



Informe Anual 2005. **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 2005





Índice

■ Carta del Presidente	6
■ Datos más significativos	12
■ Informe económico Financiero 2005.....	15
Grupo Banca March	16
<i>Análisis del Balance Consolidado.....</i>	<i>17</i>
<i>Coefficiente de solvencia.....</i>	<i>19</i>
<i>Recursos de clientes</i>	<i>20</i>
<i>Créditos de clientes</i>	<i>22</i>
<i>Mercado de capitales</i>	<i>25</i>
<i>Intrumentos de capital</i>	<i>26</i>
<i>Cuentas de Pérdidas</i>	
<i>y Ganancias Consolidada</i>	<i>28</i>
<i>Análisis de la Cuenta de Pérdidas</i>	
<i>y Ganancias de Banca March, S.A.</i>	<i>31</i>
<i>Rating de Banca March</i>	<i>37</i>
■ Estructura funcional.....	39
Banca Minorista	40
<i>Red de oficinas.....</i>	<i>41</i>
<i>Gestión de recursos.....</i>	<i>42</i>
<i>Financiación</i>	<i>43</i>
<i>Fondos de Inversión.....</i>	<i>44</i>
<i>Planes de Pensiones.....</i>	<i>44</i>
<i>Acciones en oficinas</i>	
<i>del Plan de expansión</i>	<i>45</i>
<i>Especialización</i>	<i>45</i>
· March Peques	45
· March Joven	46
· Clientes Extranjeros	50
· March Clàssic.....	52
· Asalariados	53
· Profesionales.....	53
· Acciones Específicas	53
March Correduría de Seguros	54
Banca de Empresas	55
<i>Banca Institucional</i>	<i>58</i>
<i>Pymes y Comercios.....</i>	<i>60</i>
<i>División Inmobiliaria.....</i>	<i>61</i>
Banca Privada	63
March Gestión de Fondos, S.G.I.I., S.A.	
March Gestión de Pensiones, S.G.F.P., S.A.	66
Tesorería y mercado de capitales	68
March Vida, Compañía de Seguros.....	71
Recursos Humanos.....	72
Banca Electrónica y Medios de pago	75
Dirección de Inversiones	79
Auditoría interna	83
Expansión y desarrollo corporativo	84
<i>Departamento de Atención al Cliente</i>	<i>85</i>
Secretaría General	86
<i>Asesoría jurídica.....</i>	<i>86</i>
<i>Dirección de Cumplimiento</i>	
<i>Normativo y Prevención del</i>	
<i>Blanqueo de Capitales.....</i>	<i>87</i>
Dirección de Comunicación	
y Relaciones Institucionales	89
■ Actuaciones sociales y culturales:	91
■ Grupo Banca March	97
Informe de los Auditores	100
Balance de Situación	102
Cuenta de Pérdidas y Ganancias.....	104
Estado de cambios en	
los patrimonios netos consolidados	106
Estado de flujos de efectivo consolidados ..	107
Memoria Consolidada	109
Anexos	161
Informe de Gestión Consolidado	175
■ Banca March S.A.	185
Informe de Gobierno Corporativo.....	185
■ Propuesta de Acuerdos	216
■ Directorio	217
Red de Oficinas	218
Directores de Oficina.....	230



Carta del Presidente



Cuando este Informe esté entre sus manos, Banca March habrá cumplido sus primeros 80 años. Algo que nos llena de satisfacción, porque pone de manifiesto el importante camino que ha recorrido nuestra entidad, pero sobre todo, nos permite comprobar que somos un banco veterano a la vez que lleno de proyectos de cara al futuro. Un futuro que hemos diseñado sobre la base de un ambicioso plan caracterizado esencialmente por la expansión geográfica y la especialización en el tipo de banca que queremos ofrecer a nuestros clientes.

Después de haber conseguido, desde la fundación en 1926, un peso específico y una cuota de mercado muy importantes en Baleares, cuna y plataforma esencial del negocio de Banca March, hemos iniciado recientemente un proceso de progresiva expansión adentrándonos en zonas turístico-residenciales donde, por conocimiento y especialización, hemos creído que podíamos encontrar un mejor modelo de desarrollo para nuestro negocio.

Así, hemos aumentado nuestra ya importante implantación en Canarias, estamos creando una significativa red de oficinas en la costa andaluza –particularmente en Málaga y Cádiz– y en Alicante, a la vez que hemos puesto en marcha nuestro proyecto de tener una mayor presencia en grandes capitales. En Madrid hemos iniciado la apertura de nuevas oficinas y próximamente abriremos otras en Valencia y Alicante, ciudades en las que queremos ofrecer un servicio cada vez más especializado, con particular dedicación a banca de empresas, banca personal y banca privada, tipo de negocio en el que el Grupo Banca March

tiene un gran potencial por conocimiento, capacidad y experiencia acumulados desde su fundación.

Un modelo que descansa en lo que han sido algunas características distintivas y definitorias a lo largo de nuestra existencia: un servicio responsable, próximo al cliente y de calidad. Para Banca March, éstos han sido, son y seguirán siendo los aspectos básicos del presente y, especialmente, del futuro de nuestro banco, para lo que nos apoyaremos en nuestra sólida base de clientes, que es donde estimamos reside nuestra mayor fuerza.

Nuestro objetivo es consolidar en los próximos cinco años la expansión iniciada, en la que jugarán un papel primordial tanto el mayor volumen de negocio como el crecimiento de nuestro número de oficinas, a razón de una media de 30 nuevas aperturas anuales.

Nuestra aspiración legítima es la de ser el banco de referencia en los entornos turístico-residenciales y ser el mejor banco español en calidad de servicio y solvencia. No en vano, tenemos uno de los ratios más bajos de morosidad de la banca española (0,37%) y uno de los mejores en



cuanto a cobertura de insolvencias. Y, lo que es más importante, un equipo profesional en permanente formación y con la preparación adecuada para atender a una clientela que en un alto porcentaje está compuesta por residentes extranjeros.

Aspectos todos ellos esenciales en el negocio bancario, que sólo podremos conseguir con el trabajo, el espíritu de equipo y la ilusión de todos los que formamos parte del banco.

Nos sentimos también particularmente satisfechos del comportamiento que está teniendo Corporación Financiera Alba, en la que Banca March es el principal accionista. Durante el pasado año, ha consolidado su presencia en ACS y Acerinox, hasta convertirse en su principal accionista, así como en Prosegur, y se procedió a desinvertir en Carrefour, después de varias décadas de fructífera colaboración. La buena evolución de estas operaciones ha contribuido a que en el ejercicio 2005, Alba haya alcanzado un beneficio neto de 445 millones de euros y un valor liquidativo de 3.174 millones de euros.

Igualmente positivos fueron los resultados consolidados del Grupo Banca March, que tuvo un beneficio después de impuestos de 453 millones de euros, con un crecimiento del 54%.

Unos resultados conseguidos en un entorno económico en el que se detecta una relativa mejoría en las zonas en las que el banco está presente y en un contexto de paulatino cambio alcista de los tipos de interés iniciado en 2005,

que previsiblemente continuará durante el ejercicio 2006.

Banca March, que es y seguirá siendo un banco familiar, ha alcanzado una joven madurez y va a desempeñar, cada vez con más intensidad, un papel fundamental en la estrategia de futuro del Grupo.

Carlos March Delgado

Presidente de Banca March



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

D^a. Gloria March Delgado

D. Juan March Delgado

D^a. Leonor March Delgado

D. Juan March de la Lastra

D. Fernando Mayans Altaba

D. Enrique Piñel López

*D. Juan Antonio Lassalle Riera**

Secretario No Consejero:

D. José Ignacio Benjumea Alarcón

** Incorporación 2006.*



COMISIÓN EJECUTIVA

D. Pablo Vallbona Vadell

- *Vicepresidente ejecutivo desde 1995.*
 - Ingeniero Naval y MBA por el IESE.
 - Vicepresidente de C.F. Alba, del Grupo ACS y de Abertis Infraestructuras.
 - Presidente de Iberpistas.
 - Miembro del Consejo del Patronato de la Fundación Juan March y del Instituto Juan March de Estudios e Investigaciones.

D. Francisco Verdú Pons

- *Consejero Delegado desde 1996.*
 - Licenciado en Ciencias Económicas por la Universidad de Valencia y Executive MBA por la Universidad de Chicago.
 - Consejero de C.F. Alba y de Dragados.

D. Leopoldo Caravantes Rodríguez

- *Consejero y Presidente del Comité de Auditoría*
 - Titulado en la Carrera de Comercio (Madrid) y en Dirección de Empresas por el IMD (Suiza).

D. Juan March de la Lastra

- *Consejero*
 - Licenciado en Dirección y Administración de Empresas por la Universidad Carlos III de Madrid.
 - Director de C.F. Alba.
 - Consejero de Acerinox.
 - Ha sido Presidente y primer Director General de las Sociedades Gestoras de Fondos de Inversión y Fondos de Pensiones participadas por Banca March y C.F. Alba.

D. Fernando Mayans Altaba

- *Consejero y Vocal del Comité de Auditoría.*
 - Ingeniero Aeronáutico y MBA por el IESE.
 - Director Inmobiliario de C.F. Alba.
 - Consejero de C.C. Carrefour S.A. y de ACS, Servicios y Concesiones.

D. Enrique Piñel López

- *Consejero y Vocal del Comité de Auditoría.*
 - Abogado del Estado.
 - Consejero de C.F. Alba.
 - Miembro del Consejo de Patronato de la Fundación Juan March y del Instituto Juan March de Estudios e Investigaciones.

D. José Ignacio Benjumea Alarcón

- *Secretario General desde 1996 y Secretario del Consejo de Administración desde 1998.*
 - Licenciado en Derecho por la Facultad de Sevilla.
 - Abogado del Estado.



COMITÉ DE AUDITORIA

Presidente:

D. Leopoldo Caravantes Rodríguez

Vocales:

D. Enrique Piñel López

D. Juan Antonio Lassalle Riera

Secretario:

D. José Ignacio Benjumea Alarcón



COMITÉ DE DIRECCIÓN:

D. Francisco Verdú Pons

Consejero Delegado

D. Juan José Castelló Martínez

Banca Minorista y Gestión de Recursos Humanos

D. Alberto del Cid Picado

Tesorería y Mercado de Capitales

D. Juan Fornés Barceló

Administración y Eficiencia

D. Juan Gili Niell

Expansión

D. Rafael Juan y Seva Redondo

Banca Privada

D. Antonio Matas Segura

Medios

D. Eloi Pardo i Mumbardó

Banca de Empresas

D. Valentín Sánchez Pérez

Inversiones y Riesgos

D. Justo Alcocer Cubero

Desarrollo de Negocio y Marketing

D. Francisco Pérez Orfila

Director de Red

D. José Ignacio Benjumea Alarcón

Secretario General

CONSEJO ASESOR BALEARES

D. José Llano Tarrés

D. José María Mayol Comas

D. Rafael Gil Mendoza

D. Francisco Ramallo Massanet

CONSEJO ASESOR CANARIAS

D. Fernando Pérez López

D. Rosendo Cabrera Hernández

D. José Vicente de Juan García



Banca March, S.A.

miles de euros

	2005	2004	variación %
VOLUMEN DE NEGOCIO			
Fondos Propios	559.311	524.813	6,57
Recursos gestionados	7.015.252	5.330.075	31,62
Créditos gestionados	5.364.621	4.184.355	28,21
Activos totales	7.010.928	5.398.538	29,87
RESULTADOS			
Margen de intermediación	120.431	110.802	8,69
Margen ordinario	175.987	156.038	12,78
Margen de explotación	65.072	51.870	25,45
Resultado antes de impuestos	50.015	44.285	12,94
Resultado del ejercicio	34.498	30.330	13,74
NÚMERO DE EMPLEADOS Y PUNTOS DE VENTA			
Nº de empleados	1.380	1.351	
Nº de oficinas	250	231	
Nº de cajeros automáticos	428	445	



Grupo Banca March

	miles de euros		
	2005	2004	variación %
VOLUMEN DE NEGOCIO			
Fondos Propios	1.416.082	1.121.249	26,30
Recursos gestionados	7.004.028	5.322.383	31,60
Créditos gestionados	5.300.601	4.106.224	29,09
Participaciones	1.101.054	1.026.023	7,31
Activos financieros disponibles para la venta	1.296.977	564.923	129,58
Activos totales	9.098.566	6.712.040	35,56
RESULTADOS			
Margen de intermediación	140.624	104.795	34,19
Margen ordinario	645.091	467.860	37,88
Margen de explotación	508.968	345.212	47,44
Resultados antes de impuestos	499.292	329.834	51,38
Resultado atribuido al grupo	298.396	195.414	52,70
NÚMERO DE EMPLEADOS Y PUNTOS DE VENTA			
Nº de empleados	1.599	1.551	
Nº de oficinas	250	231	
Nº de cajeros automáticos	428	445	





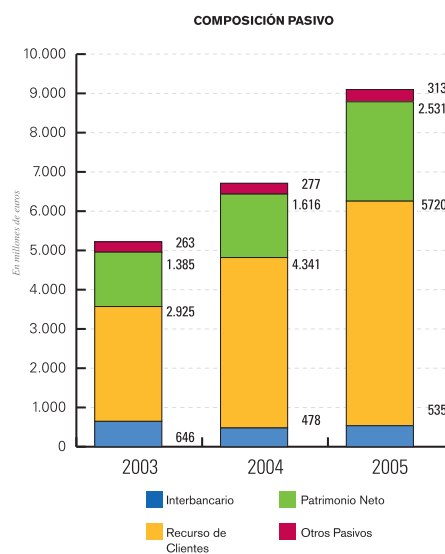
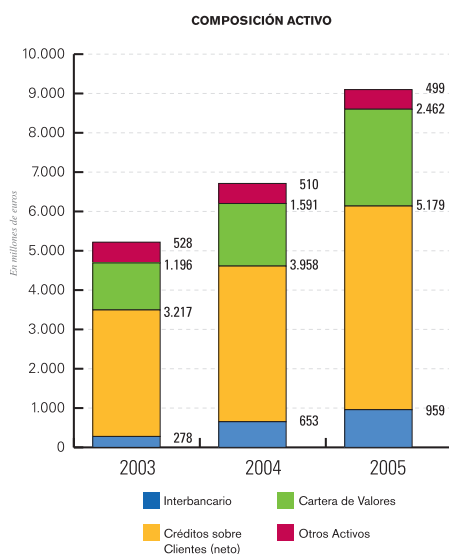
Informe Económico y Financiero

Informe Anual 2005. Banca March



Grupo Banca March

El Grupo Banca March engloba diferentes actividades: la bancaria desarrollada directamente por la cabecera Banca March, S.A., 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 63'29% por el Grupo.





Análisis del Balance Consolidado

El ejercicio 2005 se ha caracterizado por un aumento importante de volúmenes de los activos y pasivos gestionados por el Grupo, un 29'09% y un 31'60%, respectivamente, hasta alcanzar unos activos de 9.098.566 miles de euros. El Grupo prosigue el proceso de expansión iniciado en años anteriores en las regiones turísticas de Canarias, Andalucía y Comunidad Valenciana, con la apertura de 19 nuevas oficinas, ascendiendo su número total a 250. Durante el ejercicio 2005 la actividad del Grupo Banca March se ha desarrollado en un entorno de fuerte intensificación de la competencia en el mercado bancario y en un entorno de bajos tipos de interés, que han experimentado un pequeño repunte en el último trimestre.

miles de euros

	2005	2004	Variación	
			absoluta	%
ACTIVO				
Caja y depósitos en Bancos Centrales	187.126	100.589	86.537	86,03
Cartera de negociación	65.536	128	65.408	n.s.
Activos financieros disponibles para la venta	1.296.977	564.923	732.054	129,58
Inversiones crediticias	5.974.283	4.544.986	1.429.297	31,45
Derivados de cobertura	36.428	8.200	28.228	344,24
Activos no corrientes en venta	704	1.247	-543	-43,54
Participaciones	1.101.054	1.026.023	75.031	7,31
Activos por reaseguro	472	219	253	115,53
Activo material	358.661	361.566	-2.905	-0,80
Activo intangible	2.032	2.219	-187	-8,43
Activos fiscales	63.665	93.029	-29.364	-31,56
Periodificaciones	6.111	5.073	1.038	20,46
Otros activos	5.517	3.838	1.679	43,75
TOTAL ACTIVO	9.098.566	6.712.040	2.386.526	35,56
PASIVO				
Cartera de negociación	1.316	75	1.241	n.s.
Pasivos financieros a coste amortizado	6.368.666	4.912.115	1.456.551	29,65
Derivados de cobertura	9.491	4.282	5.209	121,65
Pasivos por contratos de seguros	36.919	16.473	20.446	124,12
Provisiones	86.308	90.917	-4.609	-5,07
Pasivos fiscales	31.444	27.176	4.268	15,71
Periodificaciones	24.600	27.878	-3.278	-11,76
Otros pasivos	8.658	16.990	-8.332	-49,04
TOTAL PASIVO	6.567.402	5.095.906	1.471.496	28,88
PATRIMONIO NETO				
Intereses minoritarios	763.172	439.624	323.548	73,60
Ajustes por valoración	351.910	55.261	296.649	536,81
Fondos propios	1.416.082	1.121.249	294.833	26,30
TOTAL PATRIMONIO NETO	2.531.164	1.616.134	915.030	56,62
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO NETO	9.098.566	6.712.040	2.386.526	35,56



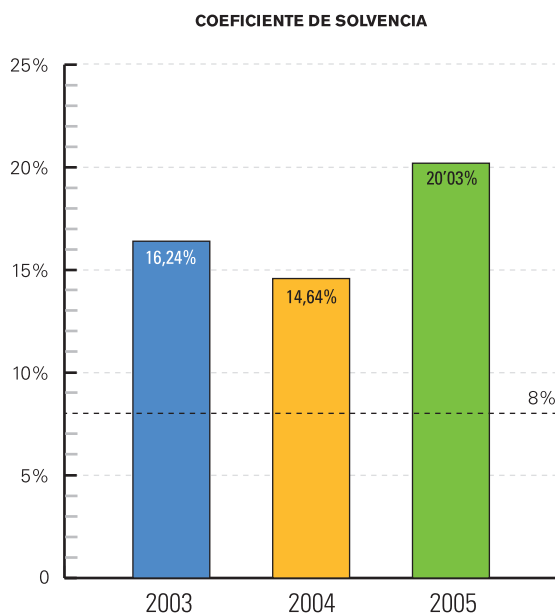
A 31 de diciembre de 2005 entre las inversiones crediticias del balance, que se han incrementado un 31'45% respecto al año anterior, se incluyen 771.751 miles de euros correspondientes a depósitos en entidades de crédito, 5.178.662 miles de euros de créditos a la clientela y 23.870 miles de euros correspondientes a otros activos financieros. Respecto a la partida más importe del pasivo, pasivos financieros a coste amortizado, que se ha incrementado un 29'65% respecto al año anterior, ésta se compone de depósitos de bancos centrales por importe de 360.073 miles de euros, depósitos de entidades crédito por importe de 174.894 miles de euros, depósitos a la clientela con 4.978.087 miles de euros, débitos representados por valores negociables con 742.189 miles de euros y otros pasivos financieros por importe de 113.423 miles de euros.

