

PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

2005

12 enero 2006

Esta presentación contiene estimaciones y proyecciones con respecto al negocio, la situación financiera, las operaciones, estrategia, planes y objetivos del Grupo Banesto. Algunas de estas estimaciones y proyecciones, aunque no necesariamente todas, aparecerán identificadas por el uso de palabras como “anticipa” “estima” “espera”, “cree”, “estimaciones”, “objetivos” o expresiones similares. Estas expresiones están consideradas como “Forward-Looking Statements” según la U.S. Private Securities Litigation Reform Act de 1995.

Por su naturaleza, dichos Forward-Looking Statements implican cierto riesgo e incertidumbre ya que reflejan las actuales expectativas y asunciones del Grupo Banesto que pueden devenir imprecisas por hechos y circunstancias futuras. Factores de índole política, económica o regulatoria en España o en la Unión Europea tales como la disminución de los depósitos de clientes, los cambios en los tipos de interés o en los tipos de cambio, el impacto de la competencia o los cambios relativos al accionista de control, podrían hacer que los resultados actuales del Grupo Banesto y su evolución difiriesen significativamente de aquellos expresados o implícitos en alguno de los Forward-Looking Statements contenidos en esta presentación.

La distribución del presente documento en otras jurisdicciones puede estar prohibida, por lo que los poseedores del presente documento deberán tener conocimiento de dichas restricciones y cumplirlas. Mediante la aceptación de este informe usted acuerda quedar vinculado por las mencionadas limitaciones. El presente documento no constituye una oferta o invitación a suscribir o adquirir valor alguno y ni este documento ni su contenido será base de contrato o compromiso alguno.

1. Resultados 2005
2. Evolución por negocios y segmentos
3. Crecimiento comparado y capital
4. Plan 08 y objetivos 2006

1.- Resultados 2005

Aceleración del crecimiento del beneficio atribuible

Mill €

458,4

2004

+24,4%

570,4

2005

Objetivos 2006 un año antes

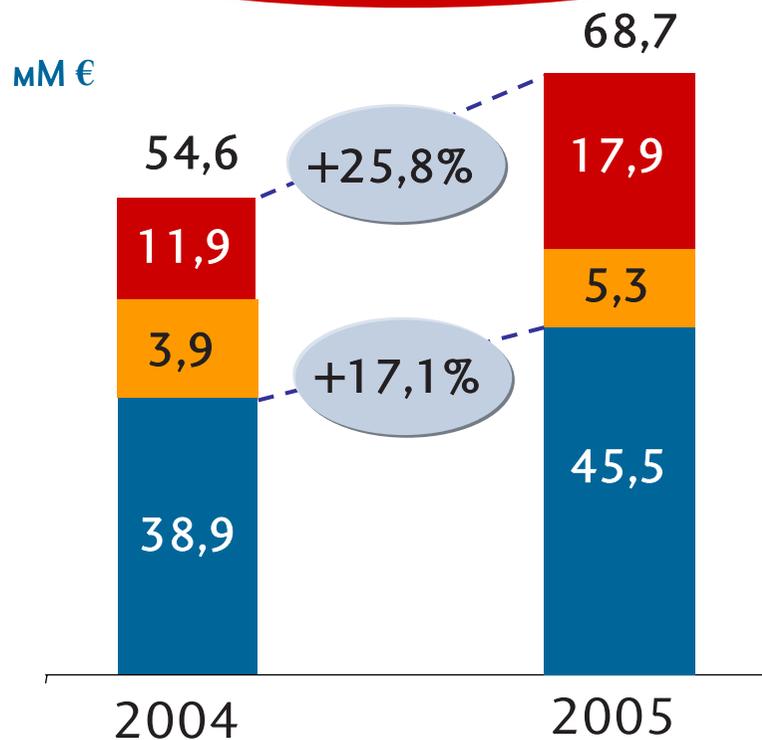
	Objetivos 2005	Realizado 2005
Crecimiento: Cuota de mercado	+0,25	✓ +0,28
Rentabilidad: ROE	19%	✓ 19%
Eficiencia: Ratio de eficiencia	41%	✓ 40,0%
Calidad de activos: Ratio de morosidad	<media de competidores	✓ 0,49% vs. 0,56%

