MARGEN ORDINARIO	162.888	156.247	6.641	4,25	3,5	4,0
Otras cargas de explotación (neto)	1.117	1.065	52	4,88		
Costes de transformación	100.289	94.136	6.153	6,54		
Amortizaciones de activos	5.624	5.865	-241	-4,11		
MARGEN DE EXPLOTACIÓN	55.858	55.181	677	1,23	1,2	1,4
Saneamiento de insolvencias	15.005	15.088	-83	-0,55		
Saneamiento de inmovilizaciones financieras	-33	5	-38	-760,00		
Beneficios extraordinarios	14.159	41.980	-27.821	-66,27		
Quebrantos extraordinarios	2.363	34.250	-31.887	93,10		
RESULTADOS ANTES DE IMPUESTOS	52.682	47.818	4.864	10,17	1,1	1,2
Impuesto sobre Sociedades	11.189	7.148	4.041	56,53		
RESULTADO DEL EJERCICIO	41.493	40.670	823	2,02	0,9	1,1
ACTIVOS TOTALES MEDIOS	4.689.209	3.866.530	822.679	21,28		



El margen del negocio crediticio asciende a 114.944 miles de euros a 31 de diciembre de 2004 lo que supone un incremento del 4'61% respecto al mismo período del año anterior. Este incremento del margen se ha conseguido con un aumento de volúmenes de la actividad crediticia que ha permitido neutralizar la caída de márgenes debido al mantenimiento de unos tipos de interés en niveles muy bajos.

Margen de intermediación

	2004	2003	Variación
	absoluta	%	
Ingresos por Intereses y Rendimientos Asimilados	174.205	166.531	7.674 4,61
Gastos por Intereses y Cargas Asimiladas	59.261	56.651	2.610 4,61
MARGEN DEL NEGOCIO CREDITICO	114.944	109.880	5.064 4,61
% Margen del negocio crediticio s /A.T.M.	2,5	2,8	
Rendimientos Cartera Renta Variable	3.519	3.400	119 3,50
MARGEN DE INTERMEDIACIÓN	118.463	113.280	5.183 4,58
% Margen Intermediación s/A.T.M.	2,5	2,9	



**Rendimiento de los empleos y coste de los recursos**

(Saldos medios en millones de euros, productos y costes en miles de euros)

	2004				2003				Variación	
	Saldo Medio	Productos / Costes	Peso	% Tipo Medio	Saldo Medio	Productos / Costes	Peso	% Tipo Medio	abs.	%
RENDIMIENTO DE LOS EMPLEOS										
Créditos a Clientes en euros	3.813	166.292	81,32	4,36	3.215	158.527	83,16	4,93	598	18,60
Créditos a Clientes en M.E.	52	1.302	1,11	2,50	64	1.390	1,66	2,17	-12	-18,75
Total créditos a Clientes	3.865	167.594	82,43	4,34	3.279	159.917	84,82	4,88	586	17,87
Entidades de Crédito	290	6.106	6,18	2,11	241	5.672	6,23	2,35	49	20,33
Cartera Renta Fija	208	5.588	4,44	2,69	45	1.451	1,16	3,22	163	362,22
Inmovilizado y otros activos	326	0	6,95	0,00	301	0	7,79	0,00	25	8,31
TOTALES	4.689	179.288	100	3,82	3.866	167.040	100,00	4,32	823	21,29
COSTE DE LOS RECURSOS										
Recursos de Clientes en euros	2.922	39.505	62,32	1,35	2.758	45.134	71,34	1,64	164	5,95
Recursos de Clientes en M.E.	116	2.201	2,47	1,90	95	1.286	2,46	1,35	21	22,11
Total recursos de clientes	3.038	41.706	64,79	1,37	2.853	46.420	73,80	1,63	185	6,48
Entidades de Crédito	807	16.398	17,21	2,03	381	9.522	9,86	2,50	426	111,81
Débitos en valores negociables	281	6.240	5,99	2,22	55	1.218	1,42	2,21	226	410,91
Recursos propios	400	0	8,53	0,00	360	0	9,31	0,00	40	11,11
Otros pasivos	163	0	3,48	0,00	217	0	5,61	0,00	-54	-24,88
TOTALES	4.689	64.344	100	1,37	3.866	57.160	100,00	1,48	823	21,29

Para una adecuada comparación de las masas en el cuadro referido al “Rendimiento de los empleos y coste de los recursos”, el saldo medio de préstamos titulizados se computa como créditos de clientes mientras que el pasivo financiero generado se incluye como saldo con entidades de crédito. Asimismo el saldo medio de la cédula hipotecaria emitida en 2004 se ha incluido como saldo con entidades de crédito.

Teniendo en cuenta los citados ajustes al balance, la inversión crediticia media se ha incrementado en 586 millones de euros lo que supone un incremento del 17'87% respecto al año anterior, ascendiendo a 3.865 millones de euros durante el año 2004. En cuanto a los recursos bancarios de clientes, estos se han incrementado en 185 millones de euros, ascendiendo a 3.038 millones de euros con una tasa de incremento del 6'48%. El equilibrio del balance se ha logrado acudiendo a los mercados de capitales, plasmándose en el incremento en 226 millones de euros de pagarés emitidos, y en el de saldo con Entidades de Crédito del

pasivo cuyo incremento de saldo medio por importe de 426 millones se debe fundamentalmente al pasivo financiero generado por los préstamos titulizados y a la cédula hipotecaria emitida en el ejercicio 2004.

Análisis causal de la variación del margen del negocio crediticio

	Productos / costes	Variación	Variación	Variación
	2004	2003	2004/2003	en tipos
Créditos sobre clientes	167.594	160.217	7.377	-21.270
Entidades de Crédito - activo	6.106	5.672	434	-729
Cartera de renta fija	5.588	1.452	4.136	-1.165
Productos de los empleos (ajustado)	179.288	167.341	11.947	-23.164
Reursos de clientes	41.706	46.420	-4.714	-7.719
Entidades de Crédito - pasivo	16.398	9.822	6.576	-4.378
Débitos representados por valores negociables	6.240	1.219	5.021	1.842
Coste de los recursos (ajustado)	64.344	57.461	6.883	-10.255
Margen del negocio crediticio	114.944	109.880	5.064	-12.909

En el cuadro referido al “Analisis causal de la variación del margen del negocio crediticio” los intereses de la cédula hipotecaria y del pasivo financiero generado por la titulización de préstamos se han incluido como costes con entidades de crédito.

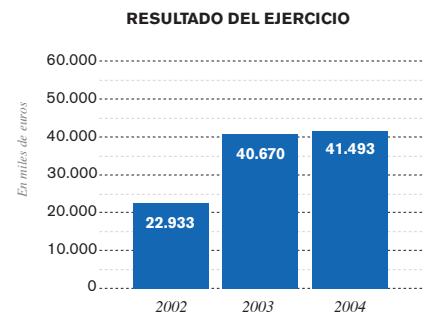
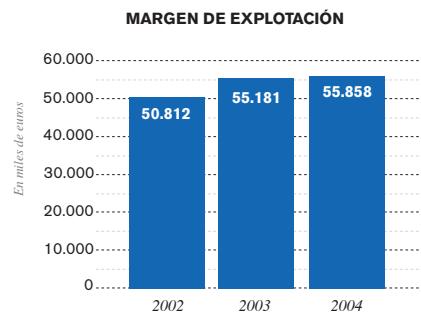
El incremento del margen del negocio crediticio en 5.064 miles de euros del ejercicio 2004 se ha basado en el aumento de los volúmenes de negocio que ha ascendido a 17.973 miles de euros que ha permitido frenar la rebaja del margen propiciado por los bajos tipos de interés que han supuesto un decremento de 12.909 miles de euros.



A 31 de diciembre de 2004 tanto el incremento del margen básico como del margen ordinario es de un 4'25%, ascendiendo a 154.854 miles de euros y 162.888 miles de euros, respectivamente. Los principales importes de comisiones percibidas corresponden a comercialización de fondos de inversión y de pensiones, así como por la prestación de servicios de cobros y pagos instrumentados principalmente en tarjetas de crédito y débito, efectos comerciales y órdenes de pago, ascendiendo su totalidad a 47.059 miles de euros, mientras que los resultados por operaciones financieras, que ascienden a 8.034 miles de euros, corresponden en su mayoría a diferencias de cambio en operaciones en moneda extranjera.

	miles de euros			
	Variación			
	2004	2003	absoluta	%
MARGEN DE INTERMEDIACIÓN	118.463	113.280	5.183	4,58
Comisiones percibidas	47.059	45.354	1.705	3,76
Comisiones pagadas	10.668	10.096	572	5,67
MARGEN BÁSICO	154.854	148.538	6.316	4,25
Resultados por operaciones financieras (neto)	8.034	7.709	325	4,22
MARGEN ORDINARIO	162.888	156.247	6.641	4,25
MARGEN ORDINARIO S/A.T.M.	3,5	4,0		

Debido, fundamentalmente, a los gastos que surgen como consecuencia del proceso de expansión geográfica del Banco en Andalucía, Levante y Canarias, los costes de transformación (gastos de personal y gastos generales) necesarios para la generación del margen ordinario del Banco crecen hasta un 6'54% ascendiendo a 100.289 miles de euros, dejando un margen de explotación de 55.858 miles de euros a 31 de diciembre de 2004.



Margen de explotación

	2004	2003	Variación	miles de euros
			absoluta	%
MARGEN ORDINARIO	162.888	156.247	6.641	4,25
Costes de transformación:				
Gastos de personal	-100.289	-94.136	-6.153	6,54
Gastos generales	-68.200	-63.970	-4.230	6,61
Amortizaciones del inmovilizado	-32.089	-30.166	-1.923	6,37
Otros productos de explotación	472	492	-20	-4,07
Otras cargas de explotación	-1.589	-1.557	-32	2,06
MARGEN DE EXPLOTACIÓN	55.858	55.181	677	1,23
MARGEN DE EXPLOTACIÓN S/A.T.M.	1,2	1,4		
Ratio de Eficiencia %	61,6	60,2		

A 31 de diciembre de 2004, con la provisión estadística totalmente cubierta, el saneamiento de insolvencias se mantiene en los mismos niveles del ejercicio anterior, situándose en 15.005 miles de euros. El resultado antes de impuestos se incrementa un 10'17%, ascendiendo a 52.682 miles de euros, mientras que una vez aplicado el gasto por impuesto de sociedades el resultado neto asciende a 41.493 miles de euros.

Resultado después de impuestos

	2004	2003	Variación	miles de euros
			absoluta	%
MARGEN DE EXPLOTACIÓN	55.858	55.181	677	1,23
Saneamiento de insolvencias	-15.005	-15.088	83	-0,55
Saneamiento de inmovilizaciones financieras	33	-5	38	-760,00
Beneficios extraordinarios	14.159	41.980	-27.821	-66,27
Quebrantos extraordinarios	-2.363	-34.250	31.887	-93,10
RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS	52.682	47.818	4.864	10,17
Gasto por impuesto de sociedades	-11.189	-7.148	-4.041	56,53
RESULTADOS DESPUÉS DE IMPUESTOS	41.493	40.670	823	2,02



Grupo Consolidado de Banca March



Composición y Evolución

El Grupo Banca March se ajusta, en su definición y composición, a lo dispuesto por el Banco de España en la Circular nº 5/1993 de 26 de marzo que, en su norma segunda apartado 2, entiende, como grupo consolidable de Entidades de Crédito: el formado por dos o más entidades consolidables por razón de su actividad, en el que un grupo de personas físicas que actúen sistemáticamente en concurso controlen a varias entidades españolas, todas ellas de crédito.

De acuerdo con la norma anterior, el Balance de situación del Grupo se obtiene por agregación de los Balances de Banca March, S.A. y las sociedades financieras Epyr, S.A., Cibinsa, S.A. y Exportaciones, Proyectos y Representaciones, S.A., controladas todas ellas por los mismos accionistas, y más el Balance de la sociedad de cartera Corporación Financiera Alba, S.A. controlada por el Grupo en un 62'31%.

El Grupo Banca March desarrolla la actividad bancaria a través de su cabecera, el negocio de seguros por medio de Unipsa Correduría de Seguros, S.A., March Correduría de Seguros, S.A. y March Vida, S.A. de Seguros y Reaseguros, y la gestión de sociedades de inversión colectiva y de fondos de pensiones a través de March Gestión de Fondos, S.G.I.I.C., S.A. y March Gestión de Pensiones, S.G.F.P., S.A., respectivamente. Asimismo, la participación en empresas se gestiona desde Corporación Financiera Alba, S.A. controlada en un 62'31% por el Grupo. Dada la importancia de esta última participación en la configuración del

Grupo, el presente capítulo se centra en la cartera de sus distintas sociedades participadas, así como en los recursos propios y en los resultados generados por el Grupo.

Recursos propios

Los recursos propios computables del Grupo, calculados de conformidad con la normativa establecida por la Ley 13/1985 y el Real Decreto 1.343/1992, ascienden a 788.132 miles de euros, que comparados con unos requerimientos mínimos de recursos propios de 430.775 miles de euros suponen un exceso de 357.357 miles de euros. A 31 de diciembre de 2004 el coeficiente de solvencia del Grupo es del 14'64%, frente a la exigencia legal mínima del 8%.

Cartera de Renta Variable

En el ejercicio 2004, el Grupo ha aumentado su participación en la empresa española líder en construcción y servicios ACS hasta un 15'53% ascendiendo la inversión consolidada a 334.901 miles de euros, a la vez que ha consolidado su presencia en la metalúrgica Acerinox hasta un 10'40% con un coste consolidado de 185.634 miles de euros. Asimismo el Grupo mantiene su porcentaje del 3'34% en la multinacional francesa de distribución Carrefour con una inversión de 270.137 miles de euros y en la empresa de servicios de seguridad Prosegur con un 5'23% y un coste consolidado de 13.771 miles de euros.



Durante el ejercicio 2004 se ha procedido a la desinversión en diversas empresas, obteniéndose 81.004 miles de euros en la venta de títulos de la sociedad de telecomunicaciones Vodafone Group, PLC, 30.877 miles de euros con la venta total de la participación en Banco Urquijo, S.A, y 24.469 miles de euros obtenido de la venta de acciones de la empresa de publicidad Havas Advertising. Además de las plusvalías generadas durante el ejercicio 2004, a 31 de diciembre de 2004 las plusvalías tácitas en la cartera de renta variable cotizada del Grupo suman 1.146 millones de euros.

Plusvalías de la cartera de renta variable

	Coste contable	Valor Bolsa	Plusvalías tácitas <i>miles de euros</i>
Actividades de Construcción y Servicios, S.A	334.901	921.041	586.140
Acerinox, S.A.	185.634	323.299	137.665
Carrefour	270.137	837.592	567.455
Havas Advertising	5.476	11.276	5.800
Prosegur	13.771	46.776	33.005
Vodafone	27.753	104.138	76.385
Subtotal	837.672	2.244.122	1.406.450
Fondo de Comercio de Consolidación			-259.972
Total neto		1.146.478	

A 31 de Diciembre de 2004 el saldo de cartera de renta variable, neta de Fondos de Fluctuación de Valores, asciende a 900.235 miles de euros.

Evolución de la Cartera de Renta Variable

	2004	2003	variación %
De Sociedades del Grupo	9.649	9.579	0,73
De Sociedades Asociadas	806.722	652.750	23,59
Otras participaciones	83.864	105.956	-20,85
TOTALES	900.235	768.285	17,17



La diversificación de la cartera de renta variable del Grupo supone que un 37'20% está invertido en el sector de la construcción, un 30'01% en el sector servicios y un 20'98 en el sector industrial. Asimismo se mantiene un 6'96% de la cartera invertido en telecomunicaciones.

Distribución por sectores

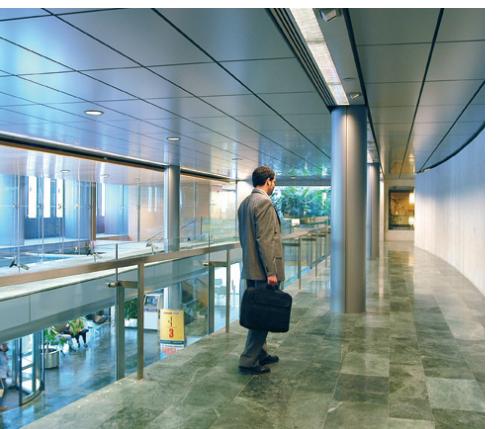
	Valor contable	<i>miles de euros</i>	
	2004	2003	% sobre Total
SECTORES			
Bancos y Financieras	0	21.936	0,00
Construcción	334.901	250.931	37,20
Comercio y Distribución	270.137	243.083	30,01
Inversión Mobiliaria y Cartera	15.737	18.633	1,75
Seguridad	13.771	12.481	1,53
Industria	188.838	113.898	20,98
Telecomunicaciones	62.658	62.106	6,96
Publicidad y Media	5.476	31.092	0,61
Otros	8.717	14.125	0,97
TOTAL	900.235	768.285	100,00



La presencia del Grupo en los distintos sectores de la actividad, tanto en el ámbito nacional como internacional, se muestra en el siguiente cuadro:

Distribución y comercio:

- Grupo Carrefour (Francia).