A 31 de diciembre de 2005, los fondos propios del Grupo ascienden a 1.416.082 miles de euros en el que se incluye el resultado atribuido al Grupo en el ejercicio 2005 que asciende a 298.396 miles de euros, frente a 195.414 miles de euros generados en el año anterior.



Coeficiente de solvencia

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 1.398.239 miles de euros, que comparados con unos requerimientos mínimos de recursos propios de 558.385 miles de euros suponen un superávit de 839.854 miles de euros. A 31 de diciembre de 2005 el coeficiente de solvencia del Grupo es del 20'03%, frente a la exigencia legal mínima del 8%.

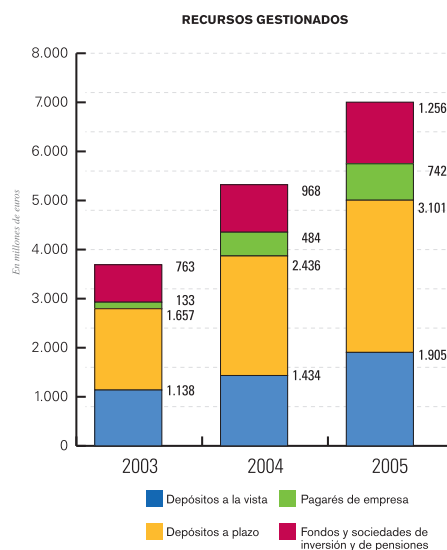




Recursos de clientes

A 31 de diciembre de 2005 los recursos gestionados del Grupo se han incrementado un 31'60% respecto al año anterior, ascendiendo a 7.004.028 miles de euros. Los recursos bancarios de clientes se incrementan en 1.136.468 miles de euros, lo que supone un incremento del 29'36%. Este importe recoge el incremento de los recursos captados a la vista por importe de 470.817 miles de euros y el de depósitos a plazo, que se han incrementado en 700.465 miles de euros, donde se incluye la emisión de una cédula hipotecaria por importe de 250.000 miles de euros en el mes de junio de 2005 y 158.591 miles de euros de participaciones emitidas de un fondo de titulización. Asimismo hay que destacar el incremento de 15.739 miles de euros de los recursos de ahorro captados por la compañía del Grupo March Vida, S.A. de Seguros y Reaseguros, que a 31 de diciembre de 2005 ascienden a 28.947 miles de euros. En el año 2005 el Grupo ha ampliado su Programa de Pagarés de Empresa de elevada liquidez, hasta un importe nominal de 800.000 miles de euros, siendo el saldo a final de año 742.189 miles de euros.

En cuanto a recursos fuera de balance a 31 de diciembre de 2005 su saldo se ha incrementado un 29'62%, ascendiendo a 1.254.805 miles de euros. El importante incremento en 286.754 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 Grupo.





miles de euros

	2005	2004	Variación	
			absoluta	%
Recursos bancarios de clientes	5.007.034	3.870.566	1.136.468	29,36
Saldos por instrumentos	4.975.623	3.857.358	1.118.265	28,99
Depósitos a la vista	1.904.508	1.433.691	470.817	32,84
Depósitos a plazo	2.942.666	2.242.201	700.465	31,24
Cesiones temporales de activos	99.502	168.258	-68.756	-40,86
Ahorro en contratos de seguro	28.947	13.208	15.739	119,16
Ajustes de valoración	31.411	13.208	18.203	137,82
Débitos en valores negociables	742.189	483.766	258.423	53,42
Recursos fuera de balance	1.254.805	968.051	286.754	29,62
Sociedades y Fondos de inversión	1.067.681	794.805	272.876	34,33
Fondos de pensiones	187.124	173.246	13.878	8,01
Recursos de clientes totales	7.004.028	5.322.383	1.681.645	31,60

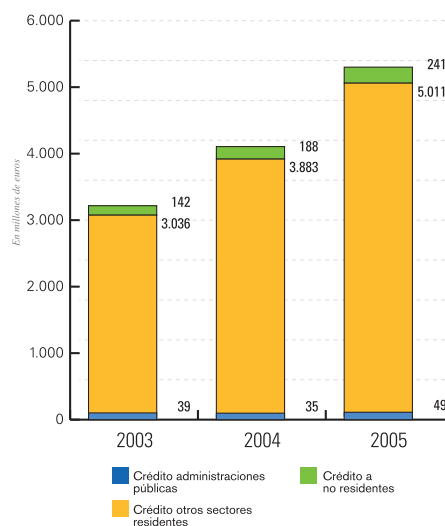


Créditos de clientes

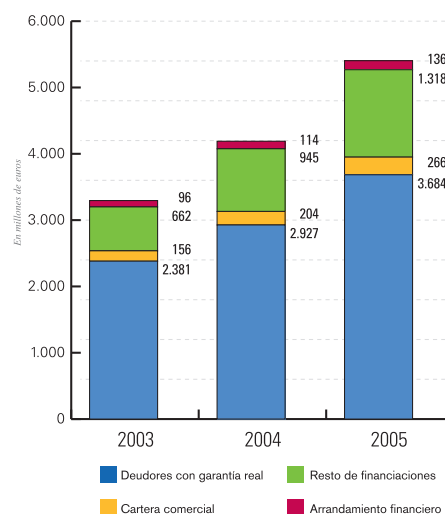
A final del ejercicio 2005 el saldo de créditos gestionados de clientes asciende a 5.300.601 miles de euros lo que supone un incremento del 29'09% respecto al año anterior. El aumento de los créditos gestionados ha correspondido fundamentalmente a la cartera de garantía real, con un incremento de 754.046 miles de euros. A 31 de diciembre de 2005 el saldo de la citada cartera de créditos asciende a 3.676.066 miles de euros, lo que supone un 69'4% del total de créditos del Banco. Los créditos con garantía real se destinan fundamentalmente a la adquisición de vivienda y a la financiación de inversiones del sector turístico.

En el epígrafe de "Otros deudores a plazo" del sector residente, que asciende a 1.142.192 miles de euros, y en el de "Cartera comercial" que asciende a 265.498 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 2005, del 41'48% y del 30'56%, respectivamente. Asimismo el volumen de arrendamientos financieros a 31 de diciembre de 2005 asciende a 135.180 miles de euros lo que supone un incremento del 18'92%.

CRÉDITOS GESTIONADOS



INVERSIÓN CREDITICIA POR MODALIDADES



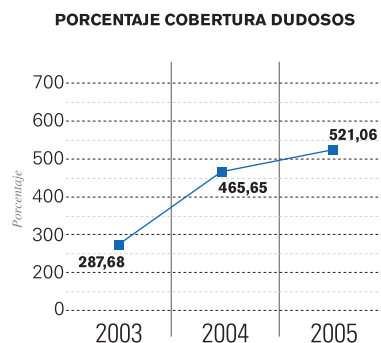
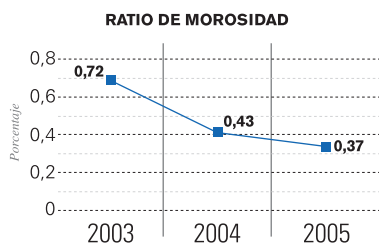


miles de euros

	2005	2004	Variación	
			absoluta	%
Crédito administraciones públicas	49.328	34.743	14.585	41,98
Crédito otros sectores residentes	4.964.805	3.795.365	1.169.440	30,81
Cartera comercial	265.498	203.358	62.140	30,56
Deudores con garantía real	3.345.222	2.606.767	738.455	28,33
Otros deudores a plazo	1.142.192	807.292	334.900	41,48
Deudores a la vista y varios	76.713	64.273	12.440	19,35
Arrendamientos financieros	135.180	113.675	21.505	18,92
Crédito a no residentes	240.440	188.335	52.105	27,67
Cartera comercial	6	910	-904	-99,34
Deudores con garantía real	208.905	166.816	42.089	25,23
Otros deudores a plazo	29.921	19.121	10.800	56,48
Deudores a la vista y varios	1.608	1.488	120	8,06
Crédito dudoso	20.100	18.100	2.000	11,05
Ajustes por valoración	-96.011	-78.756	-17.255	21,91
Total balance	5.178.662	3.957.787	1.220.875	30,85
Activos titulizados excluidos de balance	121.939	148.437	-26.498	-17,85
Total créditos gestionados	5.300.601	4.106.224	1.194.377	29,09



A 31 de diciembre de 2005 el ratio de morosidad del Grupo se sitúa en el 0'37%, manteniéndose como uno de los más bajos del sector. Asimismo, las provisiones de insolvencias asciende a 113.231 miles de euros, lo que supone una cobertura del 521'06% de los riesgos morosos.



	saldo a 31-12-2005	saldo a 31-12-2004	variación	
			importe	%
Créditos dudosos	20.100	18.100	2.000	11,05
Riesgos de firma dudosos	1.631	1.827	-196	-10,73
Total	21.731	19.927	1.804	9,05
FONDOS DE PROVISIÓN	113.232	92.791	20.441	22,03
% sobre créditos y riesgos de firma	0,37	0,43		
Nivel de cobertura en %	521,06	465,65		



Mercado de capitales

A 31 de diciembre de 2005 el Grupo presenta una posición prestadora neta con Intermediarios Financieros de 423.911 miles euros, lo que supone un incremento de esta posición respecto al año anterior del 142'33%.

Dentro de la política de financiación del Grupo, en el año 2005 se ha ampliado el programa de pagarés de 500.000 miles de euros a 800.000 miles de euros, se ha emitido una cédula hipotecaria por importe de 250.000 miles de euros y se han titulizado activos por importe de 240.000 miles de euros.

El saldo acreedor que se mantiene con Banco de España por importe de 360.000 miles de euros, corresponde al saldo dispuesto de la línea de crédito con límite de 368.272 miles de euros obtenida con la garantía de los bonos de titulización emitidos que el Grupo ha mantenido en su cartera disponible para la venta.

	2005	2004	miles de euros Variación	
			absoluta	%
Caja	57.187	50.530	6.657	13,17
Banco de España (Activo)	129.939	50.059	79.880	159,57
Banco de España (Pasivo)	-360.073	-270.033	-90.040	33,34
Entidades de Crédito (Activo)	771.752	552.212	219.540	39,76
Entidades de Crédito (Pasivo)	-174.894	-207.834	32.940	-15,85
POSICIÓN NETA TOTAL	423.911	174.934	248.977	142,33



Instrumentos de capital

A 31 de diciembre de 2005 y 2004, las participaciones más significativas del Grupo son ACS, Actividades de Construcción y Servicios, S.A., y Acerinox, S.A., cuyos derechos de voto del Grupo a 31 de diciembre de 2005 son del 17'93% y el 11'18%, respectivamente. Dichos derechos de voto corresponden a la participación que Corporación Financiera Alba, S.A. tiene sobre las mismas. En el valor en libros de ACS, Actividades de Construcción y Servicios, S.A., y Acerinox, se incluyen 89.028 y 50.040 miles de euros, respectivamente, en concepto de fondo de comercio sin asignación específica.

La clasificación de los instrumentos de capital del Grupo por tipo de cartera a 31 de diciembre de 2005 y 2004 es la siguiente:

	2005	2004	miles de euros	
			Variación	
			absoluta	%
Cartera de negociación	64.196	0	64.196	n.s.
Cartera disponible para la venta	816.597	204.660	611.937	299,00
Participaciones en entidades asociadas	1.101.054	1.026.023	75.031	7,31
Total instrumentos de capital	1.981.847	1.230.683	751.164	61,04



Durante el ejercicio 2005 Carrefour se ha traspasado de participaciones en entidades asociadas a cartera disponible para la venta al dejar de considerarse estratégica. El coste consolidado al que figuraba registrada en el momento del traspaso ascendía a 259.248 miles de euros.

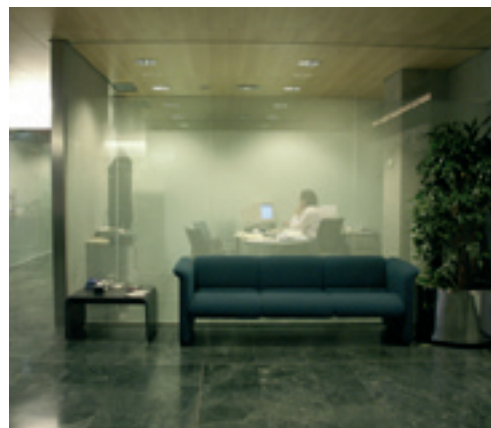
Las plusvalías no realizadas de los instrumentos de capital cotizados a 31 de diciembre 2005, ascienden a 1.526.447 miles de euros. Las plusvalías correspondientes a la cartera disponible para la venta están contabilizadas en el balance de situación consolidado a 31 de diciembre de 2005 en Patrimonio Neto. El detalle a 31 de diciembre de 2005 es el siguiente:

miles de euros

	Coste	Valor de Mercado	Plusvalías
Cartera disponible para la venta:			
Carrefour	185.715	705.316	519.601
Prosegur	41.917	62.397	20.480
Celtel	3.979	12.715	8.736
Participaciones en entidades asociadas:			
ACS, Actividades de Construcción y Servicios	779.014	1.721.472	942.458
Acerinox	321.271	356.443	35.172
Total general	1.331.896	2.858.343	1.526.447



Cuenta de Pérdidas y Ganancias Consolidada

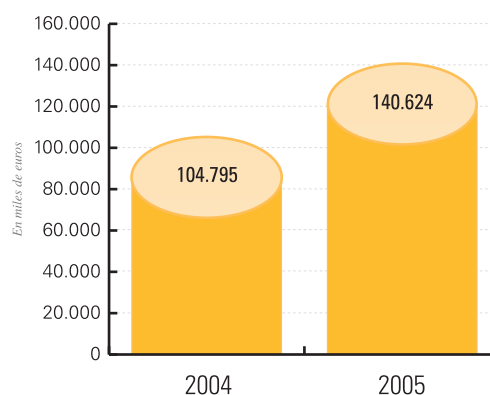


El incremento del volumen del negocio bancario ha permitido que a 31 de diciembre de 2005 el margen del negocio bancario del Grupo ascienda a 114.065 miles de euros, lo que supone un incremento del 12'62% respecto al año anterior.

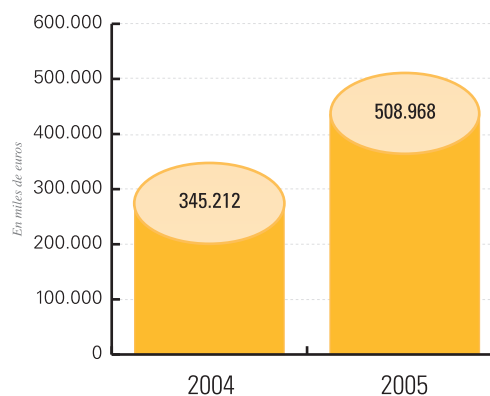
La buena evolución de las entidades ACS, Actividades de Construcción y Servicios, S.A. y Acerinox, S.A. así como el incremento de los derechos de voto del Grupo hasta el 17'93% y el 11'18%, respectivamente, unido a la reclasificación de Carrefour como disponible para la venta sitúan los resultados de las entidades valoradas por el método de la participación a 31 de diciembre de 2005 en 119.075 miles de euros.

Dentro del epígrafe de operaciones financieras se incluyen plusvalías por importe de 163.407 miles de euros correspondientes al proceso de desinversión en Carrefour, 93.301 miles de euros por la desinversión en Vodafone y 43.720 millones de euros por la venta del 85% de la participación en Celtel. La adición de las comisiones netas recibidas por prestación de servicios que ascienden a 59.138 miles de euros, los ingresos por la actividad de seguros de March Vida, S.A. de Seguros y Reaseguros por importe de 2.167 miles de euros y las diferencias de cambio generadas en las operaciones en divisas por importe de 8.862 miles de euros elevan el margen ordinario hasta 645.091 miles de euros, aumentando un 37'56% respecto al año anterior.

MARGEN DE INTERMEDIACIÓN



MARGEN DE EXPLOTACIÓN





miles de euros

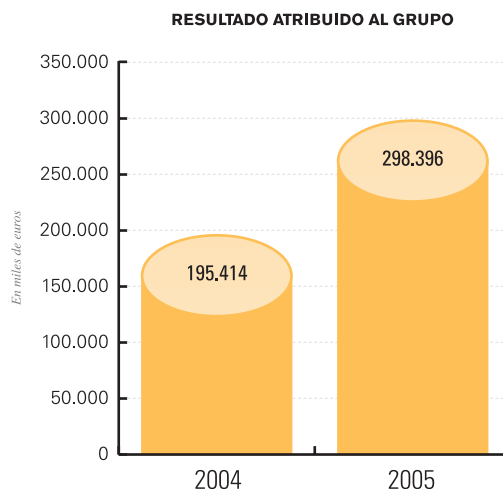
	2005	2004	Variación	
			absoluta	%
Intereses y rendimientos asimilados	214.447	170.558	43.889	25,73
Intereses y cargas asimiladas	100.382	69.276	31.106	44,90
MARGEN DEL NEGOCIO BANCARIO	114.065	101.282	12.783	12,62
Rendimiento de la cartera de renta variable	26.559	3.513	23.046	656,02
MARGEN DE INTERMEDIACION	140.624	104.795	35.829	34,19
Resultados de entidades valoradas por el método de la participación	119.075	162.955	-43.880	-26,93
Comisiones percibidas (neto)	59.138	47.183	11.955	25,34
Actividad de seguros	2.167	648	1.519	234,41
Beneficios por operaciones financieras	315.225	144.683	170.542	117,87
Diferencias de cambio	8.862	7.596	1.266	16,67
MARGEN ORDINARIO	645.091	467.860	175.712	37,56
Otros productos de explotación (neto)	18.463	18.133	330	1,82
Costes de transformación	138.813	125.204	13.609	10,87
Amortizaciones de activos	15.773	15.577	196	1,26
MARGEN DE EXPLOTACIÓN	508.968	345.212	162.237	47,00
Pérdidas por deterioro de activos	18.767	13.775	4.992	36,24
Dotaciones a provisiones	-1.414	3.274	-4.688	-143,19
Otras ganancias	9.769	6.599	3.170	48,04
Otras pérdidas	2.092	4.928	-2.836	57,55
RESULTADOS ANTES DE IMPUESTOS	499.292	329.834	167.939	50,92
Impuesto sobre Sociedades	46.442	34.957	11.485	32,85
RESULTADO CONSOLIDADO DEL EJERCICIO	452.850	294.877	156.454	53,06
Resultado atribuido a la minoría	154.454	99.463	54.991	55,29
RESULTADO ATRIBUIDO AL GRUPO	298.396	195.414	101.463	51,92
RATIO DE EFICIENCIA	24%	30%		



Al cierre del ejercicio 2005 el margen de explotación del Grupo se ha incrementado un 47% respecto al año anterior, ascendiendo a 508.968 miles de euros, en el que se incluyen los costes de transformación necesarios para el desarrollo de la actividad, que ascienden a 138.813 miles de euros, lo que supone un incremento del 10'87%.