Comparación frente al sector bancos
Ratio de morosidad sector Bancos a sep-05

Crecimiento de resultados con calidad

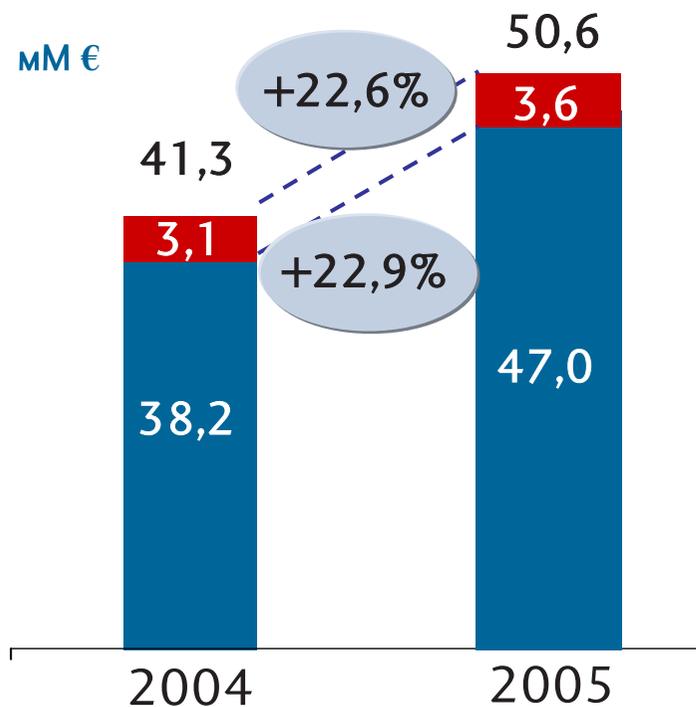
Mill €	2005	2004	% variación
Margen Intermediación	1.109,2	1.007,4	10,1
▪ Resultados participadas (método de participación)	1,2	0,1	n.s
▪ Comisiones	514,2	488,4	5,3
▪ Actividad Seguros	59,0	45,9	28,5
▪ Resultados operaciones financieras	105,2	88,4	19,0
Margen Ordinario	1.788,9	1.630,3	9,7
▪ Resultados netos de sociedades no financieras	98,6	82,0	20,3
▪ Costes de transformación netos	755,5	736,7	2,6
Gastos personal y generales	784,6	761,4	3,0
Recuperación de gastos	(29,1)	(24,7)	17,5
▪ Amortizaciones	93,1	87,6	6,3
▪ Otros productos/costes	(28,0)	(19,1)	46,5
Margen Explotación	1.010,9	869,0	16,3
▪ Perdas por deterioro de activos	147,4	168,0	(12,3)
Inversión crediticia	151,0	163,4	(7,6)
Resto saneamientos	(3,6)	4,6	n.s.
▪ Otros resultados netos	(13,2)	(11,5)	14,9
Resultados antes de impuestos	850,3	689,5	23,3
▪ Impuesto sobre sociedades	279,9	230,9	21,2
Beneficio neto	570,4	458,6	24,4
▪ Resultado atribuido a la minoría	0,0	0,2	n.s
Resultado Grupo	570,4	458,4	24,4