Construcción y Servicios:

- Grupo ACS (Actividades de Construcción y Servicios, S.A.).

Seguridad:

- Prosegur, S.A.

Telecomunicaciones:

- Vodafone
- Xfera
- Celtel.

Media y Publicidad:

- Grupo Havas Advertising (Francia)

Industrias metalúrgicas:

- Acerinox, S.A.

Inmobiliario:

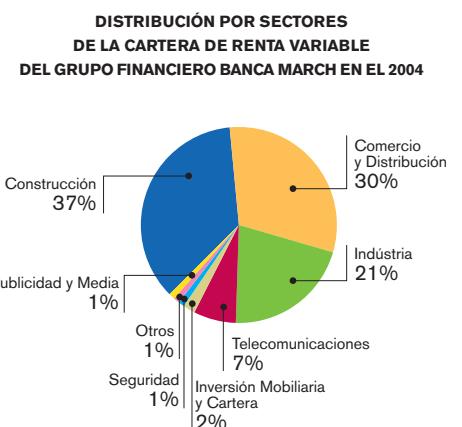
- Mediante la propia Corporación Financiera Alba, se gestiona 113.000 m² de oficinas en alquiler.

Seguros:

- Unipsa
- March Vida.

Gestión de Fondos:

- March Gestión de Fondos
- March Gestión de Pensiones.



Cuenta de pérdidas y ganancias consolidada.

A 31 de diciembre de 2004 el Grupo ha obtenido un resultado de 192.332 miles de euros lo que supone un incremento del 69,11% respecto al año anterior.

El margen de explotación del Grupo, fruto de la agregación de diversos márgenes de las distintas actividades que desarrolla (banca, cartera, financiera, gestión de fondos, colocación de seguros, arrendamiento de inmuebles) y de los dividendos cobrados de empresas participadas (Carrefour, ACS, Vodafone, Havas, Prosegur, Acerinox), asciende a 86.841 miles de euros lo que supone un incremento de 4'86% respecto al año anterior.

Por lo que se refiere a las aportaciones de las empresas participadas, los resultados netos en sociedades puestas en equivalencia a 31 de diciembre de 2004 ascienden a 113.210 miles de euros, lo que supone un incremento del 109'35% respecto al año anterior, debido principalmente a las mayores aportaciones de las compañías ACS y Acerinox.

Al cierre del ejercicio 2004 el Grupo ha reducido su participación en Havas con unas plusvalías realizadas de 24.469 miles de euros, recogidas en el epígrafe de beneficios por operaciones grupo. A la vez que se han generado 30.877 miles de euros por la enajenación de la totalidad de la participación en Banco Urquijo, y 81.004 miles de euros por la desinversión parcial de la inversión en la compañía de telecomunicaciones Vodafone, contabilizándose ambas plusvalías como resultados extraordinarios.

**Cuenta de perdidas y ganancias consolidada**

			miles de euros	
	2004	2003	Variación	
			absoluta	%
Intereses y rendimientos asimilados	175.495	169.059	6.436	3,81
Intereses y cargas asimiladas	66.430	64.288	2.142	3,33
Rendimiento de la cartera de renta variable	40.939	36.509	4.430	12,13
MARGEN DE INTERMEDIACIÓN	150.004	141.280	8.724	6,17
Comisiones (neto)	47.664	47.019	645	1,37
Resultados por operaciones financieras	8.029	7.698	331	4,30
MARGEN ORDINARIO	205.697	195.997	9.700	4,95
Otros resultados de explotación (neto)	12.938	12.097	841	6,95
Costes de transformación	120.983	114.186	6.797	5,95
Amortización de activos	10.811	11.095	-284	-2,56
MARGEN DE EXPLOTACIÓN	86.841	82.813	4.028	4,86
Resultados por sociedades puestas equivalencia	113.210	54.078	59.132	109,35
Amortización del fondo de comercio de consolidación	14.880	10.218	4.662	45,63
Beneficios por operaciones grupo	26.703	3.473	23.230	668,87
Saneamiento de insolvencias	14.913	15.088	-175	-1,16
Saneamiento de inmovilizaciones financieras	3.860	24.779	-20.919	-84,42
Beneficios extraordinarios	128.800	128.398	402	0,31
Quebrantos extraordinarios	-2.805	-4.527	1.722	-38,04
RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS	319.096	214.150	104.946	49,01
Impuestos	32.226	34.249	-2.023	-5,91
RESULTADO CONSOLIDADO DEL EJERCICIO	286.870	179.901	106.969	59,46
Resultado atribuible a la minoría	94.538	66.168	28.370	42,88
Resultado atribuido al grupo	192.332	113.733	78.599	69,11



Rating de Banca March

Por primera vez en 2004 el Banco ha recibido la calificación de Moody's Investor Services consiguiendo la máxima calificación alcanzable en el corto plazo (P1). Asimismo ha recibido A3 en el largo plazo y C en lo que se refiere a fortaleza financiera. Todas ellas con perspectiva estable. Según Moody's estas calificaciones "reflejan el buen posicionamiento de Banca March en el mercado y están apoyadas por un perfil bajo de riesgo derivado de su saneada cartera de préstamos".

La revisión anual del rating del Banco que realiza la agencia internacional Fitch ha supuesto el mantenimiento de la calificación a corto y largo plazo en F2 y A-, respectivamente, y la mejora de la calificación individual en B. El rating asignado es reflejo de la elevada calidad de los activos, de la solidez de los recursos propios y de la buena implantación regional del Banco.

FITCH MOODY'S

Largo plazo	A-	A3
Corto Plazo	F2	P1
Individual / Fortaleza financiera	B	C
Perspectiva	estable	estable
Apoyo Legal	4	-

Las calificaciones a largo plazo de ambas agencias son equivalentes, mientras que la calificación a corto plazo de Moody's es superior a la otorgada por Fitch.



Estructura Funcional



Banca de Particulares

Durante el ejercicio 2004, Banca March ha centrado sus esfuerzos en continuar con el Plan de Expansión en Canarias, Andalucía y Alicante, realizándose, en las oficinas de nueva apertura, acciones comerciales específicas para dar a conocer nuestra entidad.

Además, y continuando con la tendencia del comportamiento de las familias al ahorro, se han ofrecido a nuestros clientes fórmulas alternativas a los tradicionales productos de ahorro, ocupando de nuevo un lugar preferente en nuestra estrategia comercial Planes de Pensiones, Fondos de Inversión y Cartera de Valores.

Por este motivo, se ha diseñado una línea gráfica conjunta, denominada "Sube – Más – Ahora", que identifica esta acción en sus tres vertientes, premiándose en dicha campaña a los nuevos partícipes, así como los traspasos de otras entidades de Planes de Pensiones, Fondos de Inversión y Cartera de Valores.



RED DE OFICINAS

A 31 de diciembre de 2004 el Banco cuenta con una red de 231 oficinas, con la siguiente distribución geográfica:

	2004	2003	2002
BALEARES:	153	147	145
Mallorca	130	125	124
Menorca	11	10	10
Eivissa	11	11	10
Formentera	1	1	1
CANARIAS:	53	48	44
Las Palmas:			
Gran Canaria	17	16	13
Lanzarote	7	6	6
Fuerteventura	6	6	5
Tenerife:			
Tenerife	21	19	19
La Palma	2	1	1
ANDALUCIA:	19	13	5
Cádiz	3	3	1
Málaga	16	10	4
ALICANTE	3		
MADRID	1		1
BARCELONA	1		1
LONDRES	1		1
TOTAL	231	211	197



Durante el ejercicio 2004 se han inaugurado 20 nuevas oficinas correspondiendo 7 a Andalucía, 5 a las Islas Canarias, 5 a las Islas Baleares y 3 a Alicante:

Andalucía:

- Sucursal Alhaurín de la Torre (Málaga)
- Sucursal La Trocha (Málaga)
- Sucursal Rincón de la Victoria (Málaga)
- Sucursal Torre del Mar (Málaga)
- Sucursal Coín (Málaga)
- Sucursal El Pilar (Málaga)
- Sucursal Sierra Blanca (Málaga)



Canarias:

- Sucursal San Isidro (Tenerife)
- Sucursal Santa Brígida (Gran Canaria)
- Sucursal Playa Paraíso (Tenerife)
- Sucursal Los Llanos de Aridane (Tenerife)
- Sucursal Playa Honda (Lanzarote)

Baleares:

- Agencia Urbana Polígono Son Bugadelles (Mallorca)
- Agencia Urbana El Temple (Mallorca)
- Agencia Urbana Salvador Dalí (Mallorca)
- Agencia Urbana Vía Portugal (Mallorca)
- Sucursal Es Mercadal (Menorca)

Alicante:

- Sucursal Moraira
- Sucursal La Nucía
- Sucursal L'Albir

GESTIÓN DE RECURSOS

Depósitos a Plazo Fijo:

- **Depósito Un, Dos, Tres:** depósito a plazo fijo a tres años con retribución anual creciente.
- **Combinado Eficiente:** mediante la aportación a un fondo de inversión, se ha ofrecido al cliente la posibilidad de contratar, a su vez y por el mismo importe, un depósito a un año con una atractiva retribución al vencimiento.
- **Combinado Plus:** mediante la aportación a un plan de pensiones, se ha ofrecido al cliente la posibilidad de contratar, a su vez y por el mismo importe, un depósito a seis meses con una atractiva retribución al vencimiento.
- **I.P.F. con regalo (en Península y Canarias):** imposición a plazo fijo cuya retribución es un regalo que escoge el cliente de un catálogo, según el importe y el plazo.

Libretas de Ahorro

- **Libreta de Ahorros Hogar – Campañas de incremento de saldo:** durante este año Banca March ha mantenido la misma estrategia para este tipo de campañas intensificando las acciones comerciales en la “**Libreta de Ahorros Hogar**”, una libreta con un diseño exclusivo y novedoso.

Los regalos ofrecidos han sido artículos de menaje, pequeños electrodomésticos y otros artículos relacionados con el hogar.



FINANCIACIÓN

■ Préstamos Hipotecarios

Durante este ejercicio, se ha mantenido la oferta de nuestra amplia gama de hipotecas, que se adaptan a las necesidades y situación personal de cada cliente y se reflejan a través de:

- **Catálogo Hipotecario**, diseñado con el objetivo de dar a conocer la variedad de hipotecas para la vivienda que ofrece Banca March y las principales ventajas y características de cada una de ellas.
- **La Hipoteca Ocasión**, un producto hipotecario, de condiciones muy atractivas, que responde a la demanda de este momento.
- **La Hipoteca Tranquila**, una hipoteca con un tipo de interés fijo durante los 3 primeros años y variable el resto del período.

■ Préstamo Personal

Campaña de préstamo finalista - “Reloj de Oro”. Campaña dirigida a las oficinas de Península y Canarias basada en la financiación, mediante un préstamo personal, para la adquisición de un reloj de oro de diseño exclusivo.

Por otra parte, y atendiendo al perfil de nuestros clientes y a las necesidades de liquidez que se generan en el primer trimestre del año, se ha continuado con una campaña de préstamos personales preconcebidos denominada **Campaña Crediplus**, que se inició durante el ejercicio anterior.

■ Campañas Tarjetas de Crédito

- Regalo directo por utilización de la tarjeta VISA: durante los tres meses de verano se ha realizado una campaña con el fin de premiar el uso de nuestras tarjetas VISA mediante un regalo.

FONDOS DE INVERSIÓN

Aprovechando las modificaciones introducidas en la ley del IRPF en el año 2003, por las que se pueden traspasar las participaciones de un fondo de inversión a otro sin tributar por las plusvalías generadas, Banca March ha mantenido todo el año una **Campaña de Fondos de Inversión** en la que se ha premiado a los nuevos partícipes y los traspasos de otras entidades de Fondos de Inversión.

Además, se ha otorgado nueva garantía para dos fondos que venían en el transcurso de este año, ofreciendo a los partícipes la opción de reembolsar sus participaciones, o bien permanecer en el fondo, acogiéndose a la nueva garantía.

■ **March Bolsas Internacionales Garantizado, F.I.** cuya garantía se ha renovado 32 meses.

■ **March USA Garantizado, F.I.**, cuya garantía se ha renovado 34 meses y se ha comercializado junto al Depósito Navidad 3, un depósito a plazo fijo de 3 años con una atractiva rentabilidad.

Por otra parte, y con el fin de ampliar el abanico de posibilidades de inversión que ofrecemos a nuestros clientes, se ha comercializado un nuevo Fondo de Inversión denominado **March Monetario Dinámico, F.I.**, que se encuentra dentro del marco de los fondos de baja volatilidad, con una rentabilidad atractiva. Es un **“Fondo de Fondos”** cuyo patrimonio se invierte en participaciones de otros fondos de inversión gestionados por gestoras de gran prestigio y reconocimiento internacional.



PLANES DE PENSIONES

Durante este año, se ha desarrollado una Campaña denominada “**Programa Extra**”, que tiene como objetivo prioritario premiar a los partícipes que permanezcan en los Planes de Pensiones de Banca March y que a su vez realicen una aportación anual determinada, a través de un sistema de bonificación en cuenta que se va incrementando cada año de permanencia.

Además, se ha mantenido durante todo el año una Campaña en la que se obsequia a los nuevos partícipes y los traspasos de Planes de Pensiones de otras entidades.

ACCIONES EN OFICINAS DEL PLAN DE EXPANSIÓN

Se han realizado campañas específicas para estas oficinas cuyos objetivos han sido, por una parte, dar a conocer nuestra entidad y, por otra, premiar la confianza que nos han depositado los nuevos clientes en estas zonas en las que, hasta ese momento, Banca March no tenía presencia. Se ha obsequiado a los clientes por la apertura de cuentas y por la domiciliación de recibos.

SEGMENTACIÓN / ESPECIALIZACIÓN

■ March Peques

La evolución de March Peques, a lo largo del 2004, ha sido del todo positiva, logrando posicionarse como marca con éxito en el mercado, con unas expectativas de crecimiento importantes y con un gran recorrido. Como consecuencia de todo ello, ha aumentado la fidelización y la participación de los clientes en las diversas acciones y campañas realizadas.

Entre todas las acciones realizadas, cabe destacar las siguientes:

- **Campañas de incremento de saldo:** dirigidas exclusivamente a los productos March Peques, con obsequios seleccionados para este segmento.

- www.marchpeques.com: desarrollo y actualización de la “home” e incorporación de nuevos contenidos.



- Diseño de **elementos promocionales** con el fin de fortalecer y dar a conocer la marca: camisetas, globos, caramelos.

- **Colaboración con Parques Acuáticos:** durante julio y agosto regalamos una entrada para un parque acuático a todos los clientes de March Peques.

- **Colaboración en las fiestas patronales** de algunas poblaciones en las que estamos situados.

- **2º Certamen de Postales Navideñas:** cuatrocientos ochenta niños concursaron en 2º Certamen, con el fin de ilustrar con sus dibujos las postales de Navidad de Banca March.

- **Fiesta de Navidad:** celebramos la Navidad junto a nuestros pequeños clientes y sus familias en un emotivo encuentro, con un magnífico espectáculo teatral y una fiesta infantil.

■ Asalariados

- **Campaña Servicio Nómina:** conjunto de productos y servicios con ventajas para clientes con la nómina domiciliada.

- **Campaña “1:1”:** acciones personalizadas para colectivos de asalariados, empresas e instituciones, con una oferta personalizada y adaptada a su demanda de productos financieros, de financiación, de ahorro y de servicios.

■ Profesionales

- Campañas dirigidas a colectivos de profesionales en las que se han ofrecido productos y servicios adecuados a sus necesidades concretas.



Área de clientes extranjeros

Durante el año 2004, el número de clientes extranjeros mantuvo tendencia al alza, en línea con lo acontecido durante los últimos años. De esta manera, el ritmo de crecimiento, con respecto al año 2003, ha sido de un 7%, situándose el número de clientes particulares extranjeros en 59.919. Esto representa un 27,7% sobre la masa total de clientes particulares de nuestra entidad.

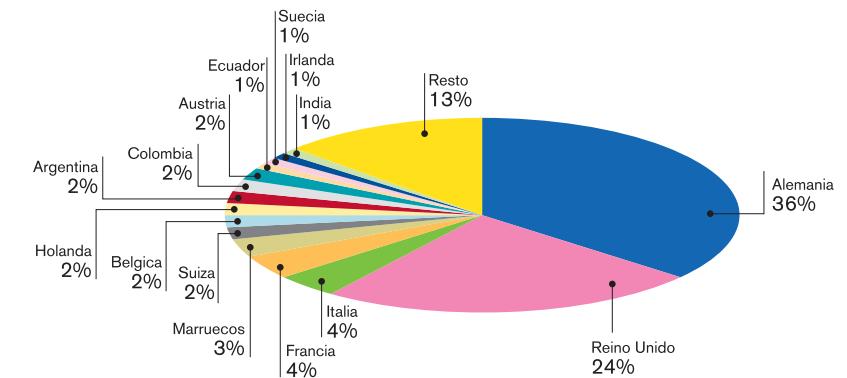
Evolución número de clientes



Es importante señalar la apertura, durante este año, de las primeras tres oficinas en la provincia de Alicante. No cabe duda de que tratándose de una zona con un importante número de clientes extranjeros, contribuirá en buena medida a la captación de nuevos clientes. Esperamos que con la apertura de nuevas oficinas programada para la zona durante el 2005 y 2006, la penetración en este nuevo mercado sea tan rápida y eficaz como lo ha sido en la zona de Andalucía.