En la partida de pérdidas por deterioro de activos, que asciende a 18.767 miles de euros, se recogen fundamentalmente las dotaciones a la cobertura genérica de insolvencias fruto del incremento de las inversiones crediticias.

A 31 de diciembre de 2005, después del gasto por impuesto de sociedades, el resultado atribuido al Grupo asciende a 298.396 miles de euros, lo que supone un incremento respecto al año anterior del 51'92%. El ratio de eficiencia del Grupo se sitúa en el 24%.





Análisis de la Cuenta de Pérdidas y Ganancias de Banca March, S.A.

En este capítulo se presenta el análisis pormenorizado por márgenes de la Cuenta de Pérdidas y Ganancias de Banca March, S.A. entidad cabecera del Grupo y que desarrolla la actividad bancaria del Grupo.

A 31 de diciembre el resultado generado por el Banco se ha incrementado un 13'74% respecto al año anterior, ascendiendo a 34.498 miles de euros.

miles de euros

	2005	2004	Variación	
			absoluta	%
Intereses y rendimientos asimilados	213.697	169.468	44.229	26,10
Intereses y cargas asimiladas	96.945	62.184	34.761	55,90
MARGEN DEL NEGOCIO CREDITICIO	116.752	107.284	9.468	8,83
Rendimiento de la cartera de renta variable	3.679	3.518	161	4,58
MARGEN DE INTERMEDIACION	120.431	110.802	9.629	8,69
Comisiones (neto)	42.910	36.142	6.768	18,73
Beneficios por operaciones financieras	3.784	1.498	2.286	152,60
Diferencias de cambio	8.862	7.596	1.266	16,67
MARGEN ORDINARIO	175.987	156.038	19.949	12,78
Otros productos de explotación	3.979	3.761	218	5,80
Costes de transformación	107.010	100.315	6.695	6,67
Amortizaciones de activos	6.091	6.025	66	1,10
Otras cargas de explotación	1.793	1.589	204	12,84
MARGEN DE EXPLOTACIÓN	65.072	51.870	13.202	25,45
Pérdidas por deterioro de activos	17.059	9.557	7.502	78,50
Dotaciones a provisiones	1.743	3.308	-1.565	-47,31
Otras ganancias	5.830	7.643	-1.813	-23,72
Otras pérdidas	2.085	2.363	-278	11,76
RESULTADOS ANTES DE IMPUESTOS	50.015	44.285	5.730	12,94
Impuesto sobre Sociedades	15.517	13.955	1.562	11,19
RESULTADO DEL EJERCICIO	34.498	30.330	4.168	13,74



El incremento del volumen de negocio ha permitido que a 31 de diciembre 2005 el margen del negocio crediticio se incremente un 8'83% respecto al mismo período del año anterior, ascendiendo a final del ejercicio 2005 a 116.752 miles de euros. Una vez añadidos los dividendos cobrados, que aumentan un 4'58%, y que ascienden a 3.679 miles de euros, el margen de intermediación asciende a 120.431 miles de euros, lo que supone un incremento del 8'69% respecto al año anterior.

Los activos financieros y los pasivos financieros, que en el balance de situación se presentan agrupados en distintas carteras a efectos de su gestión y valoración, en el cuadro de rendimiento de los empleos y coste de los recursos, sus saldos medios acumulados se presentan en función de su instrumentación. El resto de activos y pasivos se presentan de acuerdo con su naturaleza.

Durante el año 2005, el saldo medio de los créditos de clientes se ha incrementado en 1.012.947 miles de euros, lo que supone un incremento del 27'3% respecto al año anterior, ascendiendo a 4.721.735 miles de euros. Este incremento de las facilidades crediticias a clientes se ha financiado con débitos de clientes, como son cuentas a la vista, a plazo y cesiones temporales de activos y con el recurso a los mercados financieros.



Rendimiento de los empleos y coste de los recursos

miles de euros

	2005				2004				Variación	
	Saldo	Productos		% Tipo	Saldo	Productos		% Tipo	saldos medios	
	Medio	/ Costes	Peso	Medio	Medio	/ Costes	Peso	Medio	abs.	%
RENDIMIENTO DE LOS EMPLEOS										
Créditos de clientes	4.721.735	188.976	78,4%	4,00%	3.708.788	157.774	82,4%	4,25%	1.012.947	27,3%
Banco de España	70.299	1.458	1,2%	2,07%	55.356	1.130	1,2%	2,04%	14.943	27,0%
Entidades de Crédito	492.980	12.484	8,2%	2,53%	223.042	4.976	5,0%	2,23%	269.938	121,0%
Valores representativos de deuda	433.278	10.779	7,2%	2,49%	207.724	5.588	4,6%	2,69%	225.554	108,6%
Instrumentos de capital	140.823	3.679	2,3%	2,61%	141.292	3.518	3,1%	2,49%	-469	-0,3%
Resto de activos	164.159	0	2,7%	0,00%	165.963	0	3,7%	0,00%	-1.804	-1,1%
TOTALES	6.023.274	217.376	100,0%	3,61%	4.502.165	172.986	100,0%	3,84%	1.521.109	33,8%
COSTE DE LOS RECURSOS										
Recursos minoristas	3.618.047	56.155	60,1%	1,55%	3.020.337	42.544	67,1%	1,41%	597.710	19,8%
Recursos mayoristas	723.356	17.550	12,0%	2,43%	170.273	4.057	3,8%	2,38%	553.083	324,8%
Total recursos de clientes	4.341.403	73.705	72,1%	1,70%	3.190.610	46.601	70,9%	1,46%	1.150.793	36,1%
Banco de España	293.013	6.199	4,9%	2,12%	127.596	2.630	2,8%	2,06%	165.417	129,6%
Entidades de Crédito	92.688	2.197	1,5%	2,37%	255.607	5.390	5,7%	2,11%	-162.919	-63,7%
Débitos en valores negociables	608.853	13.735	10,1%	2,26%	282.055	6.242	6,3%	2,21%	326.798	115,9%
Resto de pasivos y patrimonio neto	687.317	1.109	11,4%	0,16%	646.297	1.321	14,4%	0,20%	41.020	6,3%
TOTALES	6.023.274	96.945	100,0%	1,61%	4.502.165	62.184	100,0%	1,38%	1.521.109	33,8%

El saldo medio total de los recursos de clientes de balance asciende a 4.341.403 miles de euros, lo que supone un incremento del 36'1%. Este epígrafe de balance recoge los recursos minoristas de clientes que se han incrementado en 597.710 miles de euros, ascendiendo a 3.618.047 miles de euros, con una tasa de incremento del 19'8%, así como los recursos mayoristas, que se incrementan en 553.083 miles de euros correspondientes a una cédula hipotecaria emitida en junio de 2005 y a una titulización de préstamos hipotecarios realizada en el primer trimestre de 2005. Asimismo se ha ampliado el programa de pagarés aumentando su saldo medio del año 2005 en 326.798 miles de euros, siendo su saldo medio total para el ejercicio 2005 de 608.853 miles de euros.

La equilibrada gestión de la liquidez del balance ha permitido que la posición media prestadora neta del Banco frente a Entidades de Crédito y Banco de España aumente en



282.383 miles de euros, ascendiendo su saldo medio neto del ejercicio 2005 a 177.578 miles de euros.

A 31 de diciembre de 2005, las comisiones percibidas se han incrementado un 15'06% ascendiendo a 53.861 miles de euros. La mejora del comportamiento de las comisiones percibidas en 7.051 millones de euros se debe fundamentalmente a servicios prestados de cobros y pagos (tarjetas de crédito y débito, órdenes de pago, efectos...), a comercialización de fondos de inversión y pensiones y a las percibidas por la intermediación en ventas de seguros. A 31 de diciembre de 2005, el margen básico del Banco asciende a 163.341 miles de euros, lo que supone un incremento del 11'16% respecto al año anterior.

El incremento de la actividad financiera del Banco aporta al margen 3.784 miles de euros procedentes básicamente de la gestión de la cartera de negociación, donde se incluyen derivados, instrumentos de capital y valores representativos de deuda, por importe de 1.255 miles de euros, mientras que las plusvalías obtenidas por la venta de la cartera de activos disponibles para la venta ascienden a 2.220 miles de euros. Asimismo las diferencias de cambio obtenidas de la actividad del negocio de extranjero ascienden a 8.862 miles de euros, incrementándose un 16'67%. El margen ordinario del Banco a 31 de diciembre de 2005 asciende a 175.987 miles de euros, lo que supone un incremento del 12'78 respecto al año anterior.

Margen Ordinario	miles de euros			
	2005	2004	Variación	
			absoluta	%
MARGEN DE INTERMEDIACIÓN	120.431	110.802	9.629	8,69
Comisiones percibidas	53.861	46.810	7.051	15,06
Comisiones pagadas	10.951	10.668	283	2,65
MARGEN BÁSICO	163.341	146.944	16.397	11,16
Resultados por operaciones financieras	3.784	1.498	2.286	152,60
Cartera de negociación	1.255	394	861	218,53
Activos financieros disponibles para la venta	2.220	1.057	1.163	110,03
Otros	309	47	262	557,45
Diferencias de cambio	8.862	7.596	1.266	16,67
MARGEN ORDINARIO	175.987	156.038	19.949	12,78



A 31 de diciembre de 2005, el margen de explotación del Banco se ha incrementado en 13.202 miles de euros, ascendiendo a 65.072 miles de euros, lo que supone un incremento del 25'45% respecto al año anterior. Los costes de transformación, como son los gastos de personal y los gastos generales, ascienden a 107.010 miles de euros, incorporan el incremento de costes necesarios motivados por la expansión del Banco en el arco mediterráneo y Canarias. Las comisiones de apertura y de estudio de créditos que cubren los costes directos relacionados con las operaciones se incluyen como otros productos de explotación, ascendiendo a 31 de diciembre de 2005 a 3.615 miles de euros.

Margen Explotación

miles de euros

	2005	2004	Variación	
			absoluta	%
MARGEN ORDINARIO	175.987	156.038	19.949	12,78
Costes de transformación:	107.010	100.315	6.695	6,67
Gastos de personal	72.330	68.224	4.106	6,02
Gastos generales	34.680	32.091	2.589	8,07
Amortizaciones del inmovilizado	6.091	6.025	66	1,10
Otros productos de explotación	3.979	3.761	218	5,80
Otras cargas de explotación	1.793	1.589	204	12,84
MARGEN DE EXPLOTACIÓN	65.072	51.870	13.202	25,45



En la partida de pérdidas por deterioro de activos, que asciende a 17.059 miles de euros se recogen fundamentalmente las dotaciones a la cobertura genérica de insolvencias fruto del importante incremento de las inversiones crediticias.

Resultados después de impuestos*miles de euros*

	2005	2004	Variación	
			absoluta	%
MARGEN DE EXPLOTACIÓN	65.072	51.870	13.202	25,45
Pérdidas por deterioro de activos	17.059	9.557	7.502	78,50
Dotaciones a provisiones	1.743	3.308	-1.565	-47,31
Otras ganancias	5.830	7.643	-1.813	-23,72
Otras pérdidas	2.085	2.363	-278	-11,76
RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS	50.015	44.285	5.730	12,94
Impuesto sobre beneficios	15.517	13.955	1.562	11,19
RESULTADOS DESPUÉS DE IMPUESTOS	34.498	30.330	4.168	13,74

Después del gasto por impuesto sobre beneficios, el beneficio neto del Banco asciende a 34.498 miles de euros, lo que supone un incremento respecto al año anterior del 13'74%.



Rating de Banca March

La calificación de Moody's Investor Services otorga al Banco 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".

MOODY'S	
Largo plazo	A3
Corto Plazo	P1
Individual / Fortaleza financiera	C
Perspectiva	estable





Estructura Funcional

Informe Anual 2005. Banca March



Banca Minorista

Durante el ejercicio 2005, la Red de Oficinas dedicadas a la gestión de banca “retail” cambia su tradicional denominación de Banca de Particulares por la de Banca Minorista.

Este cambio no implica tan sólo una variación en la nomenclatura sino que, con él, se ha pretendido reflejar el enfoque actual del modelo de negocio de nuestros puntos de venta. Un modelo más global y más centrado en la complejidad comercial del banco.

La Red de Oficinas de Banca Minorista, centro neurálgico de nuestra actividad, tiene encomendada una doble misión:

- Por una parte, la atracción, gestión y fidelización de los tres segmentos-objetivo de clientes:
 - Particulares.
 - Pymes.
 - Comercios.
- Por otra, potenciar los resultados de la red de especialistas (Banca Privada, Banca de Empresas, Banca Institucional, División Inmobiliaria, Banca-Seguros), facilitando la gestión de los clientes de este perfil y propiciando a la especialización el contacto de clientes potenciales de su zona de influencia.

En este sentido, son destacables las distintas campañas que se han realizado de manera conjunta entre la red tradicional y la red de banca especializada. Los buenos resultados obtenidos vienen a demostrar la capacidad de crecimiento que la explotación de estas sinergias conlleva.



Red de oficinas

A 31 de diciembre de 2005 el Banco cuenta con una red de 250 oficinas, con la siguiente distribución geográfica:

	2005	2004	2003
BALEARES:	155	153	147
Mallorca	132	130	125
Menorca	11	11	10
Eivissa	11	11	11
Formentera	1	1	1
CANARIAS:	57	53	48
Las Palmas: Gran Canaria	18	17	16
Lanzarote	9	7	6
Fuerteventura	6	6	6
Tenerife: Tenerife	22	21	19
La Palma	2	2	1
ANDALUCIA:	26	19	13
Cádiz	4	3	3
Málaga	22	16	10
ALICANTE	9	3	
MADRID	1	1	1
BARCELONA	1	1	1
LONDRES	1	1	1
TOTAL	250	231	211



Gestión de recursos



■ DEPÓSITOS A PLAZO FIJO

Se ha continuado con la comercialización de los Depósitos Estructurados como alternativa al tradicional depósito a plazo fijo. Son productos más sofisticados que, garantizando el 100% del capital, permiten al inversor obtener en un plazo establecido una rentabilidad ligada a la evolución de una determinada referencia bursátil, ya sea un índice bursátil o una cesta de valores.

- > **Depósito Selección:** es un depósito estructurado a cuatro años, que permite obtener un rendimiento en función de la evolución de una cesta de 4 índices, asegurando el 100% del capital invertido.

Además, se ha comercializado conjuntamente con un depósito de alta remuneración: Depósito 6, a un plazo de 6 meses con retribución al vencimiento.

- > **Depósito March Premium:** depósito estructurado a un plazo de 37 meses que permite obtener un rendimiento que está en función de la evolución de un índice bursátil, asegurando el 100% del capital invertido y una atractiva retribución a los tres meses.
- > **Depósito March Premium II:** el rendimiento de este depósito, al plazo de 3 años, está en función de la evolución de un índice bursátil, asegurando como mínimo el 102% del capital invertido.



- > **El Depósito 7 8 9:** es un depósito a tres años que permite obtener un rendimiento que está en función de la evolución de una cesta de 7 valores, asegurando el 100% del capital invertido.

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

Financiación

■ PRÉSTAMOS HIPOTECARIOS

Durante este ejercicio, atendiendo a las necesidades de un mercado cambiante, se han lanzado cuatro nuevos productos hipotecarios vivienda:

- > **La Hipoteca Futuro,** un nuevo producto hipotecario de condiciones muy competitivas con un plazo de hasta 40 años y con posibilidad de carencia de hasta 5 años. Además, el tipo de interés de revisión puede disminuir en función de los productos contratados.
- > **La Hipoteca March Joven,** un producto exclusivo para los jóvenes de hasta 30 años, de condiciones muy atractivas, con el que disfrutarán de hasta el 100% del valor de tasación, con un plazo de hasta 40 años y con posibilidad de carencia hasta 5 años.
- > **La Hipoteca March Premium,** exclusiva para clientes extranjeros ofrece la posibilidad de carencia hasta 3 años y hasta el 70% del valor de tasación.
- > **La Hipoteca Libre,** con la que Banca March asume los gastos que se produzcan en la subrogación de la operación hipotecaria sobre vivienda (gastos de notario, registro, gestoría, tasación, etc.)





■ PRÉSTAMO PERSONAL

Campaña **“Prémiate para conseguir lo que quieras”**, con la que se han comercializado nuestros préstamos destinados al consumo en condiciones muy especiales.

Por otra parte, y atendiendo al perfil de nuestros clientes y a las necesidades de liquidez que se generan en determinadas épocas del año, se ha lanzado una **campaña de préstamos personales preconcedidos**.

Además, se ha lanzado la campaña **“Préstamo personal protegido”** en la que se ofrece a nuestros clientes la posibilidad de tener cubierto el pago de las cuotas de su préstamo personal ante diversas eventualidades.



Fondos de Inversión

Banca March ha mantenido todo el año la **Campaña de Fondos de Inversión** en la que se premian los traspasos de otras entidades:

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

- > **March Eurobolsa Garantizado, F.I.** cuya garantía se ha renovado 36 meses.
- > **March Europa Garantizado, F.I.**, cuya garantía se ha renovado 37 meses.

Planes de Pensiones

Durante este año se ha potenciado la Campaña **“Programa Extra”**, cuyo objetivo prioritario ha sido premiar a los partícipes que hayan permanecido en los Planes de Pensiones de Banca March y que a su vez hayan realizado una aportación anual determinada, a través de un sistema de bonificación en cuenta que se va incrementando cada año de permanencia. Además, se ha prolongado la Campaña por 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. Concretamente, se ha obsequiado a los clientes por la apertura de cuentas y por la domiciliación de recibos.

Especialización

■ MARCH PEQUES

La evolución de March Peques a lo largo de 2005 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 esto, 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.
- > Diseño de **elementos promocionales** con el fin de fortalecer y dar a conocer la marca: camisetas, globos, caramelos, pegatinas, imanes, etc.
- > **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 Banca March tiene presencia.