CRECIMIENTO RECURSOS GESTIONADOS



- Recursos básicos de clientes
- Bonos y empréstitos emitidos
- CTAs

CRECIMIENTO INVERSIÓN CREDITICIA



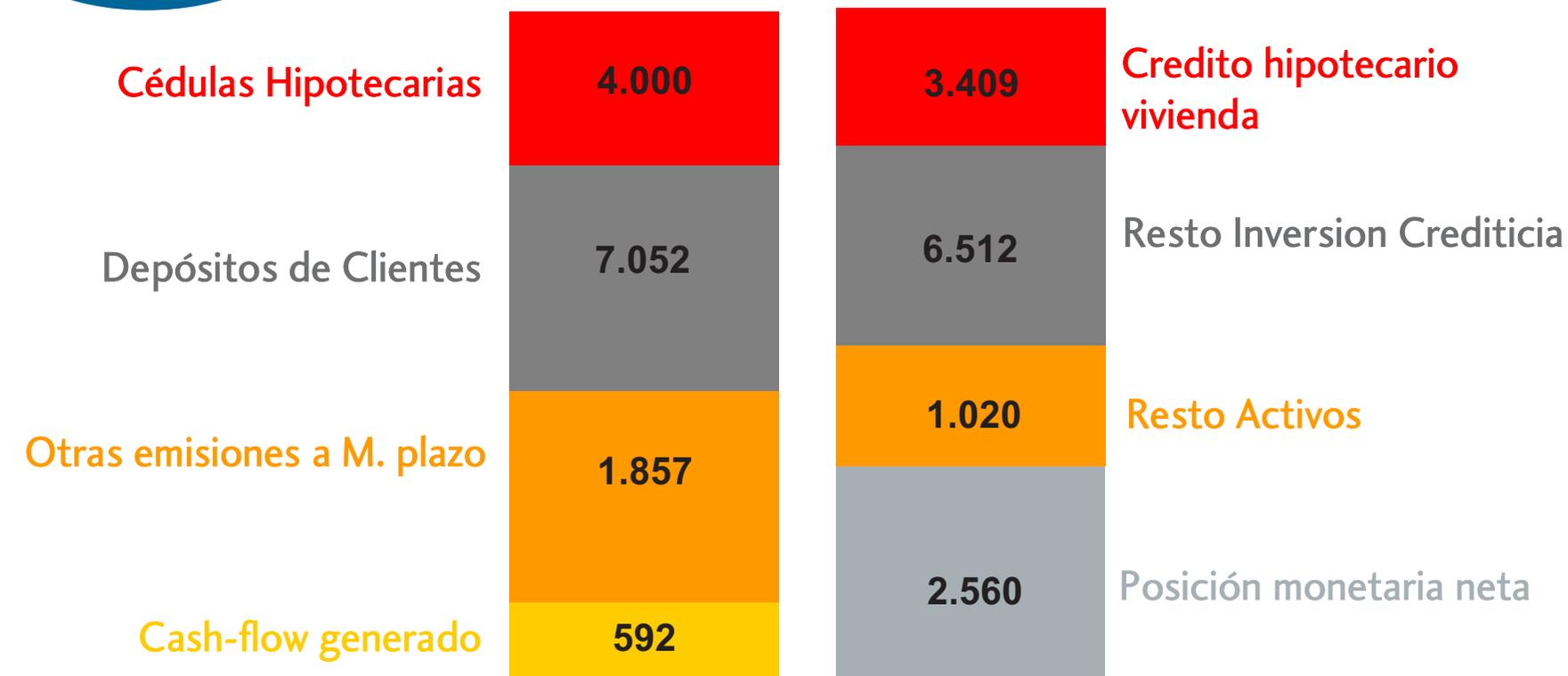
- Inversión sector privado
- Resto de inversión

Financiación equilibrada del crecimiento

Crecimiento 2005
Mill €

Fondos

Empleos



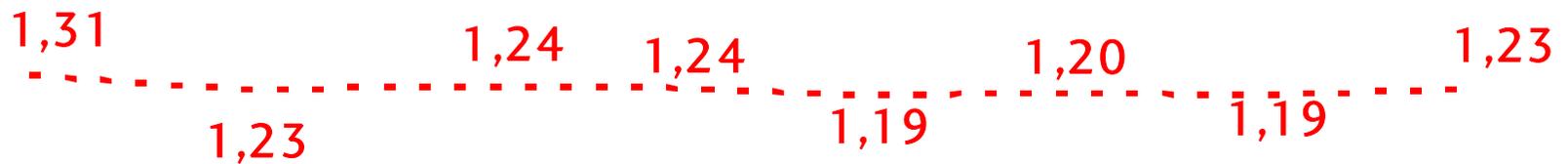
Margen de clientes estable

Rendimiento inversión (*)