Atendiendo al gráfico de distribución de clientes por nacionalidades, podemos observar que alemanes e ingleses son claramente mayoritarios,

si bien la diversificación es cada vez mayor, dando lugar a que el resto de nacionalidades esté cobrando cada vez más importancia.



La especialización de nuestros Gestores Comerciales especializados en Clientes Extranjeros está orientada a proporcionar a este segmento un modelo de banca basado en la profesionalidad y la vocación de servicio, lo que convierte a estos Gestores en asesores personales que desarrollan su labor en las áreas de influencia de nuestra Entidad, donde la presencia de clientes extranjeros es más importante, llegando algunas veces incluso a superar en número a los clientes nacionales.



La predisposición de estos interlocutores, su conocimiento de idiomas, así como la capacidad de asesorar y dar servicio son las bases del éxito diario.

Actualmente nuestra red cuenta con más de 100 especialistas repartidos entre Baleares, Canarias, Andalucía y Alicante.

En esta misma línea de servicio nació en agosto de 2003 March Premium Club, que fue creado para cubrir aquellos aspectos que, por su desconocimiento del país y del idioma, dificultan el día a día a aquellas personas extranjeras que han elegido España como lugar de residencia. Con el fin de alcanzar este objetivo, el Club ofrece una gran variedad de servicios, seguros y actividades.



Durante el año 2004 hemos añadido diversas mejoras siguiendo las sugerencias de nuestros socios, entre las que cabe reseñar que la pertenencia al Club, que hasta ahora solamente se podía contratar a través de una tarjeta 4B Maestro, ahora también se puede hacer a través de una tarjeta 4B MasterCard, con una gama más amplia de prestaciones y ventajas. Así las cosas, podemos afirmar que el cliente extranjero disfruta de un paquete realmente único en banca.

Con sólo cinco meses de existencia, March Premium Club cerró el año 2003 con más de 4.000 socios. Pues bien, el año 2004 cierra con una cifra cercana a los 10.000 socios, lo que confirma la excelente acogida que el Club está teniendo entre nuestros clientes internacionales.

Dado que una gran mayoría de los socios pasa parte del año en su país de origen, March Premium Club ha habilitado una página web www.marchpremiumclub.com, así como una dirección de correo electrónico premiumclub@bancamarch.es, al objeto de mantener el contacto con sus socios cuando se encuentran fuera de España, y para que éstos puedan mantenerse puntualmente informados de todas las nuevas iniciativas o actividades llevadas a cabo por el Club.

En otro orden de cosas y tratando de mantenernos siempre lo más cerca posible de nuestros clientes actuales y futuros, Banca March asistió por primera vez, el pasado mes de septiembre, a una feria inmobiliaria en el Reino Unido. La feria tuvo lugar en el recinto de exhibiciones de Earl's Court (Londres), donde nuestro stand fue uno de los mas visitados durante las tres jornadas de duración que tuvo el evento. En esa misma línea y en vista del éxito obtenido en esta primera aproximación, tenemos prevista la asistencia a cuatro ferias más durante el año 2005 (dos en Londres, una en Manchester y otra más en Glasgow).



March Clàssic

En el 2004, las actividades llevadas a cabo por el servicio March Clàssic se han desarrollado atendiendo las necesidades actuales de un número significativo y creciente de pensionistas y en respuesta a su vitalidad, curiosidad y cultura financiera e intelectual. Son, en definitiva, los rasgos de una programación que queremos definir como atractiva, original y estable, bien recibida por este sector, y que ha tenido un eco destacable en los medios de comunicación. En el transcurso de este ejercicio, hemos incorporado una serie de actividades, eminentemente culturales, destinadas a satisfacer las demandas de un sector, cada vez más numeroso, procedente de las jubilaciones anticipadas. En el transcurso de este año, hemos consolidado nuestra presencia en Menorca e Ibiza, y se ha ahondado en el proceso de adaptación y desarrollo del programa March Clàssic en las Islas Canarias.

En cuanto a la actividad social y cultural desarrollada, se han realizado alrededor de 400 actividades en las que han participado unos 16.000 pensionistas.

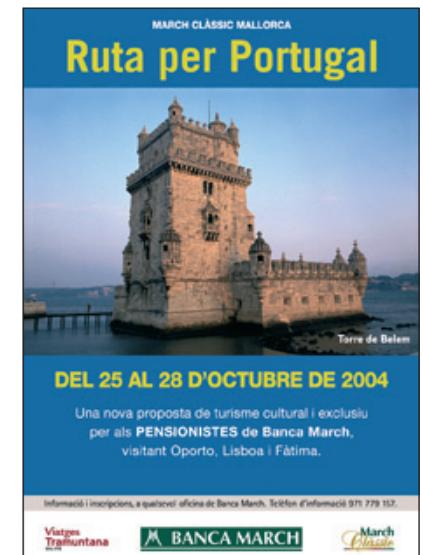
En la programación habitual se incluyen excursiones realizadas en Mallorca, Menorca e Islas Canarias, en colaboración con las diferentes oficinas de la red. Han sido un total de 150 excursiones en las que no sólo se han tenido en cuenta los alicientes paisajísticos y gastronómicos, sino que la mayoría de ellas se han visto cumplimentadas con una oferta cultural. Especial relevancia han tenido este año los programas exclusivos de viajes March Clàssic. Se han efectuado un total de quince salidas, adaptadas a las preferencias de nuestros pensionistas, dándoles a todas ellas un cariz de marcado interés cultural.



Son muchas las actividades ya consolidadas que han tenido lugar en los Clubes Sa Banca de Palma y Manacor, de las que son ejemplo ilustrativo actividades tales como la gimnasia, el Yoga, las clases de baile de salón, el taller de poesía, la diafreoterapia y las clases de bridge. También se han introducido otras como las sesiones de reflexología podal.

En referencia a los cursos que se han llevado a cabo, cabe destacar la gran acogida dispensada a los cursos de Internet, iniciados a finales del 2003. Hemos intensificado las conferencias sobre la historia de Mallorca y posterior visita a los lugares estudiados, todo ello llevado a cabo por prestigiosos profesores de historia. Las conferencias de carácter divulgativo, organizadas a través de diversos programas, se han consolidado en Mallorca. Especial importancia ha tenido el ciclo de conferencias médicas en colaboración con la Fundación Hospital Manacor, así como una serie de conferencias sobre el patrimonio artístico y cultural de Mallorca, y sobre el conocimiento de distintos países, y la continuación del ciclo sobre la meteorología popular, por distintos puntos de nuestras Islas.

Hemos de hacer una mención específica a las distintas colaboraciones que venimos realizando con las instituciones oficiales, tales como el programa "La cuina dels nostres majors". En este año, hemos procedido a la renovación del convenio establecido con la "Universitat Oberta per a majors" (UOM) por el período de cinco años.



March Joven

El 2004 ha supuesto para March Joven la consolidación de un proyecto que se inició en julio de 2002 con el objetivo y el convencimiento de desarrollar y construir un proyecto de futuro para nuestros clientes jóvenes (de 13 a 25 años).

Un proyecto centrado en intentar conectar con los jóvenes y establecer, con ellos, relaciones duraderas. Y todo ello, con un estilo propio y diferenciador.

Los hechos significativos en el 2004 han sido los siguientes:

- Consolidación de la Tarjeta March Joven, con más de 6.000 vendidas entre nuestros clientes jóvenes. Una tarjeta que, además de los servicios propios de una tarjeta financiera de débito (a partir de los 18 años), se le incorporan descuentos y promociones especiales provenientes de comercios y establecimientos. Con el Programa de Fidelización de March Joven, dirigido a comercios afines a los gustos de los jóvenes (cines, tiendas de deporte, de moda, etc), se han reunido 1.900 puntos de venta (1.300 en Baleares y 600 en Canarias).
- 1.280 jóvenes han participado en las distintas actividades de March Joven:



Total	Actividad
115	Concurso Bursátil dirigido a los jóvenes universitarios de la Universitat de les Illes Balears, Universidad de Las Palmas y Universidad de La Laguna. Web: www.marchjoven.com , sección "Zona Campus"



120

Manager March, concurso de simulación de empresa dirigido a los jóvenes universitarios de la Universitat de les Illes Balears, Universidad de Las Palmas y Universidad de La Laguna. Web: www.marchjoven.com sección "Zona Campus"



600

L'Escriptnauta, un Concurso de Redacción Multimedia dirigido a los alumnos de los centros de enseñanza secundaria de las Islas Baleares. Web: <http://escripnauta.bancamarch.es>



190

El Escritnauta, un Concurso de Redacción Multimedia dirigido a los alumnos de los centros de enseñanza secundaria de las Islas Canarias. Web: <http://escritnauta.bancamarch.es>

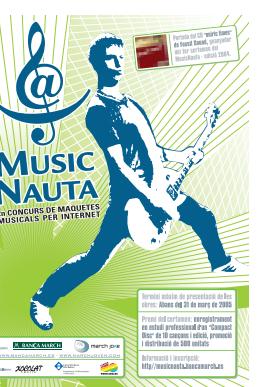


210

MusicNauta, un certamen de maquetas musicales para Internet, dirigido a jóvenes creativos (ámbito Baleares). Web: <http://musicnauta.bancamarch.es>

45

MovieNauta, un certamen de videoclips digitales, dirigido a jóvenes creativos (ámbito Baleares) Web: <http://movienauta.bancamarch.es>



■ Con la puesta en marcha de las actividades se producen una serie de hechos que queremos destacar:

- Banca March ha sido pionera en actividades simultaneadas con 3 Universidades distintas (Baleares, Las Palmas y La Laguna), a través del Concurso de Bolsa y del Manager March.
- Banca March, con el Escripnauta, MusicNauta y el MovieNauta, ha sido pionera en la introducción de este tipo de actividades en los centros de enseñanza. Se tratan de actividades vanguardistas, que nos alinean con la "generación digital" y los jóvenes creativos.
- El MusicNauta, en su primera edición, reunió a 70 intérpretes musicales pop-rock de las Islas Baleares, un récord en este tipo de certámenes.

■ Al proyecto March Joven se han ido incorporando paulatinamente instituciones y colaboradores tanto del ámbito público como privado:

- Parlament de les Illes Balears
- Direcció General de Política Lingüística de la Conselleria d'Educació i Cultura del Govern de les Illes Balears.
- Dirección General de Promoción Educativa de la Consejería de Educación, Cultura y Deportes del Gobierno de Canarias.
- Departament de Matemàtiques i Informàtica de la Universitat de les Illes Balears.
- Fundació Universitat-Empresa de les Illes Balears
- Departament d'Economia de l'Empresa de la Universitat de les Illes Balears
- Departamento de Economía Financiera y Contabilidad de la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria
- Escuela de Empresariales de la Universidad de La Laguna
- Radio Mallorca – Cadena SER
- Produccions Blau - Xocolat Centre
- Los 40 Principales – Baleares
- Barcelona Virtual, SL
- Iker Tolosa Mata
- Audiosuits
- Oci-Idiomes
- Illa de Publicitat i MÀrqueting, SL
- Asociación Provincial Cines de Baleares

■ Por último, merecen especial mención:

- Los 1900 comercios adheridos al Programa de Fidelización de Mach Joven.
- Los 1.280 jóvenes que han participado en las actividades de March Joven
- Los profesores de los más de 50 centros de enseñanza secundaria que han participado en las actividades de March Joven.
- Innova Group, SL – CompanyGame
- Fona Artist
- Sala Assaig
- Y los medios de comunicación:

Agencia EFE	El Dia de El Mundo
Diario de Mallorca	Ultima Hora
Revista Brisas	Revista No Badis
Revista Savanah	Revista Youthing
Revista Funcine	Revista DP
Revista Mondosonoro	Radio Jove
Ona Mallorca	Localia TV



March Correduría de Seguros

En el ámbito del Área de Seguros de Banca March, March Correduría de Seguros desarrolla su actividad de mediación persiguiendo el objetivo de asesorar, formar y apoyar a la red de sucursales y agencias en la gestión de los productos aseguradores especializados.

Al mismo tiempo, confecciona programas aseguradores para clientes de Banca March, persiguiendo la mejora de las condiciones de éstos tanto desde el punto de vista cualitativo como cuantitativo.

El negocio asegurador amplía claramente el volumen de comisiones típicamente bancarias, así como gestiona las primas generadas por esta actividad. En el ejercicio 2004, se han intermediado más de 41 millones de euros en primas que han generado más de 5 millones de euros en comisiones, representando un 17% de crecimiento sobre las percibidas en el ejercicio anterior.

El objetivo principal cualitativo para el ejercicio 2005 es la finalización de la implantación del aplicativo informático de la Correduría a través del cual se contratarán y emitirán on-line en la Red Comercial todos los productos de distribución de "banca-seguros". El arranque del nuevo aplicativo se produjo en octubre de 2004 con el producto "seguro del hogar", lo que ha supuesto una mejora en el nivel de eficiencia y un importante ahorro de los costes de transformación.

Durante el ejercicio 2004 se han desarrollado dos campañas comerciales, una de productos estandarizados y otra de productos vinculados a operaciones crediticias, en las que se han incluido todos los productos del área aseguradora, emitidos tanto por March Vida, como por March Correduría de Seguros, alcanzando una mejora significativa en la distribución.

También podemos destacar la formalización del contrato colectivo de Salud entre Banca March y la compañía de aseguradora Adeslas para el colectivo de empleados. A través de este acuerdo ofrecemos las mejores coberturas del mercado asegurador en condiciones económicas favorables y sin costes adicionales en la utilización del producto.





Banca de Empresas



El área de Empresas ha tenido, este año, una importante reestructuración, configurándose como una de las grandes áreas de aportación de negocio en la entidad. Así, el nuevo organigrama organizativo de esta dirección engloba, desde este ejercicio, las siguientes divisiones:

- Banca de grandes empresas
- Banca Institucional
- Banca de pymes
- División inmobiliaria

Con ello se pretende dotar de mayores sinergias, compaginando la especialización de cada unidad con la visión global y la optimización del negocio entre ellas.

Entre las medidas más destacables tomadas en este ejercicio, cabe resaltar la asignación de la totalidad de los clientes que integran el área en sus distintos segmentos a carteras de gestores especializados, ofreciendo así un servicio más personalizado y profesionalizado. Asimismo, se ha creado un área especializada en análisis de productos con el fin de ir dando respuesta a los nuevos requerimientos de nuestros clientes y del mercado, mejorando la oferta tanto de los mismos como de los distintos canales de distribución.

En la división de Grandes Empresas se han obtenido crecimientos de negocio del entorno del 17%, destacando el buen comportamiento en Canarias, Madrid y Barcelona, frente a una cierta ralentización en los ritmos de crecimiento de Baleares por segundo año consecutivo.

Por lo que respecta a la División Inmobiliaria, se han firmado líneas de crédito promotor por más del doble de las que se firmaron en el ejercicio anterior, consolidándose como uno de los capítulos de mayor dinamismo dentro de nuestra organización, financiando básicamente primeras residencias, con importantes niveles de ventas sobre proyectos y un esquema de financiación acorde a los criterios de riesgo que, como norma, el banco tiene establecidos bajo un prisma de prudencia. La apertura de nuevos mercados en Andalucía y Alicante han contribuido a este importante crecimiento.

En el área Institucional, la penetración de Banca March en las comunidades donde se va implantando es cada vez mayor y mantiene su cuota de liderazgo en Baleares, donde la práctica totalidad de instituciones públicas operan con nuestra Entidad. Se han conseguido acuerdos institucionales muy significativos, entre los que quizás cabe destacar el haber ganado el concurso para la gestión de tesorería del Gobierno Canario, que se une a la ya existente del Govern Balear.

En la división de Pymes, se ha llevado a cabo una potente campaña de captación de nuevos clientes en Baleares y Canarias, con productos específicos, cosechando importantes éxitos hasta el momento con más de 4000 visitas realizadas por nuestra organización en el último trimestre del año.

La calidad del riesgo en el área ha seguido manteniendo niveles muy bajos de morosidad, reduciéndose en el ejercicio un 15%, en línea con la totalidad de la organización.

Por último, la formación ha sido otro de los capítulos que han supuesto un mayor esfuerzo en toda la organización, habiendo impartido diversos cursos y materias a todo el personal especializado del área.



Banca Institucional

Durante el ejercicio 2004, las actuaciones en el ámbito de Banca Institucional y Colectivos se han centrado, en lo que a las Instituciones Públicas respecta, en diferentes actuaciones por fases y territorios. En Alicante, se ha iniciado el contacto con las instituciones de administración local. De los 141 ayuntamientos que componen la provincia de Alicante, hemos establecido acuerdos con aquellos en los que Banca March ya tiene presencia y seguiremos el desarrollo en función de nuestra implantación. En Andalucía, Banca March empieza a estar presente en diferentes Organismos con acuerdos y convenios, tales como la Junta de Andalucía, con convenio para las Pymes andaluzas o con los diferentes ayuntamientos donde tenemos presencia, y en los cuales ya participamos en la recaudación de tributos, tasas e impuestos. En la Comunidad Canaria, nos encontramos en una fase de consolidar nuestra implantación en las Instituciones con notable presencia en la mayoría de las islas, y destaca nuestra participación como entidad colaboradora en la recaudación de impuestos y tributos de la gran mayoría de ayuntamientos.