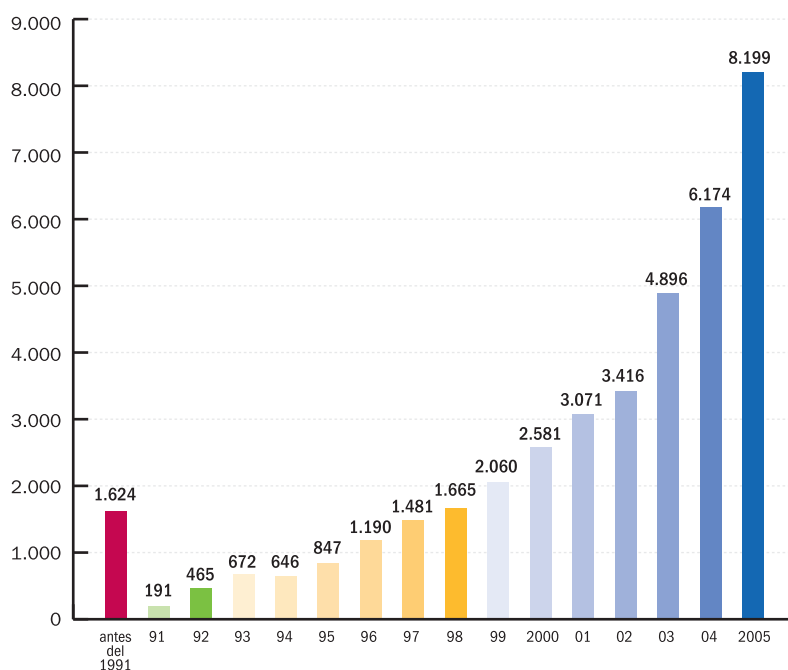


■ MARCH JOVEN

En el año 2005, las actuaciones de March Joven se han centrado, fundamentalmente, en la captación de nuevos clientes y en el diseño y venta de productos comerciales adaptados a las características y circunstancias propias de este segmento.

Nuevos Clientes

A 31 de diciembre de 2005, la base de clientes jóvenes de 13 a 30 años ascendía a un total de 39.178 clientes. La evolución en la captación de clientes ha sido la siguiente:



AÑO	Nº CLIENTES
hasta 1990	1.624
hasta 1994	1.974
95	847
96	1.190
97	1.481
98	1.665
99	2.060
2000	2.581
01	3.071
02	3.416
03	4.896
04	6.174
05	8.199
TOTAL	39.178

Estas cifras, y su constante evolución en los últimos tres años, son fruto del esfuerzo de muchas personas de Banca March, con especial mención a la Red de Oficinas, que ha respondido de manera entusiasta a las distintas campañas y objetivos que se han venido marcando.



Productos Comerciales

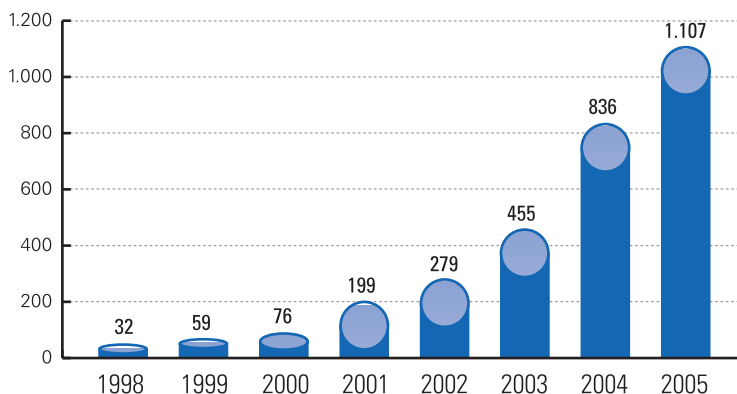
El ejercicio 2005 ha supuesto la culminación en el desarrollo y diseño de productos de activo y pasivo adaptados a las necesidades de los jóvenes, con especial hincapié en la oferta hipotecaria:

Hipoteca March Joven

La Hipoteca March Joven ha sido diseñada para facilitar a los jóvenes el acceso a la primera vivienda. Las características más relevantes de la Hipoteca March Joven son las siguientes:

- Plazo de vigencia: hasta 40 años.
- Carencia: hasta 5 años.
- Financiación: hasta el 100% del valor de tasación de la vivienda
- Ventajosas condiciones económicas

Ésta ha sido la evolución en la contratación de Hipotecas con jóvenes hasta 30 años:





Préstamo Consumo March Joven

En agosto 2005 se lanzó el Préstamo Consumo March Joven con el fin de facilitar el acceso a los bienes de consumo que normalmente vienen solicitando (compra de ordenadores, coches, muebles, ropa, cámaras de vídeo y fotográficas, equipos de músicas, viajes, etc.)

Tarjeta 4B Maestro March Joven

Además de los servicios propios de una tarjeta financiera de débito (a partir de los 18 años), se 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 más de 2.000 puntos de venta.

Al finalizar el ejercicio 2005, el parque de tarjetas ha sido de 962 para jóvenes de edades comprendidas entre los 13 y los 17 años (sin servicios financieros) y 6.366 para jóvenes de edades comprendidas entre 18 y 30 años (con servicios financieros).

Libreta de Ahorro March Joven

La contratación de la Libreta de Ahorro March Joven ha ido aumentando en estos años, ascendiendo a 8.701 libretas al cierre del año 2005.



Otros aspectos de March Joven

En el año 2005 han participado más de 2.000 jóvenes en las distintas actividades que, desde el inicio de March Joven, se han ido desarrollando y organizando.

- > **Concurso de Bolsa y Concurso de Simulación de Empresa (Manager March)**, con el que Banca March ha sido pionera, en el ámbito nacional, en actividades simultaneadas con tres Universidades distintas.
- > **Actividades de “generación digital”** con los que Banca March ha sido pionera introduciéndolas en los centros de enseñanza, como son:

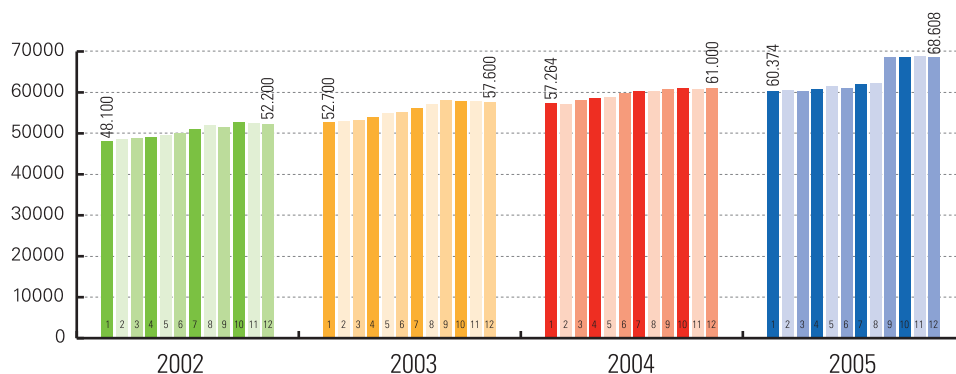
- **El Escripnauta**,
un concurso de redacción multimedia.
- **El MusicNauta**,
un concurso de maquetas musicales.
- **El MovieNauta**,
un concurso de vídeo.

A todas estas actividades se puede acceder a través de la página web de March Joven, www.marchjoven.com



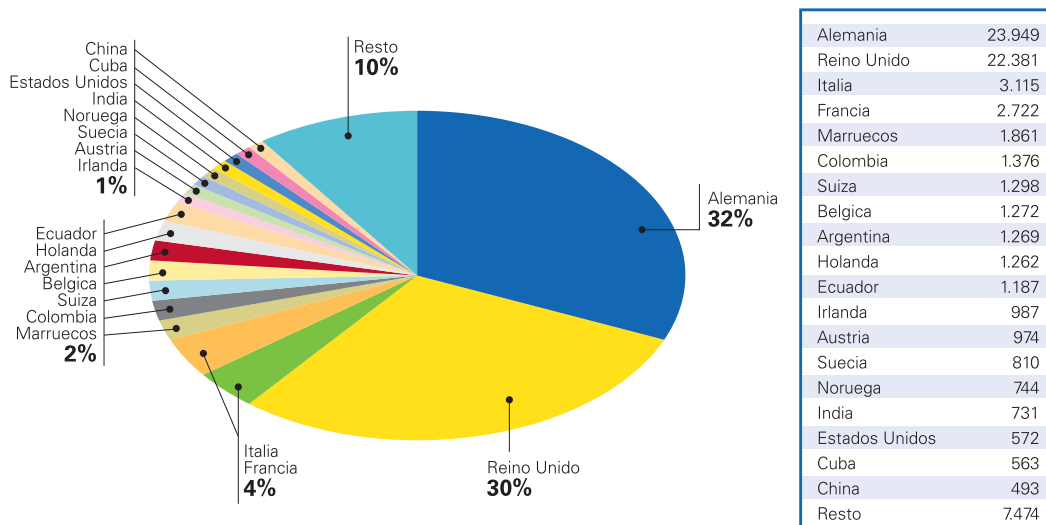
■ CLIENTES EXTRANJEROS

Durante el año 2005, el número de clientes extranjeros mantuvo su tendencia al alza, en línea con lo acontecido durante los últimos años. De esta manera, el ritmo de crecimiento con respecto al año 2004 ha sido de un 14%, situándose el número de clientes particulares extranjeros en 68.608. Esto representa un 29,84% sobre la masa total de clientes particulares de Banca March.



Sin duda, el proceso de expansión que está llevando a cabo Banca March en las zonas de Alicante y Andalucía ha contribuido de forma esencial a los resultados obtenidos en captación de nuevos clientes.

Como indica el gráfico, alemanes e ingleses siguen siendo claramente las nacionalidades mayoritarias, 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 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.

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. El Club ofrece una gran variedad de servicios y actividades, además de productos financieros específicos:

- > **La tarjeta 4B March Premium Club**, tarjeta que identifica a los miembros del club y que ofrece toda una serie de servicios específicos.
- > **Depósito March Premium I y II**, depósitos estructurados cuyos rendimientos están en función de la evolución de unos índices bursátiles, asegurando como mínimo el capital invertido.

Nuestros socios se mantienen puntualmente informados de todas las nuevas iniciativas y actividades llevadas a cabo por el Club, aún cuando se encuentren en el extranjero, a través de nuestra página web www.marchpremiumclub.com del correo electrónico premiumclub@bancamarch.es y de la revista "March Premium Club News", que editamos mensualmente y que durante este año 2006 prevemos digitalizar y remitir por correo electrónico.

En otro orden de cosas y tratando de mantenernos siempre lo más cerca posible de nuestros clientes actuales y futuros, Banca March ha seguido asistiendo a Ferias Inmobiliarias en el Reino Unido. Durante el año 2005, tres han sido los destinos de Banca March: Londres (en dos ocasiones), donde contamos con stand en "Viva España", la feria más importante que se celebra en la capital británica sobre España, Glasgow y Manchester.

■ MARCH CLÀSSIC

En el transcurso de este ejercicio se ha incorporado un programa que integra diversas actividades de marcado carácter diferenciador y eminentemente cultural, destinadas a satisfacer toda una serie de demandas de un sector, cada vez más numeroso, procedente de jubilaciones anticipadas. Banca March desarrolla estas actividades con carácter sistemático, contando principalmente con la colaboración de la red comercial de oficinas de nuestra entidad y con la asociaciones de tercera edad de las localidades.

En cuanto a la acción social y cultural desarrollada, se han realizado alrededor de 500 actividades en las que han participado más de 17.000 pensionistas.

En la programación habitual se incluyen toda una serie de eventos innovadores que son capaces de conseguir una participación activa de las nuevas generaciones de jubilados y consolidar a los ya existentes, entendiendo cuáles son sus necesidades y articulando programas más personalizados, diversificados y eficaces. Ejemplo de esto es el programa “Actividad física, salud y bienestar”. Además, se incluyen actividades como fisioterapia, gimnasia, yoga, clases de informática, danzas del mundo, taller de poesía, clases de bordado mallorquín, baile de salón y conferencias de carácter divulgativo y temática diversa, todas ellas impartidas a través de nuestros clubes situados en Palma y Manacor.

Entre Baleares y Canarias se han realizado un total de 200 excursiones complementadas con una amplia oferta cultural. Además, son destacables los programas exclusivos de viajes March Clàssic que han abarcado diversos destinos, efectuándose un total de quince salidas.

También son destacables las distintas colaboraciones que se vienen manteniendo con instituciones de carácter público, tales como S’Institut de Serveis Socials i Esportius de Mallorca, con la UIB a través de la “Universitat Oberta per a Majors (UOM)”, con el Ayuntamiento de Santa Brígida (Gran Canaria) y con diversas instituciones privadas.





■ 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 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.

■ ACCIONES ESPECÍFICAS

- > **Línea Verde:** gestión de las solicitudes de subvenciones agrícolas y ganaderas otorgadas por la “Conselleria d’Agricultura i Pesca” del “Govern de les Illes Balears”.
- > **Campaña Renta:** colaboración con la AEAT para la tramitación de declaraciones del IRPF. Participación con stand en “IFEBA”.



March Correduría de Seguros



A lo largo del ejercicio 2005, March Correduría ha continuado con su labor de asesoramiento, formación y apoyo a la red de sucursales en la comercialización de productos aseguradores, tanto en productos de distribución en oficinas como en empresas.

Para ello se ha continuado con la labor, iniciada en 2004, de dotar a las oficinas de un buen programa informático que automatice en la medida de lo posible la venta de estos productos. Se inició este trabajo con la incorporación de los seguros que están vinculados a operaciones financieras, como el seguro de hogar (ya en 2004). Las nuevas incorporaciones a lo largo de 2005 han sido:

- Daños Materiales (March Pyme vinculado).
- Pagos protegidos, para poder asegurar los préstamos personales e hipotecarios de desempleo e incapacidad.

Por otro lado, se ha incluido un multitarificador de autos on-line con tres compañías y un sistema para obtener cotizaciones con otras cuatro.

Durante el ejercicio 2005, se han realizado dos campañas, una de productos estandarizados y otra de empresas, en la que se ha conseguido un incremento de volumen de primas del 50% respecto al mismo período del año pasado.



Banca de Empresas

Banca de Empresas se configura en Banca March como una unidad de negocio basada en el tratamiento personalizado de clientes a través de gerentes especializados en los distintos segmentos de negocio que se gestionan desde esta área.

Las divisiones de negocio que la conforman son las siguientes:

- > **Banca Grandes Empresas**
- > **Banca de Pymes**
- > **División Inmobiliaria -crédito al promotor-**
- > **División Institucional**
- > **Redes de Madrid y Barcelona**

Con ello y a través de una red de gerentes distribuidos por las distintas zonas geográficas donde está implantado el banco y con una estructura muy ligera, se pretende dotar de importantes sinergias, tanto hacia el propio área como a banca minorista, mercados y banca privada, compaginando una fuerte especialización con una visión global del negocio y una importante optimización de recursos.

El crecimiento global del área ha sido del 31% en volumen de inversión y prácticamente del 80% en recursos controlados, capítulo éste que se ha visto muy favorecido por la creación, básicamente en Madrid, de una unidad de negocio mayorista que trabaja la captación y mantenimiento de



grandes corporaciones generadoras de tesorería. Dados los buenos resultados obtenidos, este capítulo va a ser reforzado durante el próximo año 2006.

En lo referente a la aportación a resultados, el conjunto del área ha devengado un 15% más de margen que en el pasado ejercicio 2004, habiendo incorporado un buen crecimiento en algunos capítulos de ingresos, como es el caso de las coberturas de tipos de interés (favorecidas por la expectativa de subida básicamente a finales de año) y la importante campaña de captación de seguros vinculados a empresas, donde se han alcanzado cifras muy por encima de las previsiones iniciales.

Madrid, Barcelona y Canarias han sido las zonas geográficas con mayor recorrido en el crecimiento global, mientras que Baleares ha tenido un comportamiento mejor que durante el pasado ejercicio, pero aún lejos del ritmo medio conseguido. Málaga se constituye, además, como una fuente importante de captación de nuevos clientes, y Cádiz y Alicante son las zonas donde se han iniciado los primeros pasos para la implantación de especialistas de los distintos segmentos de negocio del área.

Por negocios, el inmobiliario ha seguido teniendo un comportamiento muy potente, si bien se han extremado las medidas de cautela en cuanto a la financiación de suelo y promociones en zonas ya saturadas por esta actividad. El riesgo vivo en crédito a promotores ha crecido un 58%, aportando un 33% más de margen que en 2004.

La División Institucional, asimismo, ha tenido como mayor objetivo la captación de recursos de balance y la mejora de la rentabilidad de este negocio, capítulos ambos en los que se ha cerrado por encima de objetivos, doblando los recursos gestionados y aportando un 36% más de margen.

Grandes Empresas ha seguido una tónica donde el crecimiento se ha producido, básicamente, en la captación de nuevos clientes, muchos de ellos ajenos al sector de hostelería.





El crecimiento ha superado también los objetivos marcados, con un incremento del 35% y una aportación al margen del 10%.

Por lo que respecta a la banca de Pymes, se han llevado a cabo dos campañas de captación de clientes en Baleares y Canarias con resultados muy notables, que enlazarán con tres campañas más en los próximos dos años a fin de que, a finales de 2007, el banco tenga una cuota en este segmento acorde a las cuotas de negocio que ya posee en los capítulos más destacados.

La Calidad del Riesgo en el área, y en línea con el resto de la organización, ha mostrado, un año más, un comportamiento excelente gracias a la situación de mercado y sobre todo a un nivel de gestión interna del riesgo basado en la anticipación, gestión preactiva del seguimiento y un criterio de prudencia y rigor en la admisión.

Por último, mencionar que el área ha seguido trabajando en la mejora de los procesos informáticos internos, de los productos y de las vías de atención a nuestros clientes, línea que en los próximos dos ejercicios tendrá resultados muy interesantes por los desarrollos que ahora mismo se están elaborando. Asimismo, la formación ha sido, como es costumbre, un capítulo básico en la manera de entender la gestión de empresas, habiéndose impartido varios cursos encaminados al conocimiento de la empresa, el mercado, su análisis, productos y técnicas de gestión.



Banca Institucional



Durante el ejercicio 2005, las actuaciones en el ámbito de Banca Institucional han ido en consonancia con la gran actividad realizada por el banco y por todos sus departamentos. Los resultados, tanto en el sector público como en el privado, han sido excelentes.

En Baleares, Banca March sigue siendo el banco de referencia para las diferentes instituciones, estando presente en todos los segmentos de la administración pública, en las grandes empresas del sector público, participando en las campañas e iniciativas de los Consells Insulares, así como en las del Govern de les Illes Balears. Además, se ha experimentado un fuerte incremento en la participación institucional del banco tanto en Menorca como en Ibiza. En el sector privado, se ha participado en gran parte de las actividades promovidas por las asociaciones y colegios profesionales.