(%)



Coste depósitos (*)



1T04

2T04

3T04

4T04

1T05

2T05

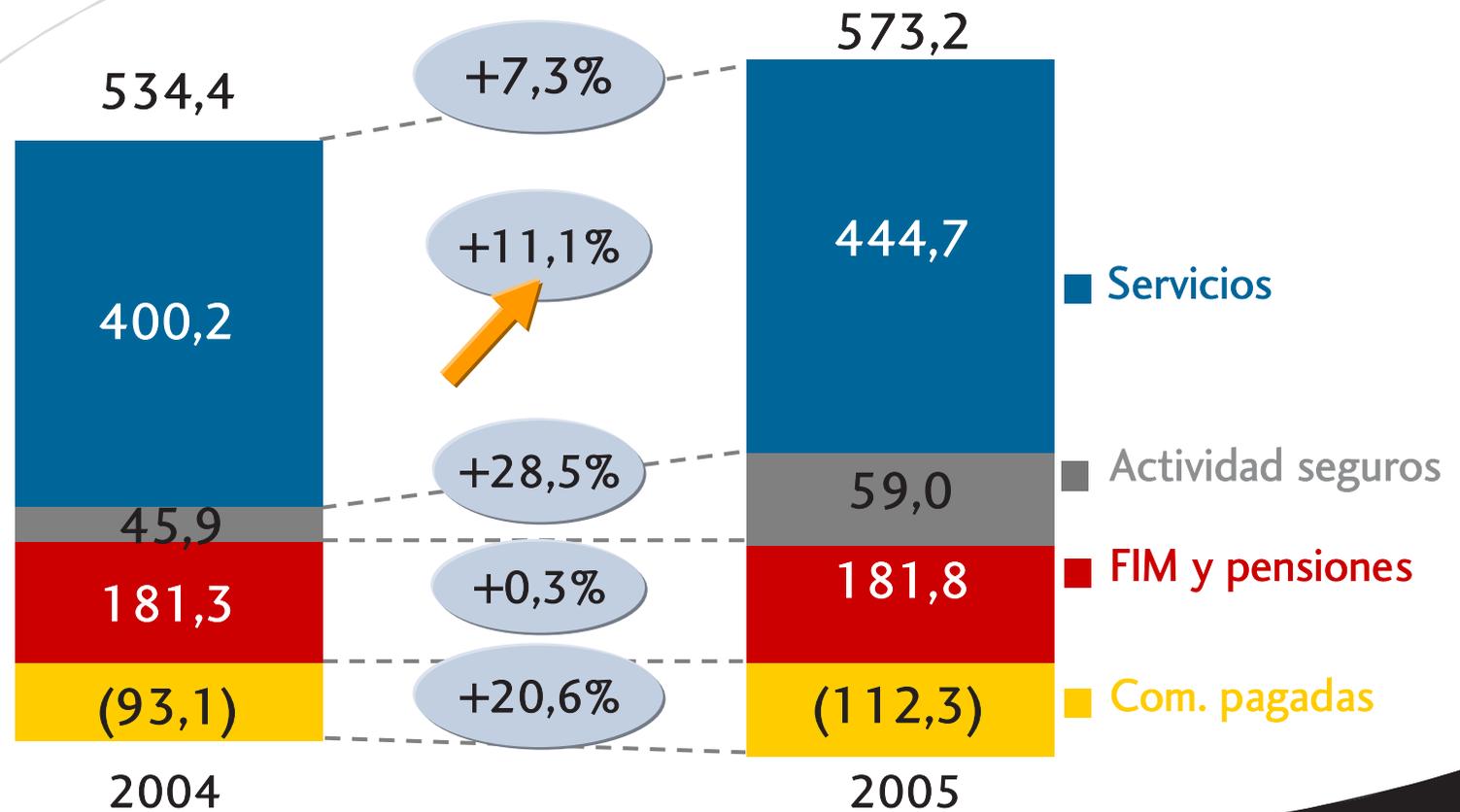
3T05