Participamos como entidad colaboradora en la RIC del Gobierno Canario y del Cabildo de Gran Canaria. A finales de año, hemos conseguido entrar como entidad colaboradora para la gestión de Tesorería del Gobierno de Canarias. En las Islas Baleares hemos cumplido una fase de total consolidación, y Banca March hoy es un banco de referencia en las Instituciones, pasando a ser entidad colaboradora en la práctica totalidad de ellas.

Banca March se ha posicionado como una de las principales entidades financieras en las instituciones de Canarias y la entidad de referencia en Baleares.

En el ámbito de las Instituciones Privadas, las líneas de actuación se han orientado a la consolidación de los Colegios Profesionales y Colectivos más significativos, a través de Convenios de colaboración, tanto en Baleares como en Canarias, y con importante presencia en los principales Colegios Oficiales y Colectivos Profesionales. Especial atención han merecido las Organizaciones Empresariales, tales como las Asociaciones y Federaciones de Pymes, con las cuales hemos firmado diferentes convenios en todos los territorios.

Destacan también las diversas colaboraciones con importantes Asociaciones, Fundaciones, ONG's, Obispados, Universidades, Empresas Públicas y diferentes Organismos en Baleares, Canarias y Andalucía, así como los inicios en Alicante, Madrid y Barcelona.

En el mundo institucional, donde desarrollamos nuestra labor, ha tenido una muy buena acogida la excelente calificación otorgada por la Agencia Moody's a Banca March.



Pymes y Comercios

Con objeto de alcanzar mayor presencia en este entramado básico de la economía conformado por las pequeñas y medianas empresas, Banca March ha procedido, durante el 2004, a dar un nuevo impulso y a consolidar el proyecto iniciado en el ejercicio anterior.

A modo de resumen de las actuaciones realizadas, cabe destacar:

- Marchpyme como referencia interna y externa de nuestro servicio y especialización.
- Productos adecuados a las pyme.
- Mayor dotación de equipo humano para el impulso y apoyo a las oficinas en nuestras acciones comerciales.
- Acción comercial, con campañas específicas dirigidas a las pyme.
- Y, sobre todo, mayor implicación de la red de oficinas en atención y obtención de nuevos clientes.

Con todo ello, iniciamos el 2005 con más conocimiento y más dedicación y esfuerzo en atender a este variado colectivo que agrupa empresas y negocios, que son la gran mayoría, con la voluntad de incrementar nuestra base de clientes entre las pequeñas y medianas empresas.



División Inmobiliaria

Desde su creación, División Inmobiliaria se encuentra englobada dentro del área de Banca de Empresas y su nacimiento obedece al dinamismo del sector inmobiliario en la sociedad española y más concretamente al crecimiento de la inversión que en el sector bancario se ha alcanzado en estos últimos años.

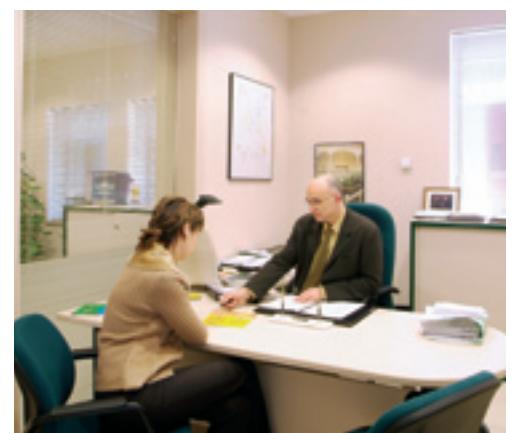
Las características especiales que comporta el negocio inmobiliario y, más concretamente, los desarrollos urbanísticos nos obligan a contar con una formación específica y, por tanto, con un equipo humano cualificado dentro de cada uno de los mercados en los que estamos realizando nuestra expansión, además de un amplio conocimiento del mercado mallorquín.

En el año 2004 Banca March ha alcanzado un volumen de inversión cercano a los 800 millones de euros que permiten la construcción de 5.050 nuevas viviendas, centradas principalmente en el mercado de primera residencia y siempre con una visión del riesgo prudente, procurando en todo momento no sobrepasar los porcentajes que nos garantizan el buen fin de nuestras inversiones.

Durante el presente año hemos comenzado nuestra andadura en Andalucía y Levante, esperando el año próximo conseguir un importante crecimiento de la inversión que nos permitirá diversificar aún más nuestra cartera.



Banca Privada



Durante el 2004, los mercados financieros han continuado con el buen comportamiento iniciado en el año anterior. El mercado bursátil ha sido, en términos generales, el que mayor rendimiento ha ofrecido a los inversores, por encima incluso de otros mercados como el de la vivienda que, en años anteriores, había sido el más rentable. Los tipos de interés de la zona euro han permanecido en niveles mínimos. A pesar de que la evolución del precio del crudo hizo temer que existieran tensiones inflacionistas, el comportamiento del euro frente a la divisa americana permitió compensar esta situación. Por otra parte, la marcha de las principales economías europeas tampoco aconsejaron ninguna actuación por parte de las autoridades monetarias.

Este panorama ha hecho que los inversores hayan tomado una mayor iniciativa en los movimientos de sus carteras, incrementando los pesos en mercados con mayor perfil de riesgo, pero con mayores expectativas de rentabilidad. Como siempre desde Banca Privada hemos tratado de responder a esta situación con nuestro asesoramiento y recomendaciones, de forma que nuestros clientes pudieran obtener, dentro de los parámetros de riesgo marcados en cada caso, la mayor rentabilidad posible para su patrimonio financiero.

El crecimiento del área se puede calificar de muy satisfactorio, con un crecimiento de casi un 30% en volumen de activos gestionados y más de un 36% en número de clientes. Una vez más, estas cifras no hubieran sido posibles sin la colaboración que existe entre nuestra red de oficinas y el equipo de Asesores. Como ya hemos dicho otros años, estas cifras nos confirman la validez de nuestro modelo estratégico de negocio en el que el área especializada de Banca Privada está al servicio de la red para ayudar a conseguir nuevos clientes y colaborar en la fidelización

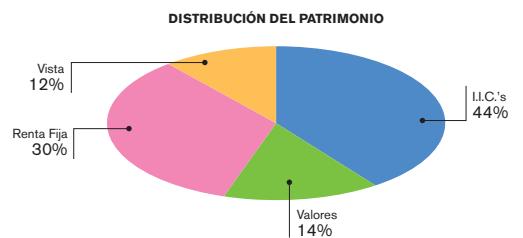
de los existentes por medio de la atención personalizada, el asesoramiento y la calidad de servicio.

El Plan Estratégico puesto en marcha el año anterior ha continuado su desarrollo, consiguiendo avances importantes que nos permitirán mejorar nuestra capacidad de respuesta y el servicio ofrecido a nuestros clientes. Merece la pena destacar en este sentido la finalización del primer "Curso Superior de Gestión Patrimonial", que impartido por la Fundación de Estudios Financieros, ha permitido que la mayoría de nuestros Asesores cuenten con la calificación de Asesor de Finanzas Europeo otorgada por la European Financial Planning Association, entidad que agrupa a los profesionales europeos de la gestión patrimonial y de la que Banca March ha pasado a ser miembro corporativo como muestra de su compromiso con la formación continua de sus profesionales.

Otro hecho destacable es la incorporación de la plataforma All-funds a nuestro catálogo de productos. Esto nos permite contar con una arquitectura abierta para la mejor gestión del patrimonio de nuestros clientes. En colaboración con March Gestión de Fondos, podemos asesorar a nuestros clientes en la selección de fondos de inversión de terceros de mercados o sectores que no cubrimos con nuestra gama o bien dar respuesta a demandas específicas de nuestros clientes.

Por último, en el apartado de avances, hemos seleccionado y puesto en marcha el proceso de desarrollo funcional de un nuevo aplicativo informático para Banca Privada cuya implantación finalizará a lo largo del año y nos permitirá mejorar nuestro proceso de asesoramiento, reporting e incrementar nuestra anticipación y proactividad en la gestión de los clientes.

Banca Privada tiene presencia en la mayoría de las áreas geográficas en las que Banca March cuenta con oficinas. A lo largo de este año, se cubrirá la Zona de Levante, única que no cuenta con asesores por su reciente creación. El equipo formado por 30 profesionales continuará creciendo en función de las necesidades, de forma que podamos mantener los parámetros de calidad y servicio conseguidos hasta ahora.



El gráfico adjunto indica la distribución de los activos bajo gestión. Seguimos incrementando la importancia relativa de las Instituciones de Inversión Colectiva, lo que sería imposible sin el nivel de colaboración e integración que existe con el equipo de March Gestión de Fondos con el que seguiremos trabajando estrechamente a lo largo de presente ejercicio.



March Gestión de Fondos S.G.I.I.C., S.A.

March Gestión de Pensiones S.G.F.P., S.A.

El año 2004 ha sido, sin duda, un buen ejercicio para ambas gestoras. Así, el patrimonio total bajo gestión alcanzó los 934,3 millones de euros con un incremento del 29,2% frente a 2003, lo que supone el segundo año consecutivo en que el patrimonio gestionado crece a un ritmo superior del 20%.

Por una parte, **March Gestión de Fondos S.G.I.I.C.** incrementó su patrimonio gestionado un 32,7% hasta colocarse en 806,3 millones de euros, gracias al buen comportamiento tanto de los Fondos de Inversión, como de las Sociedades de Inversión de Capital Variable (Sicav).

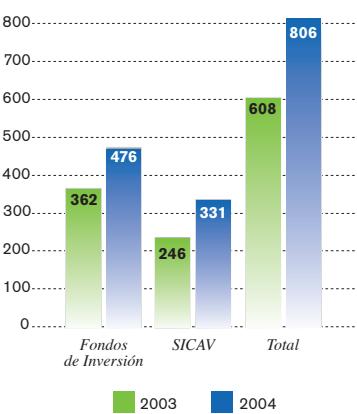
De esta forma, el patrimonio de los Fondos de Inversión ascendía a finales de 2004 a 475,8 millones de euros lo que representa un crecimiento del 31,6% respecto al ejercicio anterior.

En esta evolución destaca, por un lado, la excelente acogida que ha tenido un nuevo Fondo lanzado durante el mes de noviembre, March Monetario Dinámico, que invierte en fondos de gestión alternativa de perfil conservador y cuyo objetivo es obtener una rentabilidad anual, neta de comisiones y gastos, equivalente al euribor más un 0,60% con una volatilidad inferior al 1%. Por otro lado, también debe resaltarse el crecimiento experimentado por los Fondos de renta variable cuyo patrimonio se incrementó un 59% en 2004.

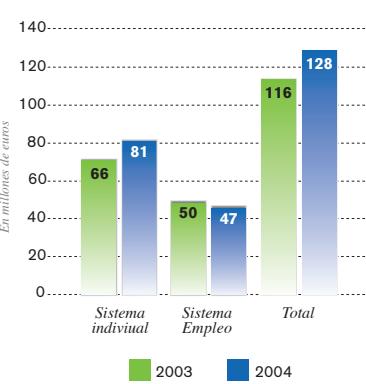
En relación con las Sociedades de Inversión de Capital Variable (Sicav), segunda de las categorías de Instituciones de Inversión Colectiva gestionadas por March Gestión de Fondos S.G.I.I.C., el patrimonio gestionado también experimentó una evolución muy satisfactoria, situándose al final del ejercicio en 331 millones de euros, un 34,4% más que en 2003.



**MARCH GESTIÓN DE FONDOS S.G.I.I.C.
(Patrimonio Gestionado)**



**MARCH GESTIÓN DE PENSIONES S.G.F.P.
(Patrimonio Gestionado)**



Un año más, se ha puesto especial énfasis en la calidad de la gestión de las Instituciones de Inversión Colectiva arriba indicadas, lo que ha tenido su reflejo en las posiciones alcanzadas en las clasificaciones por rentabilidad frente a otras Instituciones. Así, de nuevo en 2004, la práctica totalidad de los fondos de Banca Privada se ha situado en el primer tercio del ranking correspondiente a su grupo.

Por otra parte, el patrimonio total de los Fondos de Pensiones gestionados por **March Gestión de Pensiones S.G.F.P.** alcanzó los 128,0 millones de euros con un crecimiento del 10,5% respecto al año anterior. Debe destacarse la evolución experimentada por los Fondos de Pensiones del sistema individual cuyo patrimonio ascendió hasta los 80,8 millones de euros con un incremento del 22,7%.

Durante el ejercicio 2004 se ha llevado a cabo un ambicioso programa de formación en materias relacionadas con Fondos de Inversión y Planes de Pensiones dirigido a toda la red de oficinas. Asimismo, se ha puesto a disposición de las mismas nuevas herramientas de asesoramiento en aspectos relacionados con las Instituciones de Inversión Colectiva, con el fin de facilitar a nuestra red de oficinas la prestación de un servicio de mayor valor añadido a sus clientes, clave para la diferenciación en un entorno altamente competitivo. Estos aspectos continuarán recibiendo especial atención durante 2005.

La consecución por ambas gestoras de los resultados antes indicados ha sido el fruto de una estrecha colaboración con el resto de áreas de Banca March que, a través de diversas iniciativas comerciales descritas en capítulos anteriores, han tenido una participación decisiva en los mismos.



Tesorería y mercado de capitales

Tesorería

Banca March dispone de dos Salas de Contratación, una en la sede central en Palma de Mallorca y otra situada en la Oficina de Londres, desde las que se desarrolla la actividad de mercados.

Su actividad está centrada en cubrir las necesidades propias del balance de la entidad y el servicio a clientes, banca especializada (Banca de Empresas y Banca Privada) y Red de Oficinas.

Mercado de Capitales

Sus funciones pueden dividirse en dos segmentos:

- Estudio, estructuración y distribución de emisiones propias para la financiación de la actividad.
- La atención a instituciones privadas y grandes empresas en sus necesidades de colocación de excedentes de liquidez e inversión en activos financieros, el diseño y distribución de productos específicos para estos clientes y Red de Oficinas y, en colaboración con Tesorería, el apoyo a las Áreas Comerciales en la comercialización de activos financieros.

En el marco de esta actividad, en el año 2004 se ha lanzado el **Segundo Programa de Pagarés de Banca March**, inscrito en la Comisión Nacional del Mercado de Valores el 24 de junio, con un límite de emisión de 500 millones de euros. El saldo a 31 de diciembre de 2004 ascendía a 485 millones de euros.



En el mes de junio se emitió una **Cédula hipotecaria** singular por un importe de 250 millones de euros y vencimiento 11 de junio de 2014. Está cédula conjuntamente con otras cuatro emitidas por otras cuatro entidades financieras, se titulizaron a través del fondo IM Cédulas 2, F.T.A. para su distribución en el mercado.

Asimismo, en 2004 se ha utilizado por segunda vez la titulización de préstamos como alternativa de financiación, cediendo Banca March préstamos concedidos a pequeñas y medianas empresas (PYME) por un importe de 199 millones de euros a un Fondo de Titulización. Los préstamos se cedieron a **FTPYME TDA Banca March, F.T.A.** que goza de un aval del Estado por importe de 36,2 millones de euros al amparo del Convenio de Promoción de Fondos de Titulización de Activos para favorecer la financiación empresarial.

■ Riesgo de tipo de interés y Riesgo de liquidez

Banca March tiene constituido un Comité de Activos y Pasivos que con carácter mensual analiza y supervisa los riesgos de mercado, liquidez y de tipo de interés, los riesgos operativos para los riesgos de mercado así como la orientación estratégica del Área.

■ Riesgo de tipo de interés

Este riesgo nace como consecuencia de los efectos negativos que las variaciones de los tipos de interés pueden tener sobre la situación financiera de una entidad, tanto sobre su margen financiero como sobre el valor patrimonial. Las variaciones de los tipos de interés afectan al margen de intermediación de una entidad en el momento del vencimiento de los activos y recursos de balance o en el momento de su repreciación si están referenciados a un índice.

Para analizar este riesgo se distribuyen las masas de los activos y pasivos según su plazo residual hasta su vencimiento o de repreciación, calculándose un desfase o gap estático para cada intervalo temporal. Por medio de este análisis se dispone de una representación sencilla de la estructura del balance y se pueden detectar concentraciones de riesgo de interés en los distintos plazos.

Posteriormente se realiza una simulación en distintos escenarios de tipos de interés e hipótesis de comportamiento de las distintas masas de activo y de pasivo, con la finalidad de valorar la sensibilidad del margen financiero a una variación dada de los tipos de interés.