En la Comunidad de Canarias se ha consolidado la implantación institucional de Banca March, estando ya situada como primera entidad en Lanzarote y Fuerteventura, y con posiciones muy importantes en Las Palmas de Gran Canaria y Tenerife. Durante el ejercicio 2005, Banca March ha sido entidad colaboradora en la Reserva para Inversiones en Canarias tanto del Gobierno de Canarias como de los Cabildos de Gran Canaria y de Tenerife. La participación del banco en instituciones es altamente significativa, así como en las principales empresas del sector público. En las instituciones de ámbito privado se ha experimentado un gran avance en todos los territorios, con especial im-



UN GRAN GRUPO BANCARIO ESPAÑOL YA ESTÁ EN ANIMACIÓN

¿Porqué poner límites a sus ilusiones?



Si tiene ilusión, la tiene todo. Porque el único límite es el de su imaginación. Y la imaginación de su banco. Por eso en Banca March creemos soluciones a medida. Con flexibilidad. Con comprensión. Con confianza. Y, sobre todo, con imaginación. Porque pensamos diferente. Porque pensamos en Usted.

203 oficinas en España. 36 oficinas en México.

Pensamos diferente. Pensamos en Usted.

Alicante • Barcelona • Cádiz • Jerez • Málaga • Palma de Mallorca • San Sebastián • Valencia • Madrid • Murcia

Infórmese en nuestras oficinas o llamando al teléfono 901 111 000

WWW.BANCAMARCH.ES

BANCA MARCH

UN GRAN GRUPO BANCARIO ESPAÑOL YA ESTÁ EN ANIMACIÓN

Sólo un banco especializado ve los retos de su empresa con su mismo punto de vista.



Quiero ha trabajado en el sector turístico sabe que es un mundo apasionante. Pero con sólo algunos que los retos en este mundo pueden convertirse en retos. En Banca March tenemos más de 40 años ayudando a las empresas turísticas a consolidarse y a afrontar los retos que surgen día a día. Con comprensión, con flexibilidad, con confianza y, sobre todo, con imaginación. Porque pensamos diferente. Porque pensamos en Usted.

203 oficinas en España. 36 oficinas en México.

Pensamos diferente. Pensamos en Usted.

Infórmese en nuestras oficinas o llamando al teléfono 901 111 000

WWW.BANCAMARCH.ES

BANCA MARCH

plantación en las asociaciones y federaciones de pequeñas y medianas empresas.

Banca March ha potenciado su andadura institucional tanto en Barcelona como en Madrid, donde ya participa en la gestión de tesorería de instituciones de prestigio como Correos, Comunidad Autónoma de Madrid, Generalitat de Catalunya y diferentes asociaciones, colegios profesionales y empresas de ámbito público.

En la Comunidad Valenciana, Banca March también ha iniciado su singladura institucional participando en la gestión de cobros de tributos y tasas de diferentes ayuntamientos, así como en la gestión de la tesorería de varias instituciones de la administración local. Asimismo, se ha participado en inversiones de instituciones tanto públicas como privadas.

En la Comunidad Andaluza, el ejercicio 2005 ha sido ya de cierta consolidación al participar activamente en diferentes convenios de la Junta de Andalucía. En este sentido, cabe destacar los convenios firmados con Pymes y con instituciones públicas y privadas. También se han firmado diferentes convenios con asociaciones profesionales. Asimismo, Banca March participa en iniciativas de inversión en aparcamientos de carácter público o privado con el objetivo de favorecer a particulares y pequeños empresarios, colaborando activamente con las instituciones implicadas.

Por último, cabe destacar el importante esfuerzo realizado en la gestión de pagos de tributos, impuestos y tasas por sistemas telemáticos a través de Internet y que tienen a su disposición todos nuestros clientes, tanto empresas como particulares.



Pymes y Comercios



En 2005, después de la incorporación de la división de Pymes al área de empresas y disponiendo de más medios para la programación y acción comercial dirigida a las pequeñas y medianas empresas, la actuación de esta división se ha centrado en los siguientes aspectos:

- Programación de visitas a empresas clientes y no clientes.
- Creación de herramientas para una buena gestión comercial.
- Diseño de productos y precios competitivos.
- Formación continuada.
- Acción comercial permanente realizada por nuestras oficinas en Baleares y Canarias con 214 oficinas implicadas.
- Seguimiento de objetivos propuestos.

Los resultados conseguidos superan los objetivos tanto en nuevas empresas clientes como en volumen de negocio, y son consecuencia de las gestiones realizadas con más de 6.000 empresas.

Estos resultados se concretan en un 32% de resultado positivo sobre el censo programado de nuevas empresas a captar, con 4.587 nuevos contratos con las mismas, los cuales se distribuyen en productos de activo, pasivo y servicios, y con un crecimiento del negocio del 61% con las empresas que han sido objeto de la campaña.



División Inmobiliaria

Desde su creación, la 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 el sector bancario ha alcanzado en estos últimos años en este segmento.

Las características especiales que comporta el negocio inmobiliario 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 el banco está realizando su expansión.

En el año 2005 Banca March ha alcanzado un volumen de inversión cercano a los 1.200 millones de euros que permiten la construcción de 7.170 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 garantizan el buen fin de las inversiones. Los porcentajes de autorización de operaciones siempre se realizan sobre costes reales, prestando una especial prudencia en la financiación a no residentes. Las operaciones de financiación de compra de suelo, al igual que cualquier financiación de desarrollos urbanísticos, se estudian con detenimiento por el riesgo que conllevan dado que el periodo de maduración de dichas operaciones suele ser incierto. Hay que destacar el importante crecimiento en desarrollos inmobiliarios en el archipiélago canario.



Durante el presente año, se ha comenzado a consolidar nuestra inversión inmobiliaria en Andalucía, procurando mantener nuestra línea de actuación habitual (centrarnos en grupos familiares de la zona, compatibilizar primera y segunda residencia, manteniendo la misma política de riesgos seguida hasta este momento), lo que está permitiendo un importante crecimiento de la inversión, diversificando nuestra cartera vía nuevos clientes y nuevas zonas de actuación.

Asimismo, durante el año 2005, en la zona de Alicante, se han realizado los primeros contactos con grupos empresariales del sector inmobiliario, iniciando las primeras financiaciones que esperamos fructifiquen con éxito durante el próximo año.



Banca Privada

2005 ha sido el tercer año consecutivo en el que los mercados financieros en general y la bolsa en particular han mostrado un buen comportamiento. El mercado bursátil ha generado rentabilidades muy atractivas, claramente por encima de las previsiones establecidas a inicio de año. Además, hasta el último trimestre del año, los niveles de los tipos de interés continuaron en mínimos y, sólo en el mes de diciembre, el BCE se decidió a modificar su política monetaria elevando el tipo de intervención en veinticinco puntos básicos. La evolución del precio del petróleo, la menor fortaleza del euro respecto al dólar y un escenario de mejores perspectivas de crecimiento para el conjunto de las economías europeas, forzaron al Banco Central a dar este giro después de muchos meses de mantener una actitud relajada respecto al precio del dinero.

En este escenario, los inversores han continuado, en términos generales, con una presencia activa en los mercados de renta variable, dedicando un mayor porcentaje de sus posiciones a este tipo de inversión frente a los activos con menor exposición al riesgo. En general, los clientes han seguido las recomendaciones de mantenerse alejados de los activos de renta fija que, por el bajo nivel de los tipos y las perspectivas crecientes de posibles subidas, no ofrecían demasiado atractivo. En un entorno más cambiante y complejo que en años anteriores, desde Banca Privada se ha seguido con el esfuerzo de dar a los clientes del banco un asesoramiento de calidad, identificando las mejores oportunidades que se pudieran presentar, siempre con el objetivo principal de la preservación patrimonial y la consecución de los resultados perseguidos. Todo ello sin olvidar



que todas las recomendaciones se adecuaron al binomio riesgo-rentabilidad elegido por cada uno de ellos.

Dentro de este contexto, el área ha experimentado un crecimiento superior al 40% en activos bajo gestión y al 30% en el número de clientes. Estas cifras nos hacen reafirmarnos en nuestra convicción de que, la capacidad de generación de oportunidades que origina un enfoque de colaboración entre las distintas áreas comerciales de la entidad, es la mayor fortaleza del modelo estratégico elegido. No es sólo la colaboración con la red de oficinas, que sigue siendo nuestra principal fortaleza, sino con el resto de áreas especializadas lo que permite la consecución de los niveles de crecimiento mencionados.

2005 ha sido el tercer y último año de desarrollo del Plan Estratégico definido para el área. En él han continuado todas las iniciativas que iban enfocadas a conseguir una mayor productividad, actividad comercial, mejora de la calidad de nuestro asesoramiento y del nivel de servicio. Así, todos los asesores que no lo habían realizado en años anteriores, han finalizado el “Curso Superior de Gestión Patrimonial” y obtenido la calificación de Asesor de Finanzas Europeo otorgada por la E.F.P.A. (European Financial Planning Association) de la que nuestra entidad continúa siendo miembro corporativo.

La colaboración con March Gestión de Fondos ha seguido siendo una de las piezas fundamentales para el desarrollo de la actividad de Banca Privada. Esta colaboración permite contar con los productos adecuados y responder a las necesidades de asesoramiento de nuestros clientes. En este sentido, en el 2005 se ha puesto en marcha el Comité de Estrategia de inversión de Banca Privada en el que participan la Gestora, nuestro Departamento de Análisis y el área de Mercado de Capitales junto con una representación de los asesores de Banca Privada. En este Comité se revisa la situación macro, perspectivas de los diferentes mercados, se marcan las líneas maestras de las recomendaciones que serán transmitidas a los clientes y se fija la composición de las carteras estratégicas de los diferentes perfiles de riesgo.

Este último punto es fundamental ya que, a lo largo del año, se ha finalizado el desarrollo funcional e iniciado la im-



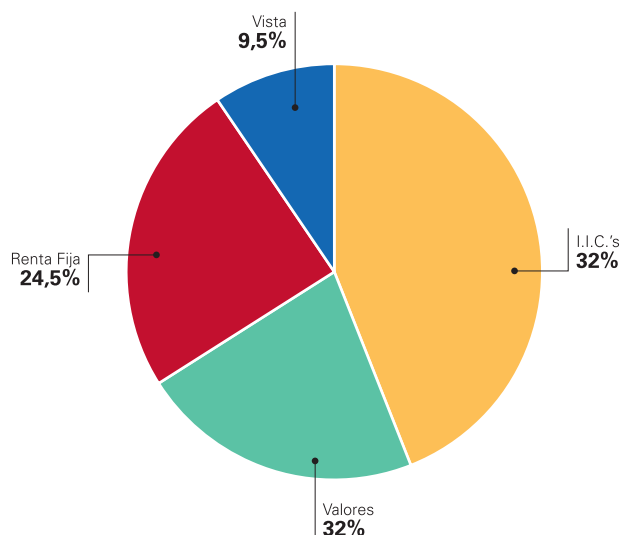


plantación del nuevo aplicativo informático del área. Este hecho marca un hito que permitirá un cambio cualitativo y cuantitativo en la evolución del departamento al dar a los asesores una herramienta de análisis y recomendaciones en la vanguardia del mercado.

Banca Privada, con un equipo formado por 34 profesionales, tiene presencia en todas las áreas geográficas en las que Banca March cuenta con oficinas. Se ha incrementado el número de profesionales en aquellas zonas donde el crecimiento del volumen de negocio y de clientes así lo recomendaba. Durante el año se ha desarrollado un nuevo sistema de control de gestión que nos permite realizar un seguimiento más recurrente y exacto de la actividad comercial. Para esta tarea se ha incorporado al área un nuevo responsable. Este sistema permitirá, además, configurar un método de objetivación más afinado en el año próximo.

El gráfico que aquí se presenta refleja la composición del patrimonio gestionado en función de los diferentes tipos de activo. Las instituciones de inversión colectiva continúan siendo el producto de referencia debido a la importancia de nuestras SICAV Institucionales y a la buena acogida que han tenido algunos de los nuevos productos gestionados por March Gestión de Fondos.

Distribución del Patrimonio





March Gestión de Fondos S.G.I.I.C., S.A. March Gestión de Pensiones S.G.F.P., S.A.



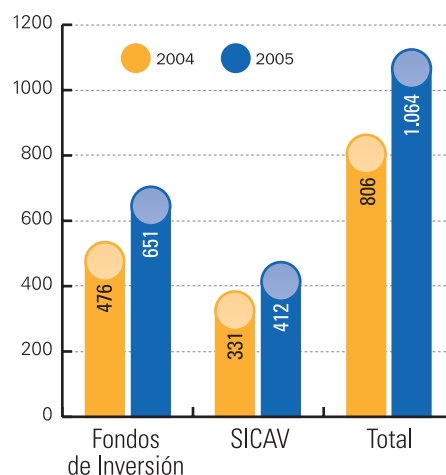
El año 2005 ha sido de nuevo un ejercicio de sólido crecimiento para ambas gestoras. Así, el patrimonio total gestionado alcanzó los 1.212,3 millones de euros al final del periodo, lo que supone un incremento del 29,8% respecto a 2004. Con ello, 2005 ha sido el tercer año consecutivo con crecimientos superiores al 20%.

Por una parte, **March Gestión de Fondos S.G.I.I.C.** incrementó su patrimonio gestionado en un 31,9% hasta colocarse en 1.063,8 millones de euros, gracias al buen comportamiento tanto de los fondos de inversión, como de las sociedades de inversión de capital variable (Sicav).

Analizando la evolución por tipo de producto, los fondos de inversión presentan un excelente comportamiento con un crecimiento del 36,9% respecto al ejercicio anterior, alcanzando un patrimonio de 651,4 millones de euros a finales de 2005. En dicha evolución ha influido significativamente la favorable aceptación que ha tenido el Fondo March Monetario Dinámico, creado en noviembre 2004 y cuyo patrimonio al final del presente ejercicio ascendía a 150,7 millones de euros. También debe destacarse el crecimiento experimentado por los fondos de renta variable que alcanzó el 82% en 2005.

La evolución de las sociedades de inversión de capital variable (Sicav), segunda de las categorías de Instituciones de Inversión Colectiva gestionadas por March Gestión de Fondos, también ha sido muy satisfactoria, con un crecimiento del 24,8% y un patrimonio al finalizar 2005 de 412,4 millones de euros. Asimismo, durante el ejercicio

March Gestión de Fondos S.G.I.I.C.
Patrimonio Gestionado





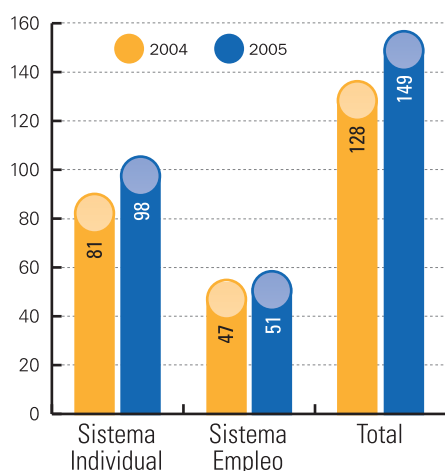
se procedió a la integración, mediante el correspondiente proceso de fusión, de aquellas Sicav Institucionales que presentaban la misma política de inversión con el fin de obtener las oportunas economías de escalas en la gestión de las mismas, incrementando, por ello, su rentabilidad.

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 la rentabilidad obtenida por las mismas. Así, más del 80% de los fondos de inversión comercializados han superado a sus correspondientes índices de referencia.

Por otra parte, el patrimonio total de los fondos de pensiones gestionados por **March Gestión de Pensiones S.G.F.P.** alcanzó los 148,5 millones de euros con un crecimiento del 16,02% respecto al año anterior. En concreto, los fondos de pensiones del sistema individual crecieron un 20,9% con un patrimonio de 97,7 millones de euros al finalizar el ejercicio. En relación con los fondos de pensiones del sistema empleo, debe destacarse la incorporación de un nuevo fondo perteneciente a una entidad ajena al Grupo Banca March, primero de su naturaleza entre los gestionados por March Gestión de Pensiones.

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.

March Gestión de Pensiones S.G.F.P.
Patrimonio Gestionado



El ejercicio 2006 vendrá marcado por el lanzamiento de nuevos productos y servicios que permitan aprovechar las oportunidades ofrecidas por la nueva regulación prevista en el Reglamento de Instituciones de Inversión Colectiva de reciente entrada en vigor, todo ello con el objetivo de proporcionar una oferta altamente competitiva a nuestros clientes.



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:

- El 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 2005 se ha lanzado el **Tercer Programa de Pagars de Banca March**, inscrito en la Comisión Nacional del Mercado de Valores el 10 de junio, con un límite de emisión de 800 millones de euros.



El saldo a 31 de diciembre de 2005 ascendía a 737,3 millones de euros.

En 2005 también hemos utilizado la titulización de préstamos como alternativa de financiación, al igual que en los dos años anteriores, cediendo Banca March préstamos con garantía hipotecaria por un importe de 240 millones de euros a un Fondo de Titulización. El importe total de la emisión fue de 860 millones de euros, estructurada a través de un fondo multicedente: **TD A 23, Fondo de Titulización de Activos**. La mayor parte de los bonos de titulización emitidos permanecen en el balance de Banca March y se utilizan como activos en garantía en operaciones de financiación del Sistema Europeo de Bancos Centrales.

Adicionalmente, en el mes de junio se emitió una **Cédula hipotecaria** singular por un importe de 250 millones de euros y vencimiento 15 de junio de 2020. Está cédula, conjuntamente con otras cuatro emitidas por otras seis entidades financieras, se titulizó a través del fondo IM Cédulas 5, F.T.A. para su distribución en el mercado.

También en el área de **distribución** se ha producido un notable incremento de la actividad derivada de la distribución de productos específicos de Tesorería para las áreas comerciales, en especial renta fija privada, bonos y depósitos estructurados, productos derivados para la cobertura de los riesgos de tipo de interés y tipo de cambio, etc. Para potenciar esta actividad se ha proporcionado formación a las áreas comerciales a la vez que se realizan acciones de apoyo.



Riesgo de tipo de interés y Riesgo de liquidez

Banca March tiene constituido un Comité de Activos y Pasivos que, al menos 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 reprecación 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 reprecación, 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 calcula un desfase o gap de liquidez positivo o negativo para cada intervalo.



March Vida, Compañía de Seguros

March Vida, la compañía de Seguros de Vida de Banca March, ha logrado en su segundo año de existencia entrar en la senda de los beneficios, confirmando que debe ser una importante fuente de ingresos para el Grupo.

La red de oficinas de Banca March se ha mostrado como una herramienta eficiente en la distribución de seguros de vida y, en particular, de los seguros vinculados a hipotecas y préstamos personales. Esto ha posibilitado que después de sólo dos años, March Vida cuente con una cartera de más de 27.000 pólizas y haya ingresado en 2005 más de 28 millones en concepto de primas emitidas. Las provisiones técnicas o fondos gestionados de los clientes de March Vida ascendían, a 31 de diciembre de 2005, a más de 37 millones de euros.