4T05

(*) S. Privado residente

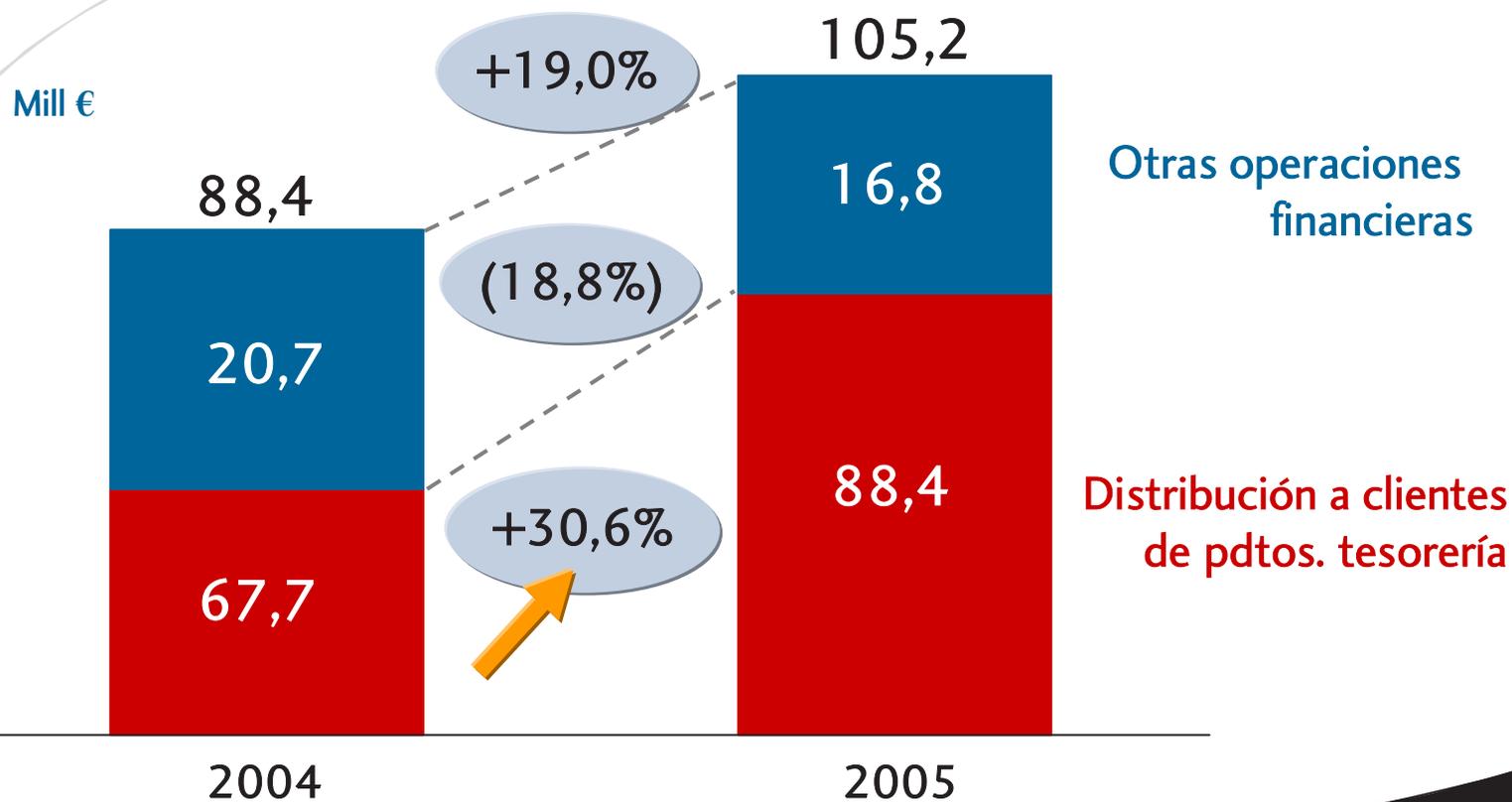
Evolución de comisiones y actividad seguros