■ Riesgo de Liquidez

El riesgo de liquidez refleja la posible dificultad de una entidad de crédito para financiar los compromisos adquiridos a precios razonables. Este riesgo se valora por medio de un análisis que mide la necesidad o exceso neto de fondos en una fecha determinada, a través de la desagregación de los activos y pasivos según sus plazos residuales y calcular un desfase o gap de liquidez positivo o negativo para cada intervalo.



March Vida, Compañía de Seguros

March Vida acaba de cumplir su primer año en producción con éxito, consolidándose cada día más dentro del grupo bancario. La Compañía del ramo de Vida ha terminado el ejercicio con unos resultados por encima de sus expectativas iniciales, gracias al esfuerzo colectivo del grupo, por lo que ha cumplido sus objetivos a corto plazo. Valga como muestra las 8.151 operaciones de seguro vinculadas a operaciones financieras del banco, lo que supone un nivel de cobertura de riesgos muy importante para Banca March.

Adicionalmente, los productos de March Vida contribuyen a generar imagen de marca a todo el grupo, por lo que ayudan a conseguir una mayor fidelización de los clientes, tarea imprescindible dados los escasos márgenes financieros que ofrece un escenario de tipos de interés bajos.

Este primer año en explotación ha supuesto un gran reto para la integración de servicios aseguradores en la red de oficinas del Banco, introduciendo una nueva plataforma informática en las mismas que ha posibilitado una gran distribución de coberturas relacionadas con el ahorro, la previsión y la vida de las personas.



En este sentido, el éxito en producción no se ha hecho esperar: se contrataron más de 13.500 operaciones de seguro, de las cuales el 80% corresponden a seguros de riesgo, mientras que el 20% restante corresponden a seguros de ahorro. En cuanto a volumen de primas contratadas, se emitieron más de 17 millones de euros, de los cuales el 85,6% corresponden a productos de ahorro, mientras que el 14,4% restante corresponden a los productos de riesgo.

Cabe recordar que la Compañía inició la explotación en toda la red del banco en el mes de febrero, porque sus dos primeros meses en mercado se desarrolló en unas pocas oficinas en fase de pruebas. En esta época, March Vida inició su periplo de actividad con tres productos (March Vida Ahorro, March Vida P.P.A. y March Vida Riesgo Renovable), mientras que en la actualidad cuenta con seis productos en plataforma y varios productos más en servicios centrales como pueden ser las rentas vitalicias. De hecho, se espera poder ofrecer nuevos productos en la plataforma informática durante el primer semestre de 2005.

Durante el presente ejercicio se avanzará en el desarrollo de la Compañía, consolidando procesos internos y aumentando el catálogo de productos disponibles en la plataforma informática. Todo ello complementado con un plan de formación continuo que contribuirá a la integración de los productos de seguros dentro de la red de oficinas.



Recursos Humanos

Gestión de los recursos humanos

El desarrollo de nuestro proyecto de expansión geográfica y de diversificación y especialización del negocio ha provocado, durante el año 2004, un incremento neto de la plantilla en 60 personas, lo que representa un 4,67 % sobre el año anterior. Todo ello en un marco de mejora constante de los niveles de optimización de los recursos disponibles y de eficiencia funcional y operativa.

La plantilla, a final del ejercicio, estaba compuesta por 1.351 personas, con una edad media de 38,17 años, frente a los 38,80 del año anterior.

Al mismo tiempo ha continuado la significativa incorporación de la mujer a nuestras plantillas, alcanzando, a finales de año, un 41 % del total.

Desarrollo y carrera profesional

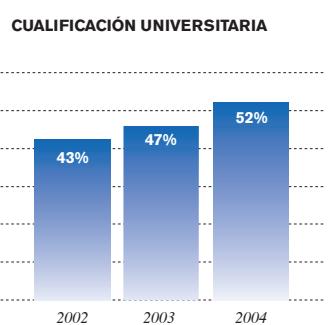
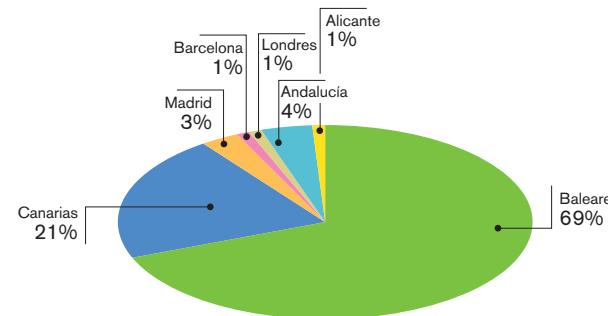
En este ejercicio se han mantenido las acciones encaminadas al desarrollo profesional y personal de todos los empleados de la plantilla, con especial atención a los más jóvenes y a los directivos con potencial.

En este sentido, se ha promocionado a 133 personas a puestos de mayor responsabilidad, destacando el numeroso grupo de los que han accedido por primera vez a una función directiva. Este hecho confirma la apuesta decidida de nuestra Organización por la promoción interna y desarrollo profesional de todos los empleados.



Asimismo, y como eje fundamental de este desarrollo, hemos potenciado la rotación funcional y geográfica con el fin de acelerar los procesos formativos y fomentar una visión más global del negocio que nos permita dar mejor servicio a las diferentes tipologías de clientes que integran los mercados de nuestras oficinas. El nivel de rotación funcional durante este año se ha situado en un 28 %.

En relación al nivel de formación académica, cualificación técnica y conocimiento de otros idiomas, se ha mantenido un grado de exigencia para nuevas incorporaciones que implica titulación universitaria, dominio de un idioma extranjero y conocimientos suficientes para el manejo de herramientas informáticas a nivel de usuario.



Formación

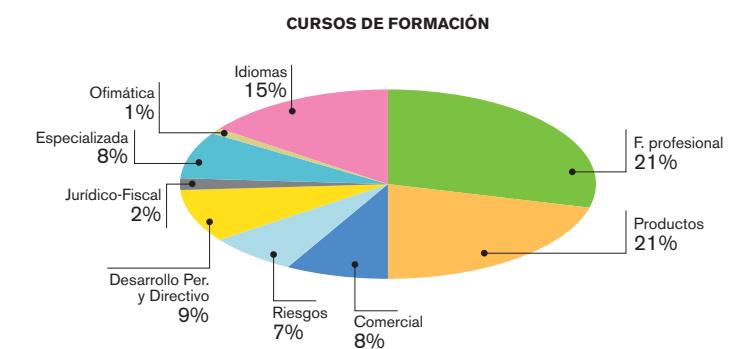
La continua incorporación de nuevos empleados sin experiencia previa, ligada al desarrollo de nuestro proyecto de expansión, hace que la formación sea uno de los pilares fundamentales de nuestra política de recursos humanos.

Durante el ejercicio, y dentro del Plan Estructurado de Formación, se han realizado 58 cursos, que han representado la impartición de 59.907 horas lectivas, con una asistencia de 4.218 empleados.

En el marco de los proyectos iniciados en este ámbito, destaca por su magnitud y características el "Plan de mejora del Oficio Bancario", en el cual se combinan el aprendizaje teórico de los conceptos básicos del negocio con la transmisión de experiencias por parte de profesorado experto de la propia entidad. Todo ello, a partir de unos programas y contenidos desarrollados internamente.

Al mismo tiempo, y como resultado de acciones formativas específicas, un total de 23 empleados de Banca March se han certificado como Asesores de Finanzas Europeos, siendo la primera Entidad Financiera Balear cuyos profesionales obtienen la citada certificación.

Con esta acreditación se pretende elevar el nivel de calidad del servicio prestado a nuestros clientes en el ámbito del asesoramiento financiero avanzado.



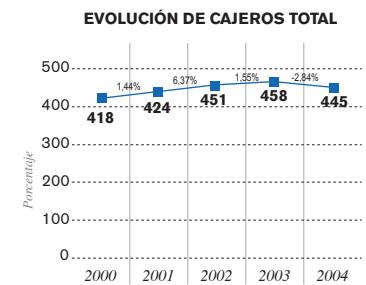


Banca Electrónica y Medios de Pago



RED DE CAJEROS AUTOMÁTICOS

La evolución del parque total de cajeros ha ido experimentado un ritmo de crecimiento constante a excepción de este último ejercicio en el que se ha producido un decrecimiento debido a la retirada de cajeros obsoletos.



La evolución de cajeros por zonas la vemos reflejada a continuación:

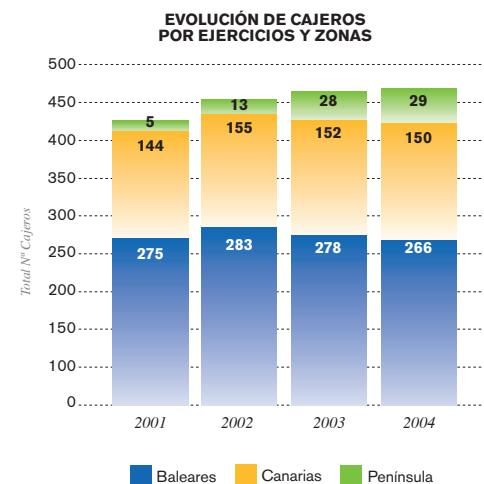
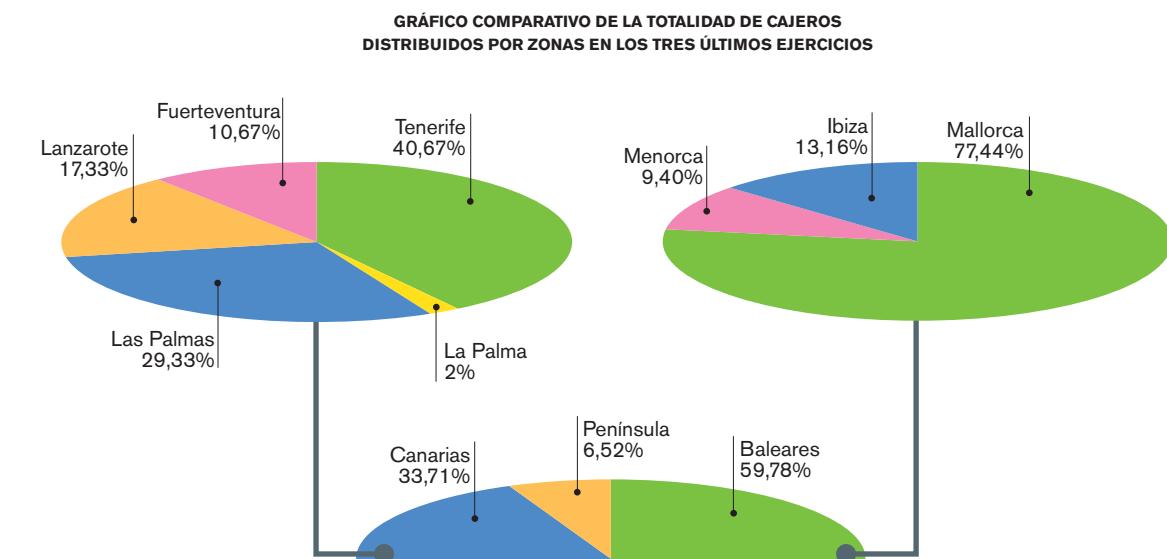


Gráfico comparativo de la totalidad de cajeros distribuidos por zonas en los cuatro últimos ejercicios



Respecto al año anterior, la zona de Baleares ha sufrido un decrecimiento del 4,31%, pasando de 278 unidades a 266.

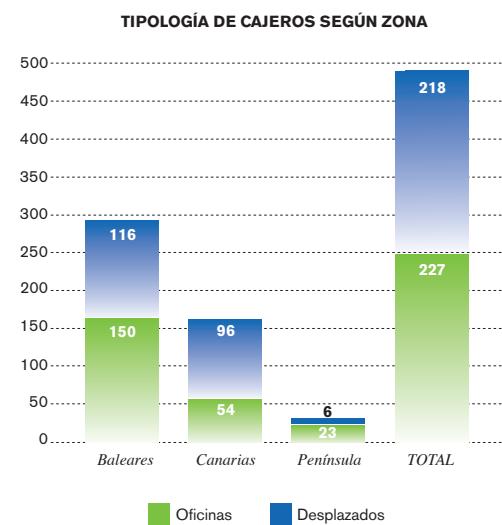
En las islas Canarias, también se ha producido un decrecimiento similar establecido en un 1,31%, pasando de 152 a 150.

Zona Península ha experimentado un crecimiento del 3,57%, incremento menos pronunciado en comparación con el ejercicio anterior (11,38%) provocado por el plan de expansión llevado a cabo en Andalucía con el objetivo de ampliar nuestras fronteras.

De la totalidad de 445 cajeros, el 59,78% están ubicados en Baleares, el 33,71% en Canarias y el resto en la Península.



Del total de la red de cajeros automáticos, un número de 227 están ubicados en las propias oficinas mientras que 218 son cajeros desplazados que se encuentran repartidos en centros comerciales, aeropuertos, grandes almacenes, hospitales, hoteles, etc., es decir, en lugares de gran afluencia de público para proporcionar una mayor comodidad y calidad de servicio a nuestros clientes y público en general.



El volumen de actividad a través de la red de cajeros ha sido de 7.571.992 operaciones con un volumen de 592.778.000 €.

En relación a la red de terminales en puntos de ventas (Telepago - TPV's) el volumen de actividad ha sido de 4.744.882 operaciones cuantificables en 409.493.391 €.

En definitiva, se ha logrado un volumen de 12.316.874 operaciones por un importe de 1.002.271.391 €.

SERVICIO DE BANCA A DISTANCIA

Es un servicio personalizado y seguro que permite de una forma cómoda y flexible, acceder y operar desde cualquier lugar del mundo a través del ordenador o teléfono.



SIN DESPLAZAMIENTOS • SIN HORARIOS • SIN FRONTERAS

- **BANCA TELEFÓNICA**

Es un canal complementario, ya que el cliente puede elegir entre acudir a su oficina o ponerse en contacto con nuestro servicio telefónico.

Cuenta con un amplio abanico de posibilidades, desde solicitudes de asesoramiento, de información, de cotizaciones bursátiles, hasta la realización de operaciones. Además de la elaboración de campañas de TeleMarketing.

En el transcurso del presente año las consultas informativas se han situado en 37.874 y las llamadas para realizar alguna operación se han contabilizado en 6.025.

TOTAL LLAMADAS CLASIFICADAS POR TIPOLOGÍA

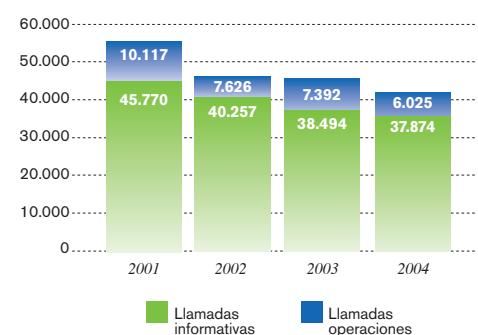


Gráfico comparativo de la totalidad de llamadas clasificadas por tipología



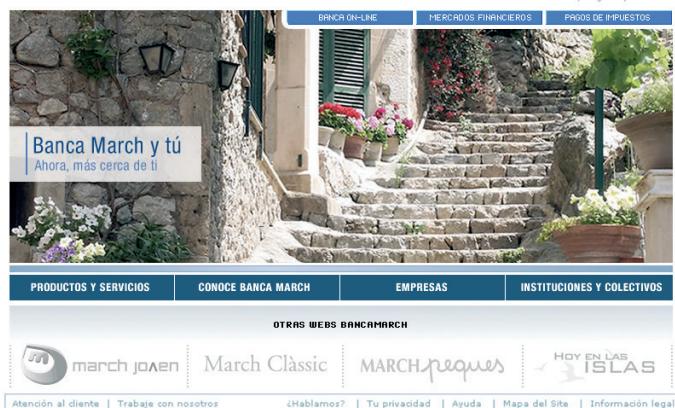
El decrecimiento constante experimentado en los últimos años es consecuencia del incremento de operaciones y consultas realizadas a través de Banca por Internet.

• BANCA POR INTERNET

a) www.bancamarch.es

Durante el presente ejercicio se ha remodelado y reestructurado todos nuestros "sites" en base a criterios de rapidez, accesibilidad y practicidad dirigida a satisfacer las necesidades de nuestros clientes.

BANCA MARCH



Visión de la home de www.bancamarch.es

Nuestra estrategia en este entorno se ha orientado a un trato especializado ya que consideramos que cada segmento posee unas necesidades concretas y específicas. Consecuencia de ello es la existencia de "minisites" específicos para cada segmento que vamos actualizando y remodelando, adecuándolos a las necesidades del segmento en cada momento.

Estas sites no sólo están orientadas al ámbito bancario, sino que el usuario puede encontrar información de carácter didáctico y lúdico que no tiene nada que ver con el negocio bancario, estableciendo así una nueva herramienta de comunicación y de relación entre el banco y el cliente.