La siniestralidad en el año 2005 se ha mantenido baja. En los siniestros que se han producido, la existencia de un seguro de vida para los clientes de March Vida ha ayudado financieramente a los familiares en las situaciones difíciles, y a su vez ha garantizado una adecuada cobertura a Banca March.

Además de los excelentes resultados cuantitativos, se ha avanzado en otras cuestiones. Así, se ha ampliado el catálogo de productos añadiendo a los ya existentes en la plataforma (March Vida Ahorro, March Vida PPA, March Vida Riesgo Renovable, March Vida Préstamos Personales y March Vida Préstamos Hipotecarios) un nuevo producto, March Vida Renta Vitalicia. La red de oficinas de Banca March ha continuado mejorando su nivel de formación.



Recursos Humanos

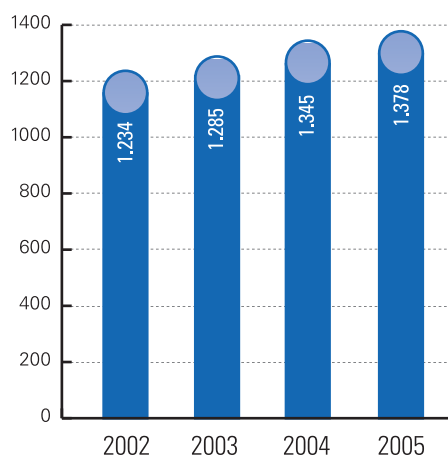


Gestión de los recursos humanos

En el marco del proyecto de expansión de Banca March, basado en la diversificación geográfica, de mercados y segmentos de negocio, durante el año 2005 se ha producido un incremento neto de la plantilla de 33 personas, lo que representa un 2,45% sobre el año anterior. Todo ello en un entorno de mejora constante de los niveles de calidad de servicio y atención al cliente.

En este apartado hay que destacar que el conjunto de personas incorporadas a la organización lo han hecho con un elevado nivel de formación académica, técnica y de conocimiento de otros idiomas, circunstancia que ha provocado que el nivel medio de preparación global de la plantilla haya seguido incrementándose, en línea con lo sucedido en ejercicios pasados.

Evolución de la plantilla

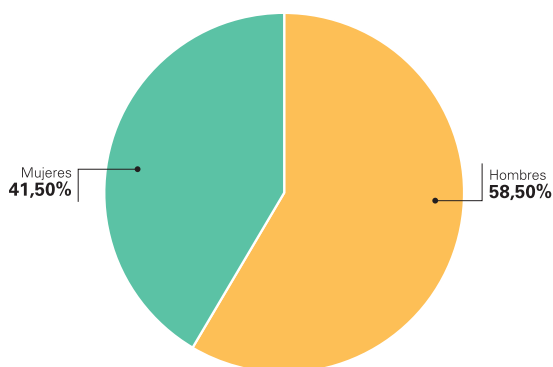


Desarrollo y carrera profesional

En cumplimiento de uno de los ejes fundamentales del área de Recursos Humanos, basado en el compromiso con el desarrollo profesional y personal de todos aquellos que forman parte de la plantilla del banco, se ha seguido propiciando el acceso de nuestros profesionales a los puestos de responsabilidad que a lo largo del ejercicio se han ido generando.

En este sentido, durante el año 2005, un total de 194 empleados han promocionado internamente a puestos de

Distribución por sexos

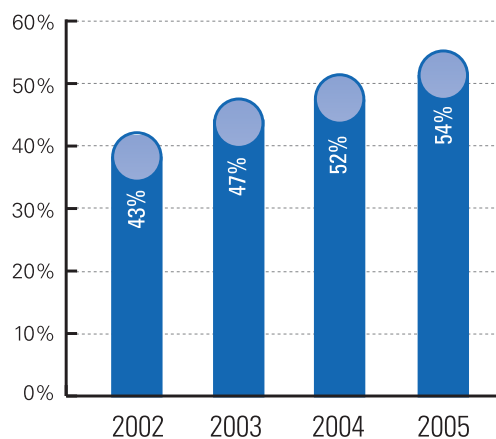




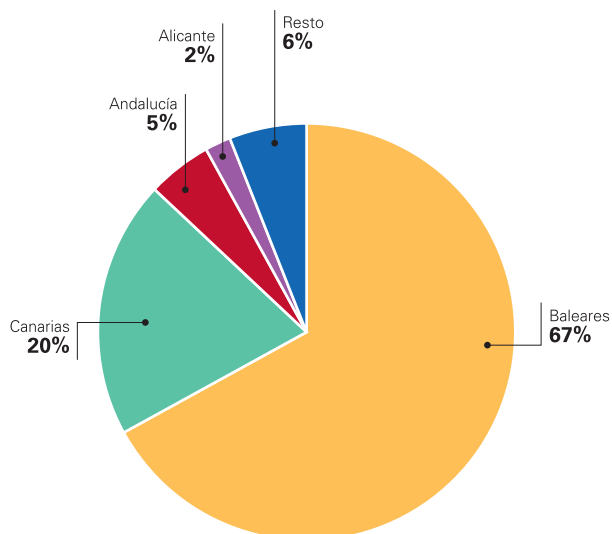
mayor responsabilidad, en muchos casos como inicio de su trayectoria directiva.

Esta dinámica de promociones ha tenido lugar tanto en la red de oficinas como en los distintos departamentos de Apoyo y Control del Negocio que configuran nuestros Servicios Centrales.

Calificación Universitaria



Distribución Geográfica





Formación

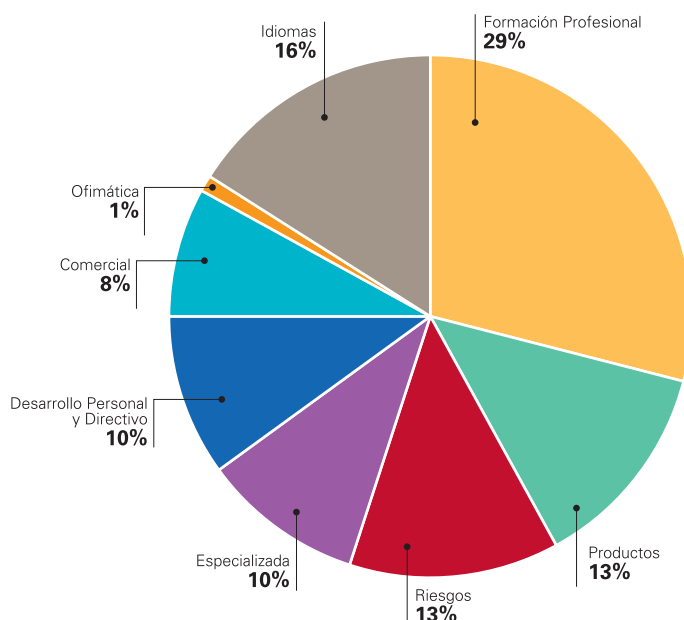
El eje fundamental de la política de formación es el Plan Estructurado de Formación, integrado por un conjunto de acciones coordinadas que pretenden dar respuesta a las necesidades de progreso y crecimiento profesional que la evolución del negocio plantea a nuestros empleados.

En este sentido, se han combinado distintas iniciativas, tanto de carácter interno, desarrolladas por nuestros propios medios, como externas, realizadas con la colaboración de especialistas cualificados.

En líneas generales, hay que destacar el esfuerzo realizado en formación específica en los entornos de Valores y Fondos, Oficio Bancario, Gestión Patrimonial y Formación Universitaria de post-grado.

En conjunto se han impartido un total de 53.274 horas de formación que han propiciado la participación de 6.135 asistentes con un total de 607 acciones formativas.

Cursos de Formación



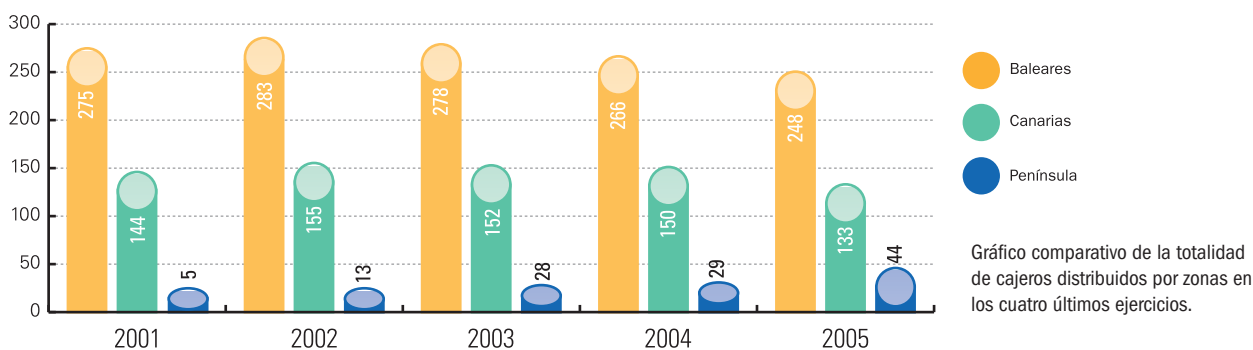


Banca Electrónica y Medios de Pago

Red de cajeros automáticos

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

Evolución total número de cajeros por ejercicios y zonas



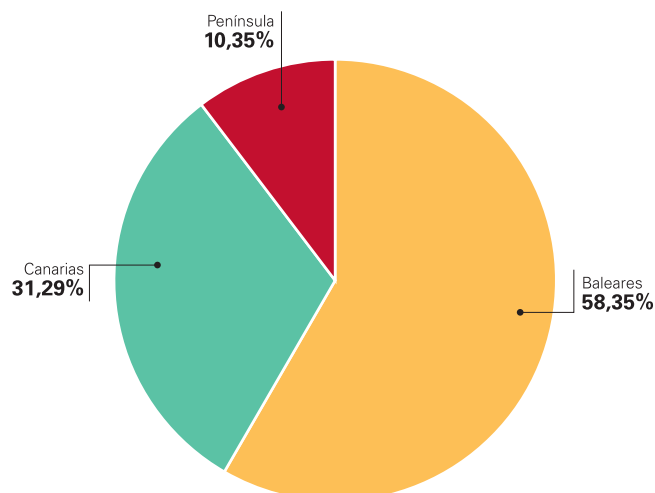
Respecto al año anterior, la zona de Baleares ha sufrido un decremento del 6,77%, pasando de 266 unidades a 248.

En las islas Canarias, se ha producido un decremento más acentuado siendo éste del 11,33%, pasando de 150 a 133.

La zona Península ha experimentado un comportamiento contrario a las dos zonas anteriores. El fuerte crecimiento del 51,72% es debido al plan de expansión realizado en Andalucía y Alicante.

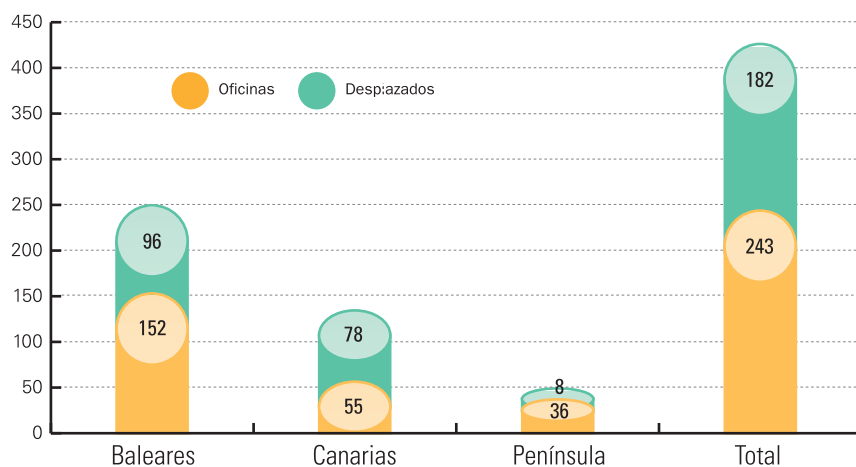


De la totalidad de 425 cajeros, un 58,35% pertenecen a Baleares, un 31,29% a Canarias y el 10,35% a la zona de la Península.



Del total de la red de cajeros automáticos, 243 están ubicados en las propias oficinas mientras que 182 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.

Tipología de cajeros según zonas





El volumen de actividad a través de la red de cajeros ha sido de 7.471.238 operaciones con un volumen de 605.366.000 €.

En relación a la red de terminales en puntos de ventas (Telepago – TPV's) el volumen de actividad ha sido de 4.723.556 operaciones cuantificables en 395.350.355 €.

En definitiva, se ha logrado un volumen de 12.194.794 operaciones por un importe de 1.000.716.355 €.

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

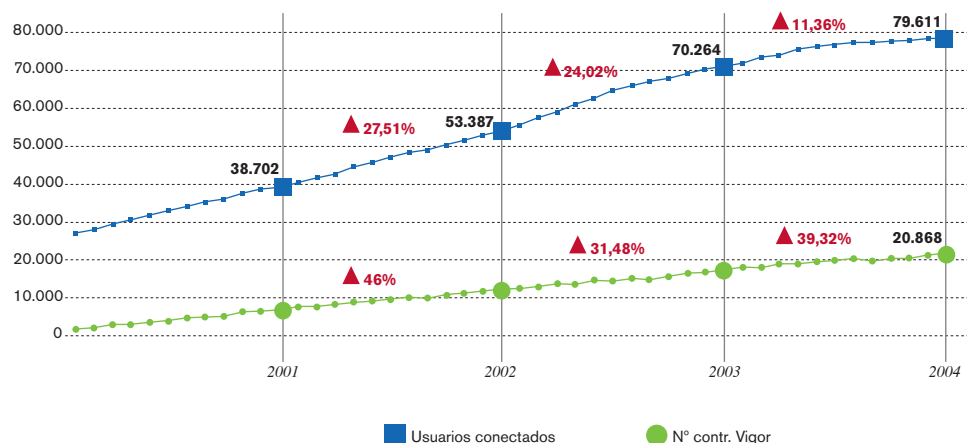
Es un canal complementario, ya que el cliente puede elegir entre acudir a su oficina o ponerse en contacto con nuestro servicio telefónico.

Cuenta con un amplio abanico de posibilidades, desde solicitudes de asesoramiento, de información, de cotizaciones bursátiles, hasta la realización de operaciones. Además, es una herramienta muy útil para la elaboración de campañas de TeleMarketing.

En el transcurso del presente año las consultas informativas se han situado en 40.008 (un 2,96% más que en el año anterior) y las llamadas para realizar alguna operación han ascendido a 5.516.

Banca on line

En los últimos cinco 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.



La “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

Gestión del crédito

Para Banca March la gestión adecuada y eficiente del Riesgo es un pilar básico para generar valor de forma sostenida, por ello estamos dedicando importantes recursos a configurar un sistema de gestión que nos permita medir, valorar y homogeneizar todas las tipologías de riesgo para ir alineando su tratamiento con los principios recogidos en el Nuevo Acuerdo de Capitales de Basilea II.

Esquema funcional

El Consejo de Administración es el órgano que ostenta la máxima responsabilidad en Riesgo, y delega en la Comisión Ejecutiva, la cual determina la política de riesgos del Banco y sanciona las operaciones no delegadas, sin límite en cuanto a importe.

La gestión del riesgo que aplicamos tiene como pilares fundamentales los siguientes principios:

- Concentrarnos en perfiles de riesgo medio y bajo.
- Diversificación del riesgo.
- Tratamiento global del cliente.
- Adaptación a las necesidades comerciales preservando los criterios de calidad del Riesgo.
- Sistemas internos de medición y tratamiento del riesgo en línea con el Nuevo Acuerdo de Capitales de Basilea II.



Herramientas y circuitos

Tal como entendemos la gestión del riesgo hemos procedido a implantar dos procesos diferenciados por su tipología.

El primero de ellos se ocupa del tratamiento de clientes particulares, que se gestionan de manera descentralizada utilizando el *Scoring* (sistema automático de valoración), a través del cual aplicamos políticas, pautas y criterios diseñados centralizadamente.

Este sistema nos permite tratar el riesgo de una manera más eficaz y eficiente en términos de recursos, permitiéndonos además un posterior análisis centralizado de la evolución de los diferentes parámetros de las operaciones formalizadas: Importes, probabilidad de incumplimiento (PD), ratio de financiación sobre tasación (LTV), ratio de cuota sobre ingresos netos (DTI), perfiles socio económicos, etc.

El segundo proceso, integrado en la misma plataforma de riesgo, es el circuito de tratamiento de no *retail* (Pymes y Empresas).

Con respecto a este segundo proceso no *retail*, en 2005 hemos implantado un modelo de análisis económico/financiero automatizado, con alertas en los ratios resultantes por debajo de unos estándares. Asimismo y asociado al análisis anterior, hemos desarrollado e implantado un sistema de Rating. Éste es un sistema de calificaciones de solvencia con el que se pretende medir el grado de riesgo que comporta un cliente, contando por consiguiente con una escala de 13 valoraciones diferentes, cada una de ellas equivale a una probabilidad de impago a 1 año.

Dicho Rating varía en función del segmento de pertenencia, y el factor mínimo cuantitativo tiene un peso del 80%.

Obtener estas calificaciones nos permite segmentar a los clientes por perfiles de riesgo y consecuentemente definir diferentes políticas, proactivas o de seguimiento, en función de la escala a que pertenezca.

En cuanto a los riesgos de empresas Corporativas y Promotores, el juicio del analista tiene mayor peso a la hora de su



valoración debido a que su análisis es más complejo y los aspectos cualitativos son más determinantes.

Para el año 2006 tenemos previsto implantar el *Scoring* de negocios y el tratamiento informatizado de las propuestas de empresas, mejorando sensiblemente la eficiencia y seguridad de todos los procesos que intervienen en el tratamiento del riesgo.

Organigrama de dirección de inversiones:

Para conseguir un mayor grado de efectividad el Área de Inversiones está estructurada en tres ámbitos:



Admisión:

Gracias al avance en la implantación de las herramientas y procesos detallados hemos conseguido avances destacados en los conceptos que nos habíamos propuesto como objetivos prioritarios:

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

Calidad y Seguimiento:

Es un área fundamental para el Banco, por ello estamos desarrollando sistemas y métodos predictivos para conseguir anticiparnos a las situaciones de morosidad.

Asimismo, hemos automatizado la generación de información necesaria para la confección de las minutas de los préstamos hipotecarios y el posterior contraste con las escrituras con lo cual conseguimos reducir considerablemente el riesgo operativo del producto con mayor peso en el Activo.



Para 2006, tenemos previsto continuar avanzando en la mejora de los métodos predictivos así como en el seguimiento, análisis y anticipación en los clientes con Políticas Asignadas de Riesgo (Vigilar, Reducir y Extinguir).