Mill €



ROF apoyado en resultados distribución a clientes

Resultados operaciones financieras

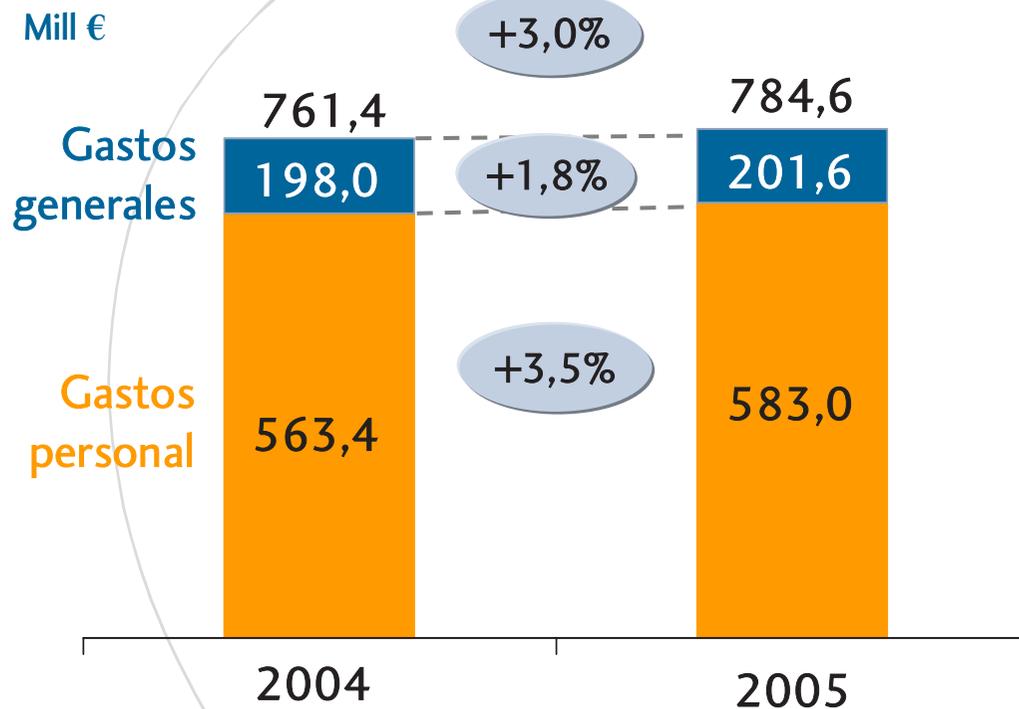


Creciendo el Margen Ordinario en segmentos objetivo

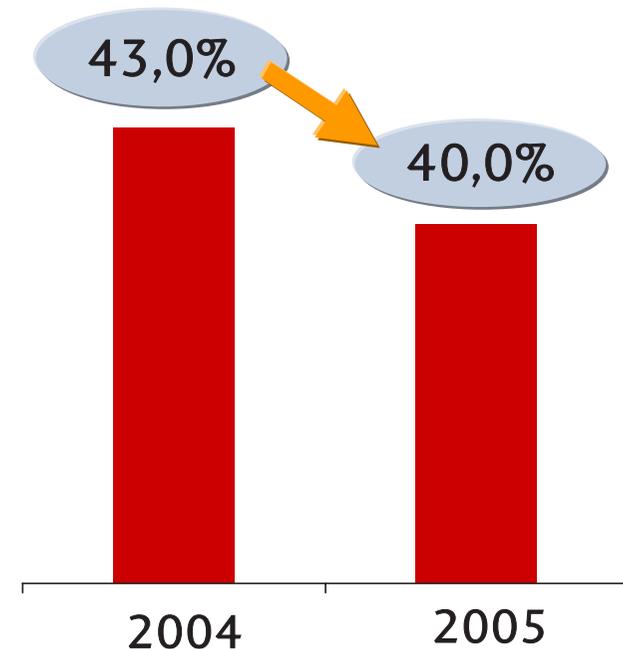
Mill €	2005	Var 05/04
Particulares	848,6	9,1%
Pequeñas Empresas	285,1	12,7%
Medianas Empresas	314,3	10,8%
Grandes Empresas	131,7	11,5%
Mercados	140,7	21,8%
Instituciones y S. Público	21,6	1,9%
Actividades Corporativas	46,9	(13,6%)
Total	1.788,9	9,7%