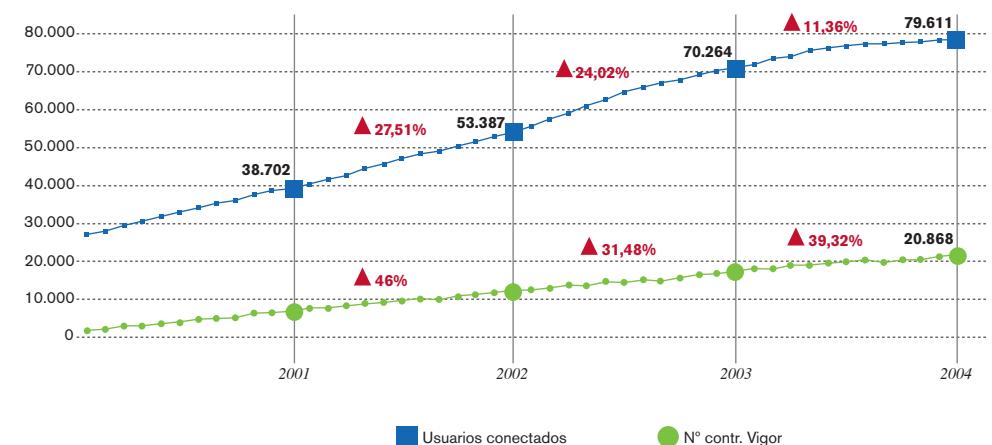
A su vez, durante el presente ejercicio se están diseñando nuevas secciones y "sites" especializadas. Ejemplo de ello es la nueva Sección de "Instituciones y Colectivos", el minisite www.marchpyme.com, etc.



www.marchpremiumclub.com

b) Banca on line

En los últimos ejercicios el servicio de "banca on line" ha experimentado un importante crecimiento en su utilización. Este incremento es consecuencia de la continua ampliación en la gama de operaciones que el cliente puede efectuar. A este hecho hay que añadirle factores tales como: su rapidez, su accesibilidad durante las 24 horas de todos los días del año y su seguridad.



En cuanto a la tipología de las operaciones podemos observar su evolución creciente en los últimos ejercicios.

Banca on line se presenta en cuatro idiomas: castellano, catalán, alemán e inglés, facilitando su acceso tanto a clientes nacionales como extranjeros.





Dirección de Inversiones



La Dirección de Inversiones de Banca March tiene como función el tratamiento integral del Riesgo de Crédito.

Para poder alcanzar un mayor grado de efectividad, el Área se ha estructurado, atendiendo a la especialización, en tres ámbitos, con responsabilidades independientes pero muy interrelacionadas entre sí.



Durante el 2004 se ha efectuado un notable avance en el desarrollo e implantación del Plan Puzzle. Dicho plan consiste en una reestructuración completa de los procesos de gestión crediticia y que afecta a las tres áreas de la Dirección de Inversiones pero, fundamentalmente, a la de Admisión y Calidad y Seguimiento.

Admisión del Riesgo:

En el 2004 se ha completado la arquitectura de la plataforma informática del Plan Puzzle, e implantado el sistema de Scoring para el tratamiento global de los productos del segmento de Banca Particulares.

Para el 2005 tenemos previsto implantar el Scoring de negocios y el tratamiento de la totalidad de productos para empresas, incluyendo el análisis económico/financiero automatizado para el

cliente y la herramienta de Rating que ayudará a la valoración de la calidad del riesgo, tanto en el momento de la admisión como de la evolución de nuestra cartera crediticia.

Con todo ello, estamos consiguiendo un notable avance en factores tan determinantes como:

- Homogeneizar la admisión del riesgo.
- Agilidad y calidad en las decisiones.
- Minimizar la exposición al riesgo.

Calidad y Seguimiento:

En esta área, también fundamental para el banco, continuamos desarrollando el sistema de vigilancia y seguimiento de las Políticas Asignadas al Riesgo (vigilar, reducir, extinguir) para mejorar la predicción y anticiparnos al tratamiento de la morosidad.

Este sistema lo completaremos en el 2005 automatizando, dentro del Plan Puzzle, las situaciones incidentales de los clientes, el tratamiento de las Políticas Asignadas y el Rating de clientes.

Recuperaciones:

Gracias al desarrollo de nuevos programas para el tratamiento de dudosos y fallidos, y a la caracterización de las partidas dudosas más importantes, hemos podido reducir de forma significativa el ratio de morosidad.

	2003	2004	Variación
Activos dudosos	18.985	16.089	-15%
Pasivos contingentes dudosos	1.105	1.827	65%
Indice de morosidad	0,52%	0,38%	-27%
Indice de cobertura	465.38%	615.73%	32%
Activos adjudicados	8.024	6.991	-13%

En resumen, si el año 2004 ha sido un año fundamental por haber completado la implantación de toda la arquitectura informática de la plataforma del riesgo, el 2005 será el año en el cual se complementará la puesta en marcha de todos los procesos de tratamiento del riesgo en la totalidad de la red.



Auditoría interna



La Auditoría Interna se ha desarrollado como actividad independiente y objetiva de aseguramiento y consulta de las operaciones de nuestra Organización, de acuerdo con los objetivos recogidos en el plan de actuación para el ejercicio, aprobados por el Comité de Auditoría.

Dicha actividad se ha llevado a cabo en los siguientes ámbitos de actuación:

- La Red de Oficinas ha sido auditada de acuerdo con los mismos criterios de selección y revisión de ejercicios anteriores, haciendo especial hincapié en las oficinas de reciente apertura. Nuestra colaboración está orientada a evaluar la fiabilidad e integridad de las operaciones, así como el grado de cumplimiento de la normativa interna.
- La auditoría a distancia, concebida como actividad de apoyo y complementaria a la auditoría presencial, ha incorporado nuevos controles o sistemas de alertas para dar cobertura a las transacciones con mayor número de operaciones y a aquéllas identificadas como críticas.
- En el ámbito de los Servicios Centrales, se ha realizado, en colaboración con auditores externos, la revisión de la función de la Auditoría Interna analizándose la metodología y procedimientos aplicados en nuestra práctica profesional.

En todos estos ámbitos, la actividad de Auditoría Interna ha asistido a nuestra Organización mediante la identificación y evaluación de los riesgos significativos, contribuyendo en la mejora de los sistemas de gestión de riesgos y control. Adicionalmente, ha cumplido con la función formativa que le es inherente, fomentando el conocimiento de la normativa interna.

Por último, debe señalarse que durante el presente ejercicio, la actividad de Prevención del Blanqueo de Capitales ha sido segregada del ámbito de actuación de Auditoría Interna, integrándose en la Dirección de Cumplimiento Normativo y Prevención del Blanqueo de Capitales, de nueva creación, en aras de una mayor especialización en este tema y en cumplimiento de las recomendaciones del Regulador.



Expansión y desarrollo corporativo



En el año 1989, Banca March inició un proyecto estratégico de apertura de mercados en comunidades de España en las cuales no tenía presencia. Esta diversificación geográfica ha permitido incrementar las posibilidades de negocio con la aplicación de nuestro "know how" en comunidades tan significativas como Canarias, Andalucía y Alicante.

Así, en el transcurso del 2004, se ha creado el área de Expansión y Desarrollo Corporativo que tiene como función la localización, contratación y ejecución de obras de las nuevas oficinas que conforman la expansión de Banca March.

Se ha continuado con la política de apertura de nuevas oficinas, fundamentalmente en entornos turístico-residenciales, con gran dinamismo inversor y fuerte crecimiento, prestando especial atención a la provincia de Málaga, en la que se han abierto 7 nuevas oficinas; además de 5 en Baleares, 3 en Tenerife, 2 en Las Palmas de Gran Canaria.

Se han reubicado 4 oficinas, además de los servicios centrales de la provincia de Las Palmas y reformado en profundidad otras 5 oficinas.

Se han realizado otras obras de modernización o adaptación en diversas oficinas, todo ello con el ánimo de acercar más nuestros empleados a nuestros clientes, mejorar día a día nuestras instalaciones y ampliar nuestro radio de acción abriéndonos a mercados en los que hasta ahora no llegábamos.

En 2005 continuaremos en la misma línea, tanto de expansión como de modernización de nuestras instalaciones.



Área de calidad y departamento de atención al cliente

Calidad

Banca March, al igual que en años anteriores, ha realizado durante el 2004 estudios de opinión y encuestas para la mejora de los servicios y productos, entre los que cabe citar la encuesta de Calidad del Servicio de Medios de Pago. Con ello se pretendía conocer el grado de calidad percibida por los clientes internos con el Servicio de Medios de Pago. Se diseñó una encuesta realizada entre el 31.05.2004 y el 20.06.2004, finalizando la misma el 10.07.2004, con los parámetros de valor entre 0 (totalmente insatisfecho) y 10 (totalmente satisfecho). Los resultados fueron los siguientes:

■ Atención al cliente en el trato personal	7.16
■ Atención telefónica al cliente	7.15
■ Profesionalidad del personal.....	8.06
■ Respuesta del personal a consultas	7.77
■ Agilidad en los trámites	7.28
■ Gestión de quejas	5.05
■ Confianza y fiabilidad	7.90
■ Información y comunicaciones.....	7.35
■ Observaciones	49
■ Sugerencias.....	41



Departamento de atención al cliente

El Departamento de Atención al Cliente de Banca March tiene la finalidad de salvaguardar los derechos e intereses de los clientes, así como atender y contestar las quejas, reclamaciones y todas aquellas consultas o demandas de información que los mismos planteen.



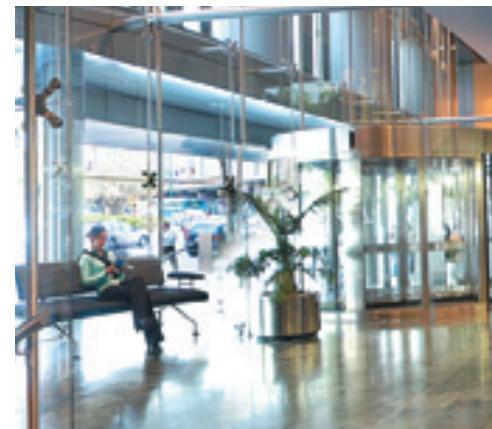
Reclamaciones

A lo largo de 2004, se recibieron un total de 160 reclamaciones, un 10,61 % menos que el año anterior, de las que fueron legítimas 34 y estimadas como legítimas a favor del cliente 16, es decir, en 50 casos se consideró procedente la reclamación del cliente. En las 110 restantes se desestimó la reclamación, al considerar que la actuación del Banco había sido conforme con los buenos usos y prácticas bancarias.

Quejas

En el apartado de quejas, se tramitaron un total de 240 quejas, un 4,38% menos que el año 2003, de las que 63 se consideraron legítimas y 177 se desestimaron por considerar que la actuación seguida se ajustaba a los buenos usos y prácticas bancarias.

Podemos manifestar que, durante el año 2004, han descendido el número de quejas y de reclamaciones y han aumentado las consultas, las sugerencias y las comunicaciones denominadas como Otros (Boletines de sugerencias que se remiten para conocer la opinión de los clientes), lo que genera una impresión positiva de nuestros clientes con la gestión de las comunicaciones y con el proceso y resolución de quejas y reclamaciones, considerando el aumento experimentado en el número de clientes y de oficinas en la red.



Dirección Relaciones Institucionales

Los dos principales ámbitos de gestión de Relaciones Institucionales son, por un lado y de un modo general, la financiación o el patrocinio de diversas actividades socioculturales, tanto de ámbito público como privado; y, por otro, las relaciones con los diversos medios de comunicación en las distintas plazas de implantación comercial.

Englobados dentro de lo que hemos venido a llamar el ámbito de gestión en el plano sociocultural, especial relevancia tienen los diferentes acuerdos suscritos con las universidades tanto de Baleares como de Canarias. En este sentido, Banca March siempre ha querido estar cerca de los universitarios, colaborando de forma activa en su formación, imprescindible para el progreso de una sociedad.

museu
d'Art
espanyol
contemporani
Fundación Juan March



*Actuaciones Sociales
y Culturales*



Actuaciones Sociales y Culturales



La Dirección de Relaciones Institucionales gestiona las actuaciones sociales y culturales de Banca March, muestra de ello, son los convenios suscritos durante el 2004 entre Banca March y las diferentes universidades.

- Acuerdo de colaboración académica entre Banca March y La Universitat de les Illes Balear, que engloba los siguientes convenios:

- Ocho becas para estudiantes
- UOM (Universitat Oberta per a Majors)
- Concurso bursátil
- Convenio Cátedra Banca March de Empresa Familiar
- Convenio para el desarrollo de L'Escriptnauta, Musicnauta y Movienauta

- Acuerdos con las distintas universidades de las Islas Canarias:

- Ocho becas para estudiantes, suscrito con las universidades de La Laguna y de Las Palmas.
- Concurso bursátil, suscrito con las universidades de La Laguna y Las Palmas.
- El Escriptnauta y el Movienauta, también en ambas universidades.

Además, en el ámbito sociocultural, se han acordado las siguientes colaboraciones para el patrocinio de actividades culturales, deportivas y sociales:

- Mantenimiento del Taller de Restauración del Arxiu del Regne de Mallorca y Museu de Mallorca.
- Convenio de colaboración con la Real Academia de Medicina.
- Convenio de colaboración con el Parque Etnológico de Caimari.

- Patrocinio de los Premios Cavall Verd de novela y poesía en lengua catalana.
- Concesión de diez becas para la Associació d'Amics de Tilloli.
- Trofeo Mamá Optimist, en colaboración con la Federación Balear de Vela.
- Trofeo a la Deportividad, en colaboración con la Federación Balear de Fútbol.
- Colaboración en el patrocinio del circuito Satélite ATP de Tennis "Isla de Mallorca".
- Colaboración en el concierto benéfico La Torre de Canyamel.
- Patrocinio de la jornada "El papel de los medios de comunicación en el mundo empresarial", organizado por la CAEB.
- Colaboración en las jornadas "Turismo, medio ambiente y nuevas tendencias", organizadas por la Asociación Hotelera Playa de Muro.
- Ayuda para los conciertos de duetos celebrados en el Auditorium en beneficio de la Fundación Clarós.

En este apartado, es destacable la edición especial de siete litografías originales de los artistas: María Carbonero, Ramón Canet, Dolores Sampol, Luis Maraver, Jim Bird, John Ulbricht y Rafa Fortea. Cada edición consta de 85 ejemplares, firmados y enumerados por su autor. Con estas litografías hemos querido felicitar las fiestas de Navidad a los mejores clientes de Banca March. En lo tocante a las exposiciones, uno de los objetivos principales que nos impusimos a principio de año fue dinamizar y aumentar la oferta cultural de Banca March. A las colecciones que veníamos itinerando habitualmente (Joan Miró, "Homenatge a Joan Prats"; Benjamín Palencia, "30 dibujos"; y Joan Riera Ferrari, "Iconografía Popular de les Illes Balears"), a finales del año 2003 se añadió una cuarta, la de XAM (Pedro Quetglas Ferrer, 1965-2001), la cual ha tenido una formidable acogida.

A esto hay que agregar un hecho significativo: la creciente colaboración con la Fundación Juan March. Poder acceder a los fondos artísticos de la Fundación ha hecho que la calidad de nuestra oferta haya aumentado de una manera considerable. Ejemplo



de esta colaboración han sido la exposiciones “Los Caprichos de Goya”, en Villajoyosa (Alicante) y “La Tauromaquia de Goya y Picasso”, en colaboración con el Ayuntamiento de Santa Cruz de Tenerife. Pero la cosa no acaba aquí. Colecciones como “El objeto del arte”, fruto de la colaboración de 69 artistas de primer nivel, han entrado a formar parte de nuestra agenda de trabajo, ayudando así a proyectar nuestra imagen en las zonas donde Banca March desarrolla sus actividades.

A continuación, detallamos las exposiciones realizadas por Banca March, en colaboración con diferentes ayuntamientos, durante el año 2004, las cuales han doblado el número de exposiciones del 2003.

- “Los Caprichos de Goya”, del 22 de julio al 12 de Agosto, en Villajoyosa (Alicante).
- Joan Miró, del 6 al 22 de agosto, en Sant Antoni (Ibiza).
- Xam, del 10 al 29 de agosto, en Porreres (Mallorca).
- Riera Ferrari, del 20 de agosto al 5 de septiembre, en Felanitx (Mallorca).
- Xam, del 2 de septiembre de 2004 al 9 de enero de 2005, en Inca (Mallorca).
- Joan Miró, del 2 al 12 de septiembre, en Lloseta (Mallorca).
- Xam, del 17 al 30 de septiembre, en Santa Margalida (Mallorca).
- Xam, del 8 al 27 de octubre, en Ciutadella (Menorca).
- “El objeto del arte”, del 30 de octubre al 20 de noviembre, en Binissalem (Mallorca).
- “La Tauromaquia de Goya y Picasso”, del 25 de noviembre de 2004 al 10 de enero de 2005, en Santa Cruz de Tenerife.



■ Benjamín Palencia, del 18 de diciembre de 2004 al 9 de enero de 2005, en Lloseta (Mallorca).

■ Joan Miró, del 21 de diciembre de 2004 al 9 de enero de 2005, en Bunyola (Mallorca).

Asimismo, durante este ejercicio se ha procedido al inventario y a la catalogación de toda la obra de arte existente en las diferentes oficinas de Banca March así como en sus Servicios Centrales.

Además, Banca March cede gratuitamente el Salón de Actos de su sede central para la realización de diferentes eventos. Durante el ejercicio 2004, se han llevado a cabo un total de 98 actividades, con la intervención de empresas o asociaciones tanto de carácter público como privado.