Recuperaciones:

En 2005 hemos completado la carterización de las partidas dudosas más importantes; ello nos ha permitido afrontar con éxito la entrada en vigor de la circular 4/2004 ANEJO IX en lo referente al punto II-A-c (Riesgo dudoso por razón de morosidad del cliente). :

	2004	2005	Variación
Activos dudosos	18.100	20.100	11,05%
Pasivos contingentes dudosos	1.827	1.631	-10,72%
Índice de morosidad	0,42%	0,36%	-14,30%
Índice de cobertura	460,97%	513,32%	11,35%
Activos adjudicados	6.991	2.786	-60,15%

En el saldo de Activos Dudosos a 31/12/2005 tenemos un 41% con garantía hipotecaria.

En resumen, estimamos que 2005 ha sido un ejercicio muy positivo tanto en los avances de todos los procesos del tratamiento del riesgo como en la evolución de la calidad de nuestra cartera crediticia y para 2006 las prioridades que nos hemos fijado son continuar avanzando en la gestión global del riesgo conforme a los principios recogidos en Basilea II.



Auditoría interna

La Auditoría Interna se ha desarrollado como actividad independiente y objetiva de aseguramiento y consulta de las operaciones de nuestra organización, y de acuerdo con los objetivos anuales 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, poniendo especial énfasis en aquellas oficinas de reciente apertura. Nuestra función está orientada a la evaluación de la fiabilidad e integridad de las operaciones, así como al grado de cumplimiento de la normativa interna.
- La auditoría a distancia es concebida como actividad de apoyo, complementaria a la auditoría presencial. Ha incorporado nuevos controles o sistemas de alertas para la supervisión y evaluación de las transacciones con mayor número de operaciones y de aquellas identificadas como críticas.
- La auditoría de Servicios Centrales está siendo potenciada con la revisión de las áreas de soporte relevantes de la organización, y focalizada en el examen y mejora de los circuitos operativos y procedimientos internos aplicados.

En todos ellos, la actividad de Auditoría Interna ha asistido a nuestra organización mediante la identificación y evaluación de los riesgos significativos, contribuyendo a 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.



Expansión y desarrollo corporativo



En 2005 Banca March ha continuado e incrementado el ritmo de apertura de nuevas oficinas en los diferentes entornos geográficos del banco. También se ha continuado con las reformas, reubicaciones y adaptaciones de oficinas y servicios centrales a las nuevas normativas, especialmente en lo que se refiere a normas de seguridad, normativa contra incendios y evacuación.

Se han abierto un total de 20 oficinas, distribuidas geográficamente de la forma siguiente: 6 en Alicante, 3 en Baleares, 2 en Cádiz, 4 en Canarias y 5 en Málaga.

Las reubicaciones han afectado a un total de 3 oficinas y se han reformado integralmente 4 oficinas.

Se han acometido importantes obras de reforma en los Servicios Centrales de Palma de Mallorca para adaptarlos a la nueva normativa contra incendios, control de accesos y planes de emergencia y evacuación.

Se ha creado un nuevo centro de control, almacenamiento de datos y comunicaciones, que permite reducir de forma drástica el tiempo de recuperación de datos en caso de siniestro.

Todo ello con el ánimo de mejorar en calidad de atención y de servicio a los clientes del banco.

En 2006 se seguirá con la mejora de las instalaciones y con la apertura de nuevas oficinas, tanto en los entornos actuales como en nuevos mercados.



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 de atender y contestar las quejas, reclamaciones y todas aquellas consultas o demandas de información que los mismos planteen.

Al mismo tiempo y conforme a lo dispuesto en la orden ECO/734/2004, este departamento atiende por igual a todos los clientes de las entidades que completan el grupo económico de Banca March y que son:

- March Gestión de Fondos, S.G.I.I.C., S.A.
- March Gestión de Pensiones, E.G.F.P., S.A.
- March Vida, Sociedad Anónima de Seguros y Reaseguros
- March Correduría de Seguros, S.A.

Reclamaciones

Durante el ejercicio 2005 se han recibido un total de 321 reclamaciones, de las cuales fueron estimadas 143 a favor del cliente. En las 178 restantes se desestimó la reclamación, al considerar que la actuación del banco había sido conforme y acorde con los buenos usos y prácticas bancarias.

Quejas

En este apartado se tramitaron un total de 185 quejas de las cuales 40 fueron estimadas y las otras 145 fueron desestimadas por considerar que la actuación seguida se ajustaba a los buenos usos y prácticas bancarias.



Secretaría General



El Área de Secretaría General está integrada por dos Departamentos distintos: la Asesoría Jurídica y la Dirección de Cumplimiento Normativo y Prevención del Blanqueo de Capitales.

Asesoría jurídica

La Asesoría Jurídica tiene atribuido el asesoramiento tanto de los Servicios Centrales del banco como de toda la red de oficinas; esta importante función le lleva a evacuar cada día numerosas consultas sobre las cuestiones más variadas, planteadas muchas veces por vía telefónica, sobre todo en el caso de las oficinas, las cuales reciben de este modo un apoyo indispensable para su actividad comercial. También corresponde a la Asesoría Jurídica la dirección técnica de los procedimientos judiciales que se tramitan en las Islas Baleares, Cataluña y la Comunidad Valenciana, así como la coordinación de los que se siguen en Madrid, las Islas Canarias y Andalucía, cuya dirección técnica está encomendada a abogados externos; como es lógico, la mayoría de estos procedimientos judiciales corresponden a litigios entablados para la recuperación de deudas (procedimientos hipotecarios, ejecutivos y monitorios), siendo de destacar que la política de prudencia seguida por Banca March en la concesión de riesgos crediticios se traduce en un elevado porcentaje de deudas recuperadas.



Dirección de Cumplimiento Normativo y Prevención del Blanqueo de Capitales

La Dirección de Cumplimiento Normativo y Prevención del Blanqueo de Capitales, por su parte, se encarga, en primer lugar, de velar por el compliance o cumplimiento normativo, que consiste, básicamente, en hacer cumplir dos códigos de conducta:

- El Código Ético de Conducta, en el que se describen los principios y el conjunto de normas que deben guiar la actuación de todo el personal de Banca March, y cuya finalidad es garantizar una actuación basada en una ética de servicio al cliente y a la comunidad, contribuyendo a proteger la actuación profesional de los directivos y mandos de Banca March y a potenciar la imagen de la empresa y su proyecto de futuro.
- El Reglamento Interno de Conducta en el ámbito del Mercado de Valores, que, de conformidad con la legislación vigente, establece las normas de conducta a las que deben atenerse tanto los miembros del Consejo de Administración del Banco como aquellos directivos y empleados del mismo cuya labor esté directa o principalmente relacionada con las actividades y servicios de la entidad en el campo del mercado de valores, o que tengan acceso de modo frecuente o habitual a informaciones relevantes relativas al propio Banco o a sociedades de su grupo.

En segundo lugar corresponde a esta Dirección la prevención del blanqueo de capitales, que es también una función de cumplimiento normativo, pero de especial importancia. La prevención del blanqueo de capitales se lleva a cabo, ante todo, mediante las correspondientes aplicaciones informáticas, que proporcionan los datos de las operaciones que deben comunicarse mensualmente a las autoridades competentes (en cumplimiento del llamado deber de reporting sistemático), así como una valiosa información sobre operaciones que presentan indicios sospechosos y que, por tanto, deben ser examinadas con especial atención. Pero, además, y sobre todo, la prevención del blanqueo de capitales requiere la activa colaboración de la red de oficinas, que vienen comunicando a la Dirección, cada año en mayor número, todas aquellas operaciones realizadas



por sus clientes que, a juicio de las respectivas oficinas, presentan indicios sospechosos. De todo ello (operaciones sujetas al reporting sistemático, operaciones sospechosas y, en general, todas las cuestiones de interés que guarden relación con la prevención del blanqueo), esta Dirección informa cada mes al Comité de Prevención del Blanqueo de Capitales, del que forman parte tres Consejeros del banco (D. Leopoldo Caravantes Rodríguez, Presidente del Comité, D. Juan Antonio Lassalle Riera y D. Enrique Piñel López) y otros directivos (el Secretario General, el Director de Red y el Director de Centrales Operativas). En este Comité se analiza y debate la política de prevención del blanqueo de capitales que el banco ha de seguir, se adoptan los acuerdos que procedan (o se propone su adopción a la Comisión Ejecutiva) y se fijan los criterios y pautas de actuación por los que ha de regirse la Dirección de Cumplimiento Normativo y Prevención del Blanqueo de Capitales.



Dirección de Comunicación y Relaciones Institucionales

Banca March ha continuado con su filosofía de dar a conocer los resultados conseguidos por su actividad a través de la fluida relación con los medios de comunicación, así como de transmitir la labor de fomento y apoyo en las que se encuentra implicada, esencialmente a través de la financiación, patrocinio y mecenazgo de diferentes actividades socioculturales tanto en el ámbito público como privado. Unas tareas con las que se consigue estrechar lazos con la sociedad así como consolidarse como banco de referencia en las zonas en las que nuestra entidad está presente.

Particular relevancia tiene, dentro de la actividad del Grupo Banca March, el apoyo e implicación en el campo universitario y artístico, a los que tradicionalmente se ha prestado especial atención en esta casa. Destacan en este apartado los diferentes acuerdos suscritos con las universidades de Baleares y de Canarias –dos de las zonas de mayor presencia de Banca March- para la concesión de becas y cursos de formación de estudiantes de las mismas.

Asimismo, el banco es el principal impulsor de la Cátedra Banca March de la Empresa Familiar, desarrollada en la Universitat de les Illes Balears (UIB), con el objetivo de colaborar en la profundización e investigación de los aspectos que afectan a las numerosas empresas de capital familiar. Banca March desempeña también un papel activo como patrón del Instituto de Empresa Familiar, cuya actividad complementa la de la cátedra de la UIB.

En la misma línea, Banca March se ha convertido en me-



cenar principal de la rehabilitación y restauración de los fondos documentales del Archiu del Regne de Mallorca, tanto a través de financiación de equipo técnico como de los expertos implicados. Ha continuado con su apoyo y patrocinio a la Universitat Oberta per à Majors (UOM), y ha incrementado las actividades de promoción artístico y cultural, a través de exposiciones itinerantes de sus fondos en diferentes zonas de expansión del banco.

Un conjunto de actividades que permite a Banca March estar próxima en ámbitos educativos y culturales por los que siempre se ha mostrado particularmente implicada.



Actuaciones sociales y culturales

Informe Anual 2005. Banca March



Actuaciones Sociales y Culturales



La Dirección de Comunicación y Relaciones Institucionales gestiona las actuaciones sociales y culturales de Banca March, de las que son buena muestra el amplio número de convenios firmados con diferentes entidades tanto de ámbito público como privado, así como las colaboraciones para el patrocinio de actividades culturales, deportivas y sociales. Además, Banca March, a través de esta Dirección, ofrece una importante oferta concretada en las diferentes exposiciones que, como viene siendo habitual en los últimos ejercicios, realiza en las distintas plazas de implantación comercial.

Especial relevancia dentro de la actuación de esta Dirección tienen los convenios suscritos durante el 2005 entre Banca March y las diferentes universidades.

Acuerdo de colaboración académica entre Banca March y La Universitat de les Illes Balears, 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'Escripnauta, 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 Escritnauta 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.*
- *Aportación a la Fundació per al Desenvolupament Sostenible.*
- *Patrocinio de los Premios Cavall Verd de novela y poesía en lengua catalana.*
- *Concesión de diez becas para la Associació d'Amics de Tívoli.*
- *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 concierto benéfico La Torre de Canyamel.*
- *Colaboración en las Serenates d'Estiu de Cala Ratjada.*
- *Patrocinio del IX Foro de Turismo en Adeje.*
- *Publicación del tomo XXIV de La Gran Enciclopedia de Mallorca.*



■ *Donativo al Proyecto Hombre.*

■ *Cóctel celebración Santos Custodios.*

Durante el ejercicio 2005, la oferta cultural de Banca March ha seguido su proceso de dinamización en Baleares y Canarias, y abriéndose un hueco importante en los nuevos mercados que, gracias al proceso de expansión del banco, entran a formar parte de nuestra agenda de trabajo.

No hay que olvidar que una de las funciones principales de nuestra oferta cultural es la de dar a conocer la entidad, además de fomentar el interés por la cultura y ofrecer a la sociedad una oferta con sello propio y de calidad.

En este sentido, el hecho de poder acceder a los fondos artísticos de la Fundación Juan March ha hecho que la oferta cultural de Banca March resulte todavía más atractiva. Así, como ya hiciéramos en el ejercicio 2004, además de nuestras exposiciones itinerantes propias, hemos podido ofrecer colecciones de gran nivel como las de “La Tauromaquia de Goya y Picasso” y “El objeto del arte”.

A continuación, detallamos las exposiciones realizadas, en colaboración con diferentes ayuntamientos, durante el año 2005:

■ *Riera Ferrari, del 8 al 29 de enero, en Santanyí (Mallorca).*

■ *La tauromaquia de Goya y Picasso, del 4 de febrero al 5 de marzo, en Puerto del Rosario (Fuerteventura).*

■ *Xam, del 4 al 28 de febrero, en Calvià (Mallorca).*

■ *Joan Miró, del 5 al 27 de febrero, en Felanitx (Mallorca).*

■ *La tauromaquia de Goya y Picasso, del 17 de marzo al 17 de abril, en Las Palmas de Gran Canaria.*

■ *Riera Ferrari, del 18 al 27 de marzo, en Lluçmajor (Mallorca).*

■ *Joan Miró, del 24 de marzo al 1 de abril, en Montuiri (Mallorca).*

■ *Xam, del 17 de marzo al 17 de abril, en Maó (Menorca).*



Cuadro de Xam

- *Xam, del 22 de abril al 15 de mayo, en Sant Antoni (Ibiza).*
- *Benjamín Palencia, del 6 al 31 de mayo, en Calvià (Mallorca).*
- *El objeto del arte, del 3 de junio al 2 de septiembre, en Sant Llorenç des Cardassar (Mallorca).*
- *Joan Miró, del 4 al 18 de junio, en Santanyí (Mallorca).*
- *Joan Miró, del 4 al 31 de agosto, en Calvià (Mallorca).*
- *Xam, del 2 al 28 de septiembre, en Lloseta (Mallorca).*
- *El objeto del arte, del 2 al 30 de octubre, en Maó (Menorca).*
- *Xam, del 16 de noviembre al 1 de diciembre, en Arcos de la Frontera (Cádiz).*

En este ámbito de fomento y promoción del arte, tiene un lugar destacado la edición especial de siete grabados originales encargados a siete artistas de primer orden, a saber: Denis Long, Joaquín Capa, Luis Feito, María Luisa Sanz, Mela Ferrer, Rafael Rodríguez de Rivera y Fernando Bellver. Cada edición consta de 85 ejemplares, firmados y numerados por el autor. Este año, la elección de los artistas corrió a cargo de la Fundación Juan March.

Banca March venía cediendo gratuitamente el Salón de Actos de su sede central para la realización de diferentes eventos. Durante el ejercicio 2005, al estar el salón en obras, han tenido que suspenderse las actividades que se realizaban en él.



Propuesta de Acuerdos



1. Aprobar las Cuentas Anuales, tanto individuales como consolidadas, correspondientes al ejercicio cerrado al 31 de diciembre de 2005.
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. 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.
5. Aprobar el acta de la sesión.



Directorio

Informe Anual 2005. Banca March

**DIRECTOR DE RED**

D. Francisco Pérez Orfila

Baleares**MALLORCA****Directores de Zona Mallorca:**

D^a. M. Magdalena Ordinas Matas

D. Bartolomé Vich Capellá

D. Miguel A. Oliver Rayo

Da María Francisca Mestre Sansó

D. Bartolomé Miralles Tous

D. Jorje Company Bennasar

D. Esteban Díez Gutiérrez

D. Baltasar Perelló Moragues

D. Jaime Antich Cardell

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

Ariduc Lluís 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 VALLDEMOSSA

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

Crta. Manacor Km. 4

Hospital Son Llätzer

07198 - SON FERRIOL

971-427420

971-426274

JOAN ALCOVER

Joan Alcover, 26

07006 PALMA DE MALLORCA

971-460403

971-460405

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
Crta. De S'Arenal, 29 - Edif. Biarritx
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 MOIX
Bartomeu Sureda i Miserol, 1
Cantonada Camí del Reis
07013 PALMA DE MALLORCA
971-790448
971-790453

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 ANDRATX
971-235740
971-235848

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

ARTA

Ciutat, 15
07570 ARTA
971-836296
971-836346

CALA MURADA

Circulo 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

BINISALEM

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

CALA RAJADA

Avda. Leonor Servera, 32
07590 CALA RAJADA
971-563857
971-564059

COLÒNIA DE SANT PERE

C/ Verge Maria 36
07579 COLONIA DE SANT PERE (ARTA)
971-589032
971-589032

BUNYOLA

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

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

CAIMARI

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

CAMP DE MAR

Avda. de la Platja, s/n, local 1
07160 CAMP DE MAR
971-136747
971-236352

ESPORLAS

Passeig del Rei, 4
07190 ESPORLES
971-610778
971-610779

CALA AGULLA

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

CAMPANET

Llorenç Ribet, 15
07310 CAMPANET
971-516000
971-516151

FELANITX

Major, 51
07200 FELANITX
971-580065
971-580026

CALA BONA

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

CAMPOS

Antoni Maura, 2
07630 CAMPOS
971-650250
971-652719

URB. FELANITX

Plaça d'Espanya, 13 esq. C/Campos
07200 FELANITX
971-582315
971-583183

CALA D'OR

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

CA'N PICAFORT

Passeig Colom, 124
07458 CA'N PICAFORT
971-850002
971-851596

ILLETAS

C. Cial. "Illetas Center"
Paseo de Illetas, 2
07015 ILLETAS (CALVIA)
971-404965
971-404966

CALA EGOS

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

CANYAMEL

Via Nuredduna, 12
07589 CANYAMEL (CAPDEPERA)
971-841389
971-841557

INCA

Major, 8
07300 INCA
971-500450
971-503454

CALA MENDIA

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

CAPDEPERA

Sur, 1
07580 CAPDEPERA
971-563143
971-565954

URB. INCA

Pare Bartomeu Coc, 38
07300 INCA
971-504150
971-504111



LLORET
C/ Costa des Pou, 16
07518 - LLORET DE VISTA ALEGRE
971-524322
971-524357

LLOSETA
Guillem Santandreu, 3
07360 LLOSETA
971-514293
971-519862

LLUBI
Sa Carretera, 59
07430 LLUBI
971-522035
971-522588

LLUCMAJOR
Constitució, 8
07620 LLUCMAJOR
971-660103
971-120482

MAGALLUF
Avda. S'Olivera, 6
07181 MAGALLUF (CALVIA)
971-133083
971-133079

MANACOR
Major, 21
07500 MANACOR
971-552200
971-843812

URB. MANACOR
Avda. Es Torrent, 45 A
07500 MANACOR
971-551654
971-554904

URB. HOSPITAL
Passeig Ferrocarri, 54
07500 MANACOR
971-554558
971-845589

MARIA DE LA SALUT
Sa Quintana, 19
07519 MARIA DE LA SALUT
971-525100
971-525712

MONTUÏRI
Major, 26
07230 MONTUÏRI
971-646055
971-646055

MURO
Sant Joan, 9
07440 MURO
971-537002
971-860394

PAGUERA
Avda. Paguera, 36
07160 PAGUERA (CALVIA)
971-686680
971-685250

PALMANOVA
Martí Ros García, 7, local 14
07182 Torrenova (CALVIA)
971-681369
971-680992