Objetivo de ratio de eficiencia alcanzado un año antes

Evolución gastos explotación



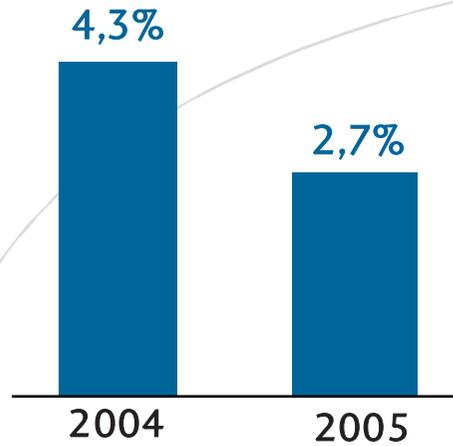
Ratio eficiencia



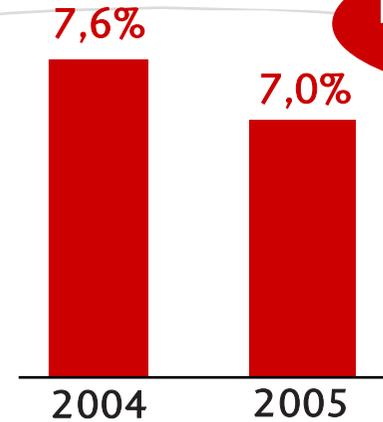
Ratio eficiencia: costes transformación / ingresos