1. Aprobar las Cuentas Anuales, tanto individuales como consolidadas, correspondientes al ejercicio cerrado al 31 de diciembre de 2003.
2. Aprobar la Gestión del Consejo de Administración durante dicho ejercicio.
3. Aprobar la distribución de beneficios en la forma en que se expresa en la Memoria.
4. Nombrar Auditores Externos.
5. Autorizar al Consejo y, en su nombre, al Presidente, al Vicepresidente Ejecutivo, al Consejero Delegado y al Secretario para la ejecución de los acuerdos anteriores.
6. Aprobar el acta de la sesión.

**CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN**

Presidente:

D. José Carlos March Delgado

Vicepresidente Ejecutivo:

D. Pablo Vallbona Vadell ()*

Consejero-Delegado:

D. Francisco Verdú Pons ()*

Consejeros:

D. Leopoldo Caravantes Rodríguez ()**D. Isidro Fernández Barreiro (*)**Dª. Gloria March Delgado**D. Juan March Delgado**Dª. Leonor March Delgado**D. Juan March de la Lastra (*)**D. Fernando Mayans Altaba (*)**D. Enrique Piñel López (*)*

Secretario- No Consejero:

D. José Ignacio Benjumea Alarcón ()*

(*) Miembro de la comisión Ejecutiva

COMITÉ DE AUDITORÍA

Presidente:

D. Leopoldo Caravantes Rodríguez

Vocales:

*D. Enrique Piñel López**D. Fernando Mayans Altaba*

Secretario:

*D. José Ignacio Benjumea Alarcón***COMITÉ DE DIRECCIÓN:***D. Francisco Verdú Pons*

Consejero Delegado

D. Juan José Castelló Martínez

Banca de Particulares

D. Alberto del Cid Picado

Tesorería y Mercado de Capitales

D. Juan Fornés Barceló

Recursos Humanos y Organización

D. Juan Gili Niell

Expansión y Desarrollo Corporativo

D. Rafael Juan y Seva Redondo

Banca Privada

D. Antonio Matas Segura

Medios

D. Eloi Pardo Mumbardó

Banca de Empresas

D. Valentín Sánchez Pérez

Inversiones y Riesgos

D. José Ignacio Benjumea Alarcón

Secretario General

CONSEJO ASESOR BALEARES*D. José Llano Tarrés**D. José María Mayol Comas**D. Eduardo Valdívia Santandreu**D. Francisco Ramallo Massanet***CONSEJO ASESOR CANARIAS***D. Fernando Pérez López**D. Rosendo Cabrera Hernández**D. José Vicente de Juan García*

**Baleares****MALLORCA**

PALMA O.P.
Avda. Alejandro Rosselló, 8
Tel.: 971-779363
Fax: 971-779187

OFICINA CORPORATIVA
Avda. Alejandro Rosselló, 8
Tel.: 971-779381
Fax: 971-779329

BANCA PRIVADA
Avda. Alejandro Rosselló, 8
Tel.: 971-779432
Fax: 971-779436

Agencias Urbanas

31 DE DESEMBRE
31 de Desembre, 28
07004 PALMA DE MALLORCA
Tel.: 971-754540
Fax: 971-291768

ARAGÓ
Aragó, 124
07008 PALMA DE MALLORCA
971-420229
971-420181

ARAGÓ GÜELL
Aragó, 76
07008 PALMA DE MALLORCA
971-243253
971-246821

ARXIDUC
Arxiduc Lluis Salvador, 82
07004 PALMA DE MALLORCA
971-299402
971-298120

AUSIAS MARCH
Ausias March, 33
07003 PALMA DE MALLORCA
971-204114
971-203258

CALA MAJOR
Avda. Joan Miró, 294
07015 PALMA DE MALLORCA
971-403626
971-700139

CA'N PASTILLA
Avda. Bartolomeu Riutort, 37
07610 PALMA DE MALLORCA
971-260901
971-491652

CARRETERA VALDEMOSSA
Carretera de Valldemossa, 33
07010 PALMA DE MALLORCA
971-294037
971-294419

CATALUNYA
Catalunya, 3
07011 PALMA DE MALLORCA
971-450261
971-452997

CIUDAD JARDÍN
Illa de Malta, 1 - Esq. Cardenal Rossell
07007 - PALMA DE MALLORCA
971-264109
971-264139

COLL DE'N RABASSA
Cardenal Rossell, 75
07007 COLL DE'N RABASSA
971-266074
971-263472

COMTE DE SALLENT
Avda. Comte de Sallent, 22 A
07003 PALMA DE MALLORCA
971-298604
971-756213

EL TEMPLE
C/ El Temple, 16B
07001 PALMA DE MALLORCA
971-719491
971-715540

EL TERRENO
Avda. Joan Miró, 7
07015 PALMA DE MALLORCA
971-734440
971-737663

ES MOLL
Avda. Reina Sofía, 12
07410 - PORT D'ALCÚDIA
971-548350
971-548585

ES RAFAL
Pare Jeroni Boscana, 24 A
07008 PALMA DE MALLORCA
971-479537
971-479539

FLEMING
Plaça Alexander Fleming, 14
07004 PALMA DE MALLORCA
971-757542
971-757742

HOSPITAL SON LLATZER
Ctra. Manacor Km. 4
Hospital Son Llàtzer
07198 - SON FERRIOL
971-427420
971-426274

JOAN CARLES I
Plaça Joan Carles I, 5
07012 PALMA DE MALLORCA
971-726547
971-710164

JOAN CRESPI
Joan Crespi esq. Villalonga, 57
07013 PALMA DE MALLORCA
971-287200
971-735876

JOSEP ANSELM CLAVÉ
Alexandre Jaume, 5
07002 PALMA DE MALLORCA
971-714780
971-714782

LES MERAVELLAS
Ctra. De S'Arenal, 29 - Edif. Biarritz
Balneario 8
07610 PALMA DE MALLORCA
971-490512
971-491720

MERCAT DE L'OLIVAR
Plaça de l'Olivar s/n
07002 PALMA DE MALLORCA
971-711073
971-714102

OMS
Oms, 47
07003 PALMA DE MALLORCA
971-725538
971-725539

PLAÇA MADRID
Plaça Madrid, 12
07011 PALMA DE MALLORCA
971-738747
971-282321

PLAÇA NAVEGACIÓ
Plaça Navegació, 19
07013 PALMA DE MALLORCA
971-280258
971-280266

PLAÇA PARIS
Plaça Paris, 1
07010 PALMA DE MALLORCA
971-753646
971-296508

PLAÇA PERE GARAU
Plaça Pere Garau, 20
07007 PALMA DE MALLORCA
971-277250
971-277258

POLÍGON CA'N VALERO
Poima, 17 esq. Asegra
07011 PALMA DE MALLORCA
971-205316
971-761968

POLÍGON SON CASTELLÓ
Gran Via Asima, 6
07009 PALMA DE MALLORCA
971-430834
971-761208

REIS CATÒLICS
Reis Catòlics, 8
07007 PALMA DE MALLORCA
971-245708
971-245716

SA VILETA
Cami Veinal de sa Vileta, 157
07011 PALMA DE MALLORCA
971-798228
971-609103

SALVADOR DALÍ
C/ Francisco Martí Mora, 84-C
07011 - PALMA DE MALLORCA
Tel: 971-220996
Fax: 971-220998

SANT JORDI
Neira, 23
07199 PALMA DE MALLORCA
971-742318
971-742318

SANT MIQUEL
Sant Miquel, 11
07002 PALMA DE MALLORCA
971-724805
971-722342

SOMETIMES
Marbella, 55
07610 PALMA DE MALLORCA
971-268953
971-264354

SON ARMADAMS
Marqués de la Cenia, 40
07014 PALMA DE MALLORCA
971-735941
971-735947

SON DAMETO
Av. Picasso, local 1
07014 PALMA DE MALLORCA
971-282100
971-280951

SON FERRIOL
Avda. del Cid, 48
07198 SON FERRIOL
971-427300
971-427353

SON GOTLEU
Indalecio Prieto, 28
07008 PALMA DE MALLORCA
971-244830
971-244535

SON OLIVA
Eusebi Estada, 82
07004 PALMA DE MALLORCA
971-758103
971-758195

TTE. CORONEL FRANCO
Plaça Tte. Coronel Franco, 6 - Esq. I. Prieto
07008 - PALMA DE MALLORCA
971-250585
971-276696

VÍA PORTUGAL
Vía Portugal, 23
07500 - MANACOR. MALLORCA
971-846288
971-846276

GRAL. LUQUE
Avda. General Luque, 336
07300 INCA - MALLORCA
971-506066
971-506077

Sucursales

ALARO
Carrer Petit, 13
07340 ALARO
971-518000
971-879294

ALCÚDIA
Plaça Constitució, 9
07400 ALCÚDIA
971-546162
971-546166

ALGAIDA
Sa Plaça, 15
07210 ALGAIDA
971-665326
971-665192

ANDRATX
Juan Carlos I, 12
07150 ANDRAITX
971-235740
971-235848

ARTA
Ciutat, 15
07570 ARTA
971-836296
971-836346

BINISSALEM
Plaça de l'Església, 24A
07350 BINISSALEM
971-511208
971-511166

BUNYOLA
Sa Plaça, 1
07110 BUNYOLA
971-613035
971-613501

CAIMARI
Ca S'hereu, 20
07314 CAIMARI
971-875091
971-875091

CALA AGULLA
Avda. Cala Agulla, 79-esq. Sivines bjos.B
07590 CALA RAJADA (CAPDEPERA)
971-564401
971-563482

CALA BONA
Na Llambies, 83
07559 CALA BONA (SON SERVERA)
971-562100
971-562102

CALA D'OR
Avda. Tagomago, 3
07660 CALA D'OR (SANTANYI)
971-657126
971-643670

CALA EGOS
Avda. Sa Marina, s/n
07660 CALA EGOS (SANTANYI)
971-659759
971-659027

CALA MENDIA
Vial E, esq. Vial B, Edif. Mandisur
07689 CALA MENDIA (MANACOR)
971-558522
971-558521



CALA MILLOR Joan Servera Camps, 10 07560 CALA MILLOR 971-585211 971-586708	CAS CONCOS Metge Obrador, 18 07208 CAS CONCOS (FELANITX) 971-842257 971-842258	LLOSETA Guillem Santandreu, 3 07360 LLOSETA 971-514293 971-519862	PAGUERA Avda. Paguera, 36 07160 PAGUERA (CALVIA) 971-686680 971-685250	PORT D'ANDRATX Avda. Gabriel Roca, 3, Local 5 B 07157 PORT D'ANDRATX 971-671037 971-671259	SANT JOAN Mestre Mas, 11 07240 SANT JOAN 971-526066 971-526160
CALA MURADA Círculo III, 555 07688 CALA MURADA (MANACOR) 971-834066 971-834118	COLÒNIA DE SANT JORDI Gabriel Roca, 45 07638 COLÒNIA DE SANT JORDI 971-655552 971-655512	LLUBI Sa Carretera, 59 07430 LLUBI 971-522035 971-522588	PALMANOVA Martí Ros García, 7, local 14 07182 Torrenova (CALVIA) 971-681369 971-680992	PORT DE SÓLLER Marina, 18-A 07108 PORT DE SÓLLER 971-635149 971-634595	SANT LLORENÇ Santa Maria de Bellver, 8 07530 SANT LLORENÇ DES CARDESSAR 971-569150 971-569029
CALA RAJADA Avda. Leonor Servera, 32 07590 CALA RAJADA 971-563857 971-564059	COLÒNIA DE SANT PERE C/ Verge María 36 07579 COLONIA DE SANT PERE (ARTA) 971-589032 971-589032	LLUCMAJOR Constitució, 8 07620 LLUCMAJOR 971-660103 971-120482	PETRA Plaça Ramón Llull, 1 07520 PETRA 971-561081 971-561072	PORT POLLENÇA Atílio Boixer, 5 07470 PORT DE POLLÈNC 971-866340 971-866885	SANTA MARGALIDA Passeig de's Pouas, 1 07450 SANTA MARGALIDA 971-523409 971-523017
CALES DE MALLORCA Formentor, s/n 07689 CALES DE MALLORCA (MANACOR) 971-833458 971-833051	ES FIGUERAL Avda. Príncipes d'Espanya, 47 -Esq. Marqués de Mondejar 07141MARRATXI 971-605289 971-605290	MAGALLUF Avda. S'Olivera, 6 07181 MAGALLUF (CALVIA) 971-133083 971-133079	PINA Sa Plaça, 1 07220 PINA (ALGAIDA) 971-125445 971-125445	PORTALS NOUS Ctra.Palma-Andratx, 43 Centro Cial.Plaza, Loc.23-24 07181 PORTALS NOUS (CALVIA) 971-677585 971-676289	SANTA MARIA DEL CAMÍ Plaça Hostals, 24 - A / Esq. C/ Matances 07320 SANTA MARIA DEL CAMÍ 971-620513 971-620300
CAMP DE MAR Avda. de la Platja, s/n, local 1 07160 CAMP DE MAR 971-136747 971-236352	FELANITX Major, 51 07200 FELANITX 971-580065 971-580026	MANACOR Major, 21 07500 MANACOR 971-552200 971-843812	PLATJA DE MURO Avda. S'Albufera, s/n (Esq. Romani) Local 1, Bloque C1 07440 MURO 971-890736 971-892139	PORTOCOLOM Port de Palos, 2 07670 PORTOCOLOM (FELANITX) 971-825018 971-824337	SANTA PONSA Plaça Santa Ponça, 3 07180 SANTA PONSA (CALVIA) 971-692500 971-692521
CAMPANET Llorenç Riber, 15 07310 CAMPANET 971-516000 971-516151	URB. FELANITX Plaça d'Espanya, 13 esq. C/Campos 07200 FELANITX 971-582315 971-583183	URB. MANACOR Avda. Es Torrent, 45 A 07500 MANACOR 971-551654 971-554904	PLATJA DE PALMANOVA Passeig del Mar, 56 07181 PALMANOVA (CALVIA) 971-135823 971-135594	PORTOCRISTO Port, 9 07680 PORTOCRISTO 971-820835 971-821672	URB. SANTA PONÇA Ramón de Montcada 2, loc. 5 - Ed. Es Molí 07180 - SANTA PONÇA (CALVIA) 971-693470 971-693586
CAMPOS Antoni Maura, 2 07630 CAMPOS 971-650250 971-652719	ILLETTAS C. Cial. "Illetas Center" Paseo de Illetas, 2 07015 ILLETAS (CALVIA) 971-404965 971-404966	URB. HOSPITAL Passeig Ferrocarril, 54 07500 MANACOR 971-554558 971-845589	POLLENÇA C/ Alcudia, 7 07460 POLLÈNC 971-531177 971-531182	PORTOPETRO Passeig de's Port, 41 07691 PORTOPETRO (SANTANYI) 971-657846 971-643148	URB. POLÍGONO SON BUGADELLES C/. Valencia, 37 07180 Santa Ponça CALVIA - MALLORCA 971- 693963 971-693465
CAN PICAFORT Passeig Colom, 124 07458 CAN PICAFORT 971-850002 971-851596	INCA Major, 8 07300 INCA 971-500450 971-503454	MARIA DE LA SALUT Sa Quintana, 19 07519 MARIA DE LA SALUT 971-525100 971-525712	PONT D'INCA Antoni Maura, 16 07009 PONT D'INCA (MARRATXI) 971-601663 971-601647	SA COMA C/. Les Sabines - esquina C/. Ullastre 07687 SA COMA (SANT LLORENÇ DES CARDESSAR) 971-810119 971-810256	SANTANYI Plaça Major, 8 07650 SANTANYI 971-653916 971-653917
CANYAMEL Via Nureduna, 12 07589 CANYAMEL (CAPDEPERA) 971-841389 971-841557	URB. INCA Pare Bartomeu Coc, 38 07300 INCA 971-504150 971-504111	MONTUÏRI Major, 26 07230 MONTUÏRI 971-646055 971-646055	PORRERES Avda. Bisbe Campins, 4 07260 PORRERÈS 971-647117 971-647728	SA POBLA Plaça Major, 1 07420 SA POBLA 971-540150 971-862280	S'ARENAL Sant Cristòfol, 1 07600 S'ARENAL (LLUCMAJOR) 971-441147 971-442028
CAPDEPERA Sur, 1 07580 CAPDEPERA 971-563143 971-565954	LLORET C/ Costa des Pou, 16 07518 - LLORET DE VISTA ALEGRE 971-524322 971-524357	MURO Sant Joan, 9 07440 MURO 971-537002 971-860394	PORT D'ALCUDIA C/ Teodoro Canet nº 39 esq. C/ de la Torreta 07410 PORT D'ALCUDIA (ALCUDIA) 971-549006 971-549053	SA RÀPITA Miramar, 69 07639 SA RÀPITA (CAMPOS) 971-640514 971-641085	Red de Oficinas



SELVA
Plaça Major, 5
07313 SELVA
971-515038
971-875170

SENCELLES
C/. Sor Francina Cirer, 1
07140 SENCELLES
971-872350
971-872350

SES SALINES
Batle Andreu Burguera Mut, 17
07640 SES SALINES
971-649175
971-649711