PETRA
Plaça Ramón Llull, 1
07520 PETRA
971-561081
971-561072

PINA
Sa Plaça, 1
07220 PINA (ALGAIDA)
971-125445
971-125445

PLATJA DE MURO
Avda. S'Albufera, s/n (Esq. Romaní)
Local 1, Bloque C1
07440 MURO
971-890736
971-892139

PLATJA DE PALMANOVA
Passeig del Mar, 56
07181 PALMANOVA (CALVIA)
971-135823
971-135594

POLLENÇA
C/ Alcudia, 7
07460 POLLENÇA
971-531177
971-531182

PONT D'INCA
Antoni Maura, 16
07009 PONT D'INCA (MARRATXI)
971-601663
971-601647

PORRERES
Avda. Bisbe Campins, 4
07260 PORRERES
971-647117
971-647728

PORT D'ALCÚDIA
C/ Teodoro Canet n° 39
esq. C/ de la Torreta
07410 PORT D'ALCUDIA (ALCUDIA)
971-549006
971-549053

PORT D'ANDRATX
Avda. Gabriel Roca, 3, Local 5 B
07157 PORT D'ANDRATX
971-671037
971-671259

PORT DE SÓLLER
Marina, 18-A
07108 PORT DE SÓLLER
971-635149
971-634595

PORT POLLENÇA
Atilio Boveri, 5
07470 PORT DE POLLENÇA
971-866340
971-866885

PORTALS NOUS
Ctra. Palma-Andratx, 43
Centro Cial. Plaza, Loc. 23-24
07181 PORTALS NOUS (CALVIA)
971-677585
971-676289

PORTOCOLOM
Port de Palos, 2
07670 PORTOCOLOM (FELANITX)
971-825018
971-824337

PORTOCRISTO
Port, 9
07680 PORTOCRISTO
971-820835
971-821672

PORTOPETRO
Passeig de's Port, 41
07691 PORTOPETRO (SANTANYI)
971-657846
971-643148

SA COMA
C/. Les Sabines -
esquina C/. Ullastre
07687 SA COMA
(SANT LLORENÇ DES CARDESSAR)
971-810119
971-810256



SA POBLA

Plaça Major, 1
07420 SA POBLA
971-540150
971-862280

SA RÀPITA

Miramar, 69
07639 SA RÀPITA (CAMPOS)
971-640514
971-641085

SANT JOAN

Mestre Mas, 11
07240 SANT JOAN
971-526066
971-526160

SANT LLORENÇ

Santa Maria de Bellver, 8
07530 SANT LLORENÇ
DES CARDESSAR
971-569150
971-569029

SANTA MARGALIDA

Passeig de's Pouas, 1
07450 SANTA MARGALIDA
971-523409
971-523017

SANTA MARIA DEL CAMÍ

Plaça Hostals, 24 - A /
Esq. C/ Matances
07320 SANTA MARIA DEL CAMÍ
971-620513
971-620300

SANTA PONSA

Plaça Santa Ponça, 3
07180 SANTA PONSA (CALVIA)
971-692500
971-692521

URB.POLÍGONO SON BUGADELLES

C/. Valencia, 37
07180 Santa Ponça
CALVIA – MALLORCA
971- 693963
971-693465

SANTANYI

Plaça Major, 8
07650 SANTANYI
971-653916
971-653917

S'ARENAL

Sant Cristòfol, 1
07600 S'ARENAL (LLUCMAJOR)
971-441147
971-442028

SELVA

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

SENCELLES

C/. Sor Francinaina 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 MACIÀ
971-554679
971-554679

SON SERVERA

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

VALLDEMOSSA

Chopin, 3
07170 VALLDEMOSSA
971-612377
971-616313

VILAFRANCA DE BONANY

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



MENORCA

Director de Zona Menorca:

D. Antonio Andreu Juan

ALAIOR

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

CIUTADELLA

Plaça de's 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

Director de Zona Eivissa i Formentera:

D. Francisco García Guerrero

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 Ferreria, 1
07860 SANT FRANCESC XAVIER
971-322000
971-322771

Canarias

Director Regional Canarias:

D. Jaume Fuster Pericás

Director Regional Empresas:

D. Tomás Alenyar Feliu

GRAN CANARIA

Directores de Zona Gran Canaria:

D. Carlos Medina Figuera

D. Pedro Manrique de L. Martín-Neda

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
928-468158 - 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

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
URB. POLÍGONO LAS RUBIASAS
C/ Ignacio Ellacuría, 23
35214 TELDE
928-706433
928-706443

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

TELDE

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

VECINDARIO

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

TENERIFE

Directores de Zona Tenerife:

D. Miguel Alonso de Benito
D. Ángel Luis Ruiz Calle

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/ Aceviño, 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/ Aguatzona, 1
38612 – GRANADILLA DE ABONA
Tel: 922-393638
Fax: 922-393642

SANTA ÚRSULA

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

TACO

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

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

LANZAROTE**Director de Zona Lanzarote:**

D. Miguel A. Graffigna Alemán

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 Tegui
928-590648
928-590999

LOS POCILLOS

Avda. de las Playas, 99-C. Cial.
Los Pocillos, I.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, I.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. Tabaiabas, local 6-13
Avda. Marítima de las Playas
35510 PTO. DEL CARMEN (TIAS)
928-510984
928-511752

VÍA MEDULAR

Vía Medular, 50
35500 ARRECIFE
928-844610
928-844612



FUERTEVENTURA

Director de Zona Fuerteventura:

D. Miguel A. Graffigna Alemán

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 TARAJO

C/ Amanay 4
35620 GRAN TARAJO
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

Andalucía

Director Regional:

D. Juan Abrines Bibiloni

CÁDIZ

Director de Zona Cádiz:

D. Juan Abrines Bibiloni

CHICLANA DE LA FRONTERA

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

URB. CHICLANA CENTRO

C/. Doctor Pedro Vélez, 3
11130 CHICLANA DE LA FRONTERA
956-401770
956-401780

ARCOS DE LA FRONTERA

C/. Muñoz Vázquez, 5
11630 ARCOS DE LA FRONTERA
956-700770
956-700791

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

Directores de Zona Málaga:

D. José Ángel Cervera Hidalgo

D. Jensen Bjarke Gabel

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

ALHAURÍN EL GRANDE

Plaza Alba, 5
29120 Alhaurín el Grande
952-499489
952-499490

CÁRTAMA

Avda. Andalucía, 50 – Local 1
Esq. C/ Bruselas
Estación de Cártama
29580 CÁRTAMA
952-421820
952-421823

COÍN

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

CHURRIANA

Edificio Heliomar
Maestro Tomás Bretón, 14
29140 – MÁLAGA
952-437055
952-626947

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 QUINTA**

Urbanización El Gamonal,
Carretera de Ronda s/n.
Rotonda La Quinta
29670 SAN PEDRO DE ALCÁNTARA
952-927571
952-853689

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

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

NUEVA ANDALUCÍA

Avda. El Califa s/n - Nueva Andalucía
29660 MARBELLA
952-819261
952-819262

NUEVA TORREQUEBRADA

Avda. Estrella de Mar, s/n.
Urb Nueva Torrequebrada
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
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

TORROX

Ctra. Málaga – Almería km. 284
Urb. El Recreo s/n
29793 TORROX
952-967777
952-967778

Alicante**Director de Zona Alicante:**

D. José Martí Grimalt

L'ALBIR

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

ALTEA

C/. Conde de Altea, 58
Esq. Plaza de Europa
03590 ALTEA
966-885199
966-885926

CALP

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

ELS POBLETS

C/. Jaime I, 11
03779 ELS POBLETS
966-475659
966-475660

LA NUCIA

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

MORAIRA

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

POLÍGONO BENISSA

C/. Ricardo de la Cierva, 7
Pol. Industrial La Pedrera
03720 BENISSA 965-734230
965-732932

TEULADA

Avda. Mediterráneo, 3
03725 TEULADA
965-741637
965-741638

XÀBIA ARENAL

Carretera Cabo la Nao,
Residencial la Plaza
03730 XÀBIA
966-463427
966-463428



Catalunya

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

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

Madrid

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

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

Oficinas abiertas en el 2006*

PALMA DE MALLORCA

ARAGÓ-SON FUSTER
C/. Aragón, 219
07009 - Palma de Mallorca
Telf.: 971 47 55 48
Fax: 971 47 55 98

FUERTEVENTURA

LEÓN Y CASTILLO
C/. Antonio Jorge, 6
35600 - Puerto del Rosario
FUERTEVENTURA - LAS PALMAS
Telf.: 928 85 88 38
Fax: 928 85 88 38

MÁLAGA

POLÍGONO ALAMEDA
Avda. Ortega y Gasset, 124
Polígono Alameda
29006 MALAGA
Telf.: 952 62 71 50
Fax: 952 62 71 51

CÁDIZ

PLAYA LA BARROSA
Ctra. de la Barrosa, s/n
Edif. Hércules Loc.28-29-30
11130 CHICLANA DE LA FRONTERA
CÁDIZ
Telf.: 956 49 25 24
Fax: 956 49 25 26

VALENCIA

OLIVA
C/. Alcalde Juan Sánchez, no 4
46780 Oliva (Valencia)
Telf.: 962 85 40 49
Fax: 962 85 46 92

MADRID

AG. URB. POTOSÍ
C/. Potosí, 4
28016 MADRID
Telf.: 91 458 68 55
Fax: 91 457 70 02

ARROYO DE LA VEGA
Avda. Bruselas, 6 (Edif. Altamar)
28109 Alcobendas. MADRID
Telf.: 91 657 26 35 / 91 657 26 54
Fax: 91 662 43 35

GÉNOVA

C/. Génova, 23
28004 MADRID
Telf.: 91 391 57 05
Fax: 91 391 57 07

*Aperturas hasta el 30/04/06



Directores de Oficina de Banca March

Francisco Adrover Pizá
Juan Adrover Bordoy
Miguel Adrover Sastre
Andrés Alcaraz Vich
Antonio Alemany Abraham
Aina Alemany-Juan Riera
Bartolomé Alorda Rodríguez
José D. Álvarez García
Antonia Amengual Serra
Eduardo Anguiano Berrueta
Ingrid Arias García
Eduardo Armas Vega
Ramón Autonell Morro
Yolanda Ballester Aguiló
Carlos Barranco Alvarez
María Yamila Barrera Luna
Fernando Baz Del Río
Bárbara Bennasar Mesquida
Juan C. Bermejo Cerro
Montserrat Bernal Rodríguez
Agustín Bestard Gual
José María Bestard Monjo
Miguel A. Bestard Terrasa
Antonio Betancor Paez
Israel Betancort Martínez
Bartolomé Binimelis Bennassar
Björn Birkmann
Pablo José Boned Torres
Pedro Boned Clapes
Miquel Àngel Borràs Sbert
Patricia Bosa Velázquez
Vicent Buigues Vila
Joana María Burguera García
Javier Bustos Sánchez
Sergio Cabrera Guerra
Pilar Cahué Cabot
Jaime José Calafat Busquets
Margarida Caldentey Gomila
Elisa Camps Pons
Bartolomé Cañellas Cerezo
Diego J. Cardona Bolufer

Francisco Cardona Orfila
Juan Antonio Cardona Muñoz
Juana María Cardona Cardona
Antonio Casas Oliver
Josefina L. Castell Mestre
Gabriel Cerdá Moranta
María Eugenia Codesal Gago
Catalina María Coll Orenes
Margarita Coll Vidal
Antonio Company Florit
Jaime Cortés Cerezo
Ángel Costa Marí
Antonio Costa Tur
Elena Costa Perelló
Olegario Colomina García
Santiago Crespo Martínez
Sergio Cuellar Betancort
Víctor M. Cueto Casado
Sonia Darder Llabrés
Pinky Daryanani Daryanani
Francisco De La Torre Espinosa
Julio De Vena Hedrosa
Eduardo De Wint Álvarez
Miriam Delgado Pérez
Francisco Díaz Pérez
José M. Díaz Sastre
Sara Díaz Bethencourt
Sarka Divoky Plass
Pablo Dobarganes Nodar
Emmanuelle Dolisi
Ana Domínguez Padilla
Raquel Domínguez Cuenca
Hamadi Dorai Jaume
Marc Draper Gil
Jaime Estrany Jaume
Alberto Falcón Martínez De M.
Cristina Faura Albors
Manuel Febrer Pons
Lorenzo Femenías Sitges
Iván J. Fernández García
Laura Fernández Provencio
Juan A. Ferrandis Espasa
Ana María Ferraz Díaz
Juan Ferrer Martí

María Isabel Ferrer Ferrer
Margarida Ferrer Morro
Miguel Fiol Sastre
Silvia Flores Corral
José C. Florido Garat
Miguel Fornés Sastre
Jose Carlos Forteza Bonnin
María del Carmen Franco Montesinos
María Teresa Fuster Jaume
Tatiana Gallego Santana
Simón J. Galmés Galmés
Amelia Gálvez Miró
Ramón Gamundí Ribera
Carmen García Izquierdo
Miguel García Llabrés
Rafael García Guerrero
Rafael García Guerrero
Rosa García Tomás
Juan Garí Kennes
Bárbara Garrido Massanet
Miguel Gelabert Palou
Vicente Ghosn Monagas
Juan José Gómez Pons
Álvaro Gómez-Ballesteros Rando
Elisa González Tabares
Marisol González Piñeiro
Mérida González Rodríguez
Rafael González Gurrea
Víctor González Cuenca
Olga Gonzalvo Ferrer
Miguel A. Grimalt Trobat
Onofre Grua Pascual
Alfonso Guervos Macías
Guillermo Guiscafré Mascaró
Roger L. Hellquist Martínez
Juan C. Hernández Herrera
Natacha Hernández Morales
Oscar Hernández Pozuelo
Raquel Hernández Moreno
Cristina Horrach Caldentey
Vicente Jasso Torrens
Lourdes Jaume Bosch
Catalina Juan Brunet
Manuel Jurado Ruiz



Ana Kariguer Fernández
Miguel J. Latorre Zanon
José J. Lechado Díaz
Mónica R. Lemes Rodríguez
Arturo Lendínez Vicedo
María León Madrid
Mónica León Madrid
Pedro Llompert Lozano
Carmen Lloret Martínez
Carlos Llull Quetglas
Juan Llull Canet
Gerardo Lomas García
Carlos López Gómez
José Carlos López Viana
Juan López Campos
Tatiana Lorenzo Juanes
María del Pilar Macarrón Calderón
Carlos Manzano Palmer
Yolanda Martín Joaquin
Jesús M. Martínez Sánchez
Cristina Más Gómez
Pedro Más Sansó
Juan Massanet Servera
Sonia Mayans Crespí
Antonio C. Medina Carballo
Begoña Mercadal-Jesús Camps
Mateo A. Mir Pons
Ruth Miranda Germán
Catalina Miró Veny
Bárbara Molinas Ramis
David Monfort Sola
María Luisa Monjo Balle
José M. Montada Segura
Inés Mora Meliá
María Morlá Barceló
Juan Munar Picornell
Isabel Nadal Galmés
José Antonio Navas Moreno
Montserrat Nicolau Sastre
Vicente Nicolau Roig
Ivonne Niemeier
Alexandra Niemöller
Marta Nieto García
Bartolomé Nigorra Vich

Pedro A. Noceras Oliver
Ana Cati Noguera Durán
Luis Noguera Villalonga
Rafael Ojeda Báez
Cristina Oliver Sansó
Miguel Olives Capo
Luis J. Ortiz Luque
Francisco Ignacio Ossorio Santana
Gaspar Palmer Pujol
María Magdalena Palou Colom
Antonia Perelló Torrens
Francisca Perelló Crespí
Juan Perelló Ferrer
Eduardo Pereyra León
Andrés Pérez Muñoz-torrero
Carolina Pérez Moratal
Cirilo Pérez Ortega
Miquel Pérez García
Antonio Periñán Caldero
María del Pilar Peris Fernández
Jaime Pieras Tortella
Alberto Piña Álvarez
Juan C. Placeres Hierro
Adam Planas Morgan
Gerardo Pons Gutierrez
José L. Pons Hinojosa
Vicente Pons Villalonga
María Antonia Porquer Tugores
Susana Portela Rayo
María Rosa Pou Garcías
María de las Nieves Prats Prats
Miguel Prats Llabres
Miguel Prats Martínez
Guacimara Quintero Zamora
José Ramos García
Felipe Rastrollo Marcos
Jaime Real Horrach
Alberto Redondo Herrán
Ramón Rico Miguens
David Riera Vaquer
Jaume Riera Vicens
Lucía Riera Roig
María del Carmen Ripoll Pasage
María Ángeles Rodríguez Rodríguez

Ana Rodríguez Quintero
David Rodríguez Burgos
María José Rodríguez Martín
Orlando Rodríguez Ramírez
Porfirio Rodríguez Heras
Belén Rodríguez-Navas Fernández
Juan Roldán Serra
Juan C. Román Cereto
Agustín Romo Herrero
Jacinto Rosselló Mascaró
Javier Rubio Casares
Manuela Sánchez Sánchez
Pedro Sánchez Triviño
Rocío Sánchez Ruiz
Daniel Santana Mújica
Margarita Santana Trujillo
Jaume Seguí Plomer
Jaime Serra Vanrell
Gabriel Servera Rigo
David Solbes Tixe
Juan Fco. Suárez González
Ruben Tent Álvarez
Catalina Torrens Galmés
Antonio Torrent Lluch
Antonio Torres Prats
Antonio Torres Ramón
Francisca Torres Romero
Juan Torres Grau
María del Carmen Trujillo Hernández
Raquel Trujillo Hernández
José A. Tudurí Bellot
Virgina M. Tur Bungard
Alicia Vanrell-Norella Forteza
Sara Vargas Domínguez
María Cristina Vega Plá
Francisco J. Velasco Castillo
Jesús Velasco García
Sonia Vico Miró
Bernardo Villalonga Mateu
Richard Young

Diseño: *Illa de Publicitat i Màrqueting, s.l.*

Fotografías: *Nando Esteva y Toni Málaga*

Impresión: *Ingrama, s.a.*

D.L.:

Impreso en papel Fedrigoni Freelif e Vellum