S'HORTA
Plaça Sant Isidre, 10
07669 S'HORTA (FELANITX)
971-837267
971-837285

SINEU
Creu, 4
07510 SINEU
971-520311
971-520339

SÓLLER
Jeróni Estades, 4
07100 SÓLLER
971-630150
971-630158

SON CARRIÓ
Mossén Alcover, 5
07540 SON CARRIÓ
971-569075
971-569075

SON MACIÀ
Plaça DE L'Església, 6
07509 SON MACIA
971-554679
971-554679

SON SERVERA
Sant Antoni, 5 - B
07550 SON SERVERA
971-567057
971-817328

VALDEMOSSA
Chopin, 3
07170 VALDEMOSSA
971-612377
971-616313

VILAFRANCA DE BONANY
Fra Luis, 6
07250 VILAFRANCA DE BONANY
971-560067
971-560067

MENORCA
ALAIOR
Miguel Cervantes, 6
07730 ALAIOR
971-372202
971-372646

CIUTADELLA
Plaça des Born, 10
07760 CIUTADELLA
971-380200
971-380204

URB. PLAÇA ALFONS III
Plaça Alfons III, 5
07760 CIUTADELLA
971-382350
971-381212

URB. PLAÇA JAUME II
Plaça Jaume II, 13
07760 CIUTADELLA
971-383872
971-385563

ES MERCADAL
C/ General Albertí, 1
07740 - ES MERCADAL
971-154378
971-154421

ES CASTELL
C/ Victory, 38 - esq. C/Gran
07720 ES CASTELL
971-361660
971-362726

FERRERIES
Verge del Toro, 1
07750 FERRERIES
971-373124
971-373992

MAÓ
Sa Ravaleta, 7
07702 MAÓ
971-363600
971-365904

URB. MAÓ
San Esteban, 8 A
07703 MAÓ
971-350712
971-350807

URB. AV. MENORCA
Josep Anselm Clavé, nº 30
07702 MAÓ
971-351491
971-354134

SANT LLUIS
Avda. de sa Pau, nº 43
07710 SANT LLUIS
971-151684
971-151071

EIVISSA

EIVISSA
Juan de Àustria, 1
07800 EIVISSA
971-315712
971-317117

URB. EXTREMADURA
Extremadura, 10
07800 EIVISSA
971-305879
971-305840

URB. SANT CRISTÒFOL
C/ Sant Cristòfol, 10
07800 EIVISSA
971-190036
971-190544

FIGUERETES
Pais Basc, 8 esq. Galicia
07800 FIGUERETES
971-300612
971-300712

PORT D'ES TORRENT
Avda. Es Caló 77
07839 - Sant Agustí - Sant Josep
971-344318
971-341414

SANT ANTONI DE PORTMANY
Bisbe Torres, 5 - A
07820 SANT ANTONI PORTMANY
971-341000
971-343820

URB. HIPERCENTRO
Ctra. Sant Antoni, km. 3,7
07820 SANT ANTONI
971-192838
971-192711

SANT JORDI
Avda. Vicente Serra, 6
07817 SANT JORDI
971-396635
971-396632

SANT JOSEP
Pere Escanellas, 2
07830 SANT JOSEP
971-800038
971-800085

SANT MIQUEL
Ctra. d'Eivissa, s/n
07815 SANT MIQUEL
971-334625
971-334702

SANTA EULÀRIA DES RIU
Sant Jaume, 53
07840 SANTA EULÀRIA DES RIU
971-330675
971-339119

FORMENTERA

SANT FRANCESC XAVIER
Sa Ferrería, 1
07860 SANT FRANCESC XAVIER
971-322000
971-322771

Canarias

LAS PALMAS

LAS PALMAS O.P.
Franchy y Roca, 10
35007 LAS PALMAS
928-224740
928-267638

Agencias Urbanas

BRAVO MURILLO
Bravo Murillo, 5
35003 LAS PALMAS
928-382287
928-382034

JUAN REJON
Juan Rejón, 61 (Esq. C/Gordillo)
35008 LAS PALMAS
928-461858 - 928-461162
928-460685

MESA Y LOPEZ
Avda. José Mesa y López, 43
35010 LAS PALMAS
928-274911
928-274752

PARQUE SANTA CATALINA
Plaza Comandante Ramón Franco, 2
Parque Santa Catalina
35007 - LAS PALMAS
DE GRAN CANARIA
Tel: 928-224740
Fax: 928-267638

SIETE PALMAS
Avda. Pintor Felo Monzón - Edificio 22-B
35019 LAS PALMAS
928-410447
928-411955

TRIANA
Triana, 43
35002 LAS PALMAS
928-380250
928-366290

Sucursales

ARGUINEGUIN
Ctra. General del Sur Km. 67,5
35120 ARGUINEGUIN (MOGAN)
928-151788
928-151789

TELDE
Avda. Constitución, 45
35200 TELDE
928-696107
928-680490

GALDAR
Bajada de Guayalmina, 21
35460- GALDAR
928-552611
928-551783

MELONERAS
Gran Hotel Meloneras - Local 44
35100 SAN BARTOLOME
DE TIRAJANA
928-142603
928-145244

PLAYA DEL INGLES
C. Cial. "Yumbo-Centrum"
Avda. Estados Unidos, 54
35290 SAN BARTOLOME
DE TIRAJANA
928-766954
928-762532

POLÍGONO DE ARINAGA
Centro Comercial Cívico, 2
Calle Yuca, s/n.
35119 AGÜIMES
928-149214
928-149217

PUERTO MOGAN
Pza. Pedro Betancor, nº10
35138 PTO.MOGAN (MOGAN)
928-565568
928-565176

PUERTO RICO
C. Cívico Cial., local 98 y 106 Fase 1ª
35139 PUERTO RICO (MOGAN)
928-560608
928-561519

SAN FERNANDO DE MASPALOMAS
C/ La Palma, s/n
C.C. Ronda de Maspalomas, local 6ª - 6B
35100 San Fernando de Maspalomas
(S. Btmé. de Tirajana)
928-764600
928-761975

SANTA BRÍGIDA
C/ General Franco, 1
35300 SANTA BRÍGIDA
Tel: 928-640551
Fax: 928-640553



VECINDARIO
Avda. de Canarias, 220
35110 VECINDARIO (SANTA LUCIA)
928-758172
928-750881

TENERIFE

SANTA CRUZ DE TENERIFE O.P.
La Marina, 15
38002 SANTA CRUZ DE TENERIFE
922-242620
922-288380

Agencias Urbanas

LA SALLE
Avda. La Salle, 9
38005 SANTA CRUZ DE TENERIFE
922-217677
922-212299

PLAZA DEL PRINCIPE
Valentín Sanz, 31
38002 SANTA CRUZ DE TENERIFE
922-245727
922-243139

LA MARINA
La Marina, 15
38002 SANTA CRUZ DE TENERIFE
922-242620
922-288380

WEYLER
Rambla de Pulido, 3
38004 SANTA CRUZ DE TENERIFE
922-273350
922-271730

Sucursales

ADEJE-PLAYA
Avenida Rafael Puig, 13 A
38670 ADEJE
922-791615
922-751144

CALLAO SALVAJE
C/ El Jable, s/n. C.C. Apolo Sur
36678 CALLAO SALVAJE (ADEJE)
922-740301
922-740681

GOLF DEL SUR
C.Cial. San Blas - Loc. 24 y 26.
Urb. Golf del Sur.
38260 SAN MIGUEL DE ABONA
922-727979
922-727963

LA CUESTA
Carretera General Santa Cruz-
La Laguna, 271
38320-LA HIGUERITA-LA CUESTA
SAN CRISTOBAL DE LA LAGUNA
922-64.20.77
922-64.20.06

LA LAGUNA
Obispo Rey Redondo, 33
38201 LA LAGUNA
922-265711
922-253299

LA OROTAVA
El Calvario, 38
38300 LA OROTAVA
922-330166
922-334336

LA PAZ
C/ Aceñijo, 14. Edif. Mar y Cumbre,
Local 13. 38400 PUERTO DE LA CRUZ
922-388639
922-371849

LAS GALLETAS
Av. Príncipe Felipe, 13
38631 Las Galletas - Arona
922 733558
922 733460

LOS CRISTIANOS
Prolog.Gral.Franco s/n
Edificio Eden, local 5
38640 LOS CRISTIANOS (ARONA)
922-793299
922-796386

PLAYA DE LA ARENA
Avda. Marítima Puerto Santiago s/n.
Centro Cial. Playa de la Arena, local 22
38683 PUERTO SANTIAGO
922-860387
922-861908

PLAYA DE LAS AMERICAS
Complejo Residencial "EL Camisón"
Local 15 y 16
38660 PLAYA AMERICAS (ARONA)
922-752772
922-752257

PLAYA FAÑABE
C. Cial. Fañabe - Local 255
Urbanización Playas de Fañabe
38660 ADEJE
922-719646
922-719365

SUC. PLAYA PARAÍSO
C/ Aljibe S/N
38678 - PLAYA PARAÍSO - ADEJE
Tel: 922-740206
Fax: 922-740853

PLAZA DEL CHARCO
Plaza del Charco, 7
38400 PUERTO DE LA CRUZ
922-371200
922-372492

PUERTO DE LA CRUZ
Avda. Generalísimo, 33
38400 PUERTO DE LA CRUZ
922-383809
922-384925

SUC. SAN ISIDRO
C/ Aguatxona, 1
38612 - GRANADILLA DE ABONA
Tel: 922-393638
Fax: 922-393642

SANTA ÚRSULA
C/España 26
38390 SANTA ÚRSULA
922-301972
922-302044

TACO
Ctra. Del Rosario - Cruce de Taco, 4
38108 TACO (LA LAGUNA)
922-622582
922-620514

LANZAROTE

URB. PUERTO RUBICÓN
Puerto deportivo Marina Rubicón S/N
35570 - PLAYA BLANCA - YAIZA
Tel: 928-349565
Fax: 928-349564

ARRECIFE
León y Castillo, 5
35500 ARRECIFE
928-800216
928-810282

COSTA TEGUISE
Avda. Islas Canarias, 15
Esq. C/Las Acacias
35509 Costa Teguise
928-590648
928-590999

EL CASTILLO
Centro Comercial Los Arcos
Locales 103-104
35610 CALETA DE FUSTE
(LA ANTIGUA)
928-163743
928-163746

GRAN TARAJAL
C/ Amanay 4
35620 GRAN TARAJAL
928-162268
928-162058

LOS POCILLOS
Avda. de las Playas, 99-C.Cial.
Los Pocillos, 1,5
35510 PTO.DEL CARMEN (TIAS)
928-514718
928-514556

PLAYA BLANCA
Avda. Papagayo, 23
35570 Playa Blanca (YAIZA)
928-518040
928-518186

LOS DRAGOS
Avda. de las Playas, 67-C.Cial.
Los Dragos, 1,4
35510 PTO.DEL CARMEN (TIAS)
928-511829
928-513648

PLAYA HONDA
C/ Mayor, nº 24
35509 SAN BARTOLOMÉ
(PLAYA HONDA)
928-823024
928-823608

PUERTO DEL CARMEN
C. Cial. Tabaibas, local 6-13
Avda. Marítima de las Playas
35510 PTO. DEL CARMEN (TIAS)
928-510984
928-511752

FUERTEVENTURA

CORRALEJO
Avda. General Franco, 24
35660 CORRALEJO
928-535053
928-535725

COSTA CALMA
C.Cial. El Palmeral, loc. 25-26
35627 COSTA CALMA (PAJARA)
928-875267
928-875272

EL CASTILLO
Centro Comercial Los Arcos
Locales 103-104
35610 CALETA DE FUSTE
(LA ANTIGUA)
928-163743
928-163746

GRAN TARAJAL
C/ Amanay 4
35620 GRAN TARAJAL
928-162268
928-162058

MORRO JABLE
Nuestra Sra. Del Carmen, 19
35625 PAJARA
928-540400
928-541217

PTO. DEL ROSARIO
C/ Secundino Alonso, Esq. Duero
35600 PTO. DEL ROSARIO
928-858606
928-855078

LA PALMA

SANTA CRUZ DE LA PALMA
O'Daly, 34
38700 SANTA CRUZ DE LA PALMA
922-414445
922-415614

LOS LLANOS DE ARIDANE
Plaza de España, nº 2
38760 - LOS LLANOS DE ARIDANE
Tel: 922-402017
Fax: 922-402

PENÍNSULA

Andalucía

CADIZ

CHICLANA DE LA FRONTERA
Avda. de los descubrimientos
Centro Comercial "Las Redes"
Polígono Urbisur
11130 CHICLANA DE LA FRONTERA
956-531544
956-533142

CONIL DE LA FRONTERA
C/ Chiclana 27
11140 CONIL DE LA FRONTERA
956-441781
956-441782

NOVO SANCTI PETRI
Centro Cial. Altamar, L-8 y 9
Urb. Novo - Sancti Petri
11139 CHICLANA
956-495367
956-492357

MÁLAGA

MÁLAGA O.P.
Avda. de la Aurora, 1
29002 MÁLAGA
952-369756
952-369752

ALHAURÍN DE LA TORRE
Avda. Cristóbal Colón, s/n
Edif. La Torre
29130 - ALHAURÍN DE LA TORRE
952-410583
952-960557

COÍN
Plaza San Agustín, 3
29100 - COÍN
952-454576
952-454532

EL PILAR
Carretera Nacional 340, Km. 167,5
29680 - ESTEPONA
952-904024
952-885973

ELVIRIA
Crta. Nacional 340, Km. 192.
C.Cial Pinogolf de D. Carlos - Loc. 15
29600 MARBELLA
952-836852
952-832917

LA TROCHA
Centro Comercial La Trocha
Ctra. de Málaga, Km. 1
29100 - COÍN
951-315081
951-315082

LOS ARQUEROS
Carretera de Ronda, Km. 166,5
29679 BENAHAVIS
952-763748
952-763748

MARBELLA
Bvd. Príncipe de Hohenlohe, s/n.
Crta. Nacional 340, Km 179
Res. Casablanca
29600 MARBELLA
952-859266
952-859241

NUEVA ANDALUCIA
Avda. El Califá s/n - Nueva Andalucía
29660 MARBELLA
952-819261
952-819262

NUEVA TORQUEBRADA
Avda. Estrella de Mar, s/n.
Urb Nueva Torquebrada
29630 Benalmadena Costa
952-442878
952-443616



RINCÓN DE LA VICTORIA
Edificio Siroco – Calle Frigiliana, s/n
29730 – RINCÓN DE LA VICTORIA
952-973544
952-973534

RIVIERA DEL SOL
Avda. Polaris 27 - Edif. Edén
Urbanización Riviera del Sol
29649 MIJAS COSTA
952-934126
952-934361

SABINILLAS
Ctra. Nacional 340, Km.143
Complejo Jardines de Sabinillas
Loc.2-Pta.2
29691 SAN LUIS DE SABINILLAS
(MANILVA)
952-897339
952-897331

SAN PEDRO DE ALCÁNTARA
Urb. Nueva Alcántara - Edif. Mirador
29670 SAN PEDRO ALCÁNTARA
(MARBELLA)
952-787866
952-787577

SIERRA BLANCA
Camino de Camoján s/n
C.Cial. Camoján Corner
29600 SIERRA BLANCA
(MARBELLA)
952-764810
952-900481

TORRE DEL MAR
Avda. Andalucía, 104
29740 – TORRE DEL MAR – VÉLEZ
952-544925
952-967891

Alicante

L'ALBIR
Boulevard de los Músicos, 6
03581 – L'ALFÁS DEL PI
966-868509
966-868510

LA NUCIA
C/Argentina, 1
03530 – Urb. Panorama de la Nucia
LA NUCIA
966-875950
966-875934

MORAIRA
Ctra. Moraira – Calpe, 3
Edif. Benidorm, locales 2 y 3
03724 – MORAIRA
966-491770
966-491771

CALP
C/Delfín, 10. Edif. Damara
03710-CALP-ALICANTE
965-836566
965-836637

Catalunya

BARCELONA
Tuset, 2
08006 BARCELONA
93-4150221
93-4153555

Madrid

MADRID
Núñez de Balboa, 70 bis
28006 MADRID
91-4363910
91-5769282

DIVISIÓN INTERNACIONAL
Avda. Alejandro Rosselló, 8
07002 PALMA DE MALLORCA
Tel: 971-77-91-00 / 971-77-93-24
Télex: 68661 BMPEX E
Telefax: 971-77-94-00
Código SWIFT: BMARES 2M

Departamento de arbitrajes
Dealing Code BMPM

Reino Unido

LONDON BRANCH
30 Eastcheap

LONDRES EC3M 1HD
Tel: (44-207) 220-74-88
Fax: (44-207) 929-24-46

Departamento de arbitrajes
Dealing Code BMML

Diseño y realización: *Illa de Publicitat i Màrqueting, S.L.*

Fotografías: *Nando Esteva*

Impresión: *Ingrama, s.a.*

D.L.:

Impreso en papel Fedrigoni Freelite Vellum