Alhambra nos ha permitido liberar puestos operativos

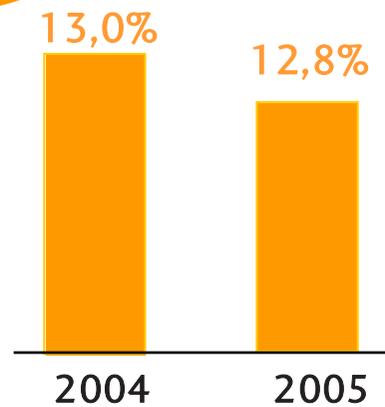
Fabrica / Total plantilla



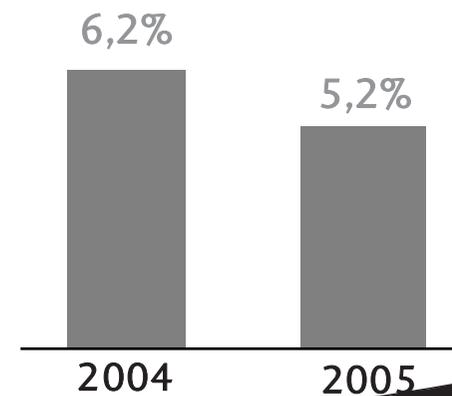
Estruct. Intermedias / Total plantilla



Apoyo Negocio / Total plantilla

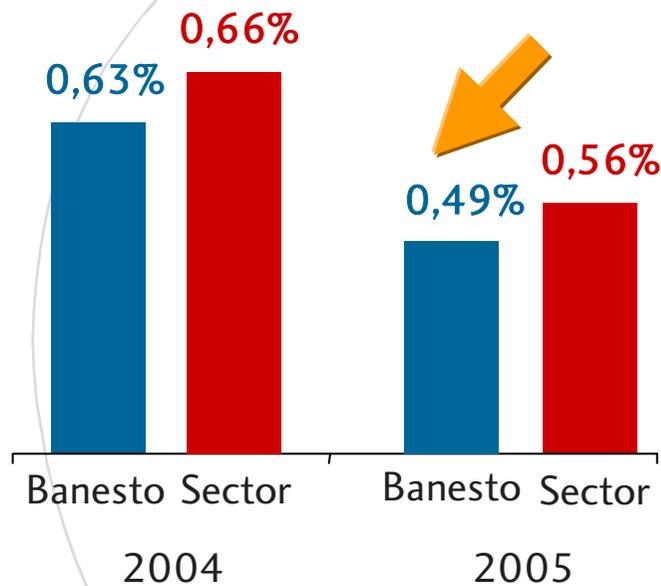


Back-office / Total plantilla

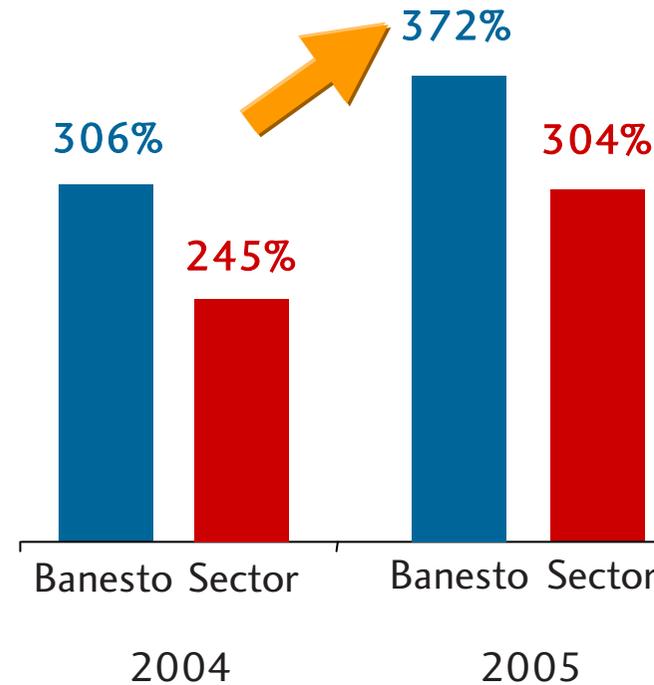


Excelente calidad del riesgo y mayores coberturas que el sector

Ratio de morosidad (1)



Tasa de cobertura (2)



(1) Morosos / riesgo crediticio
(2) Provisiones para insolvencias / morosos
Datos de sector ultimo disponible a sep-05

Entradas netas en mora se han reducido

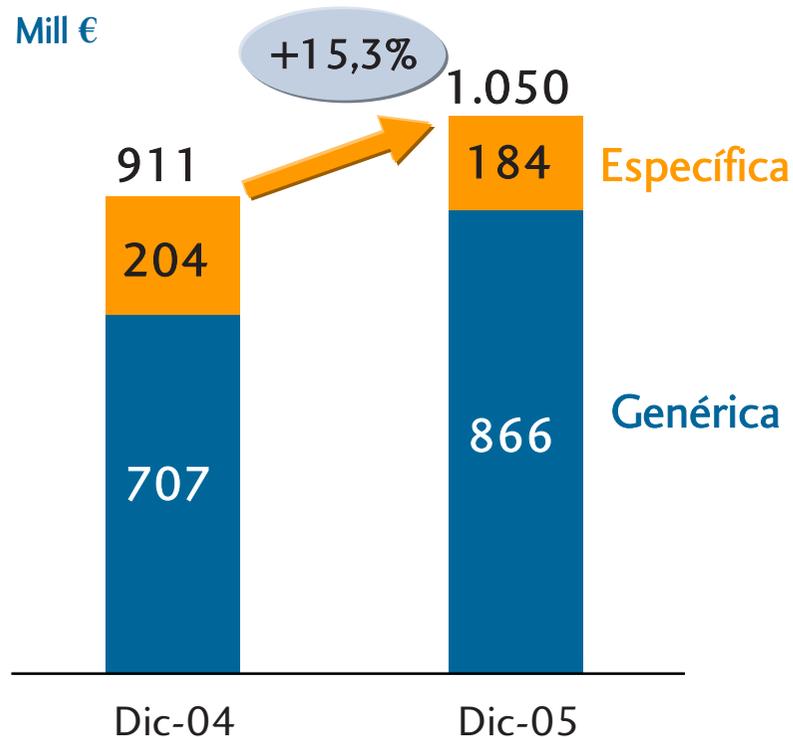
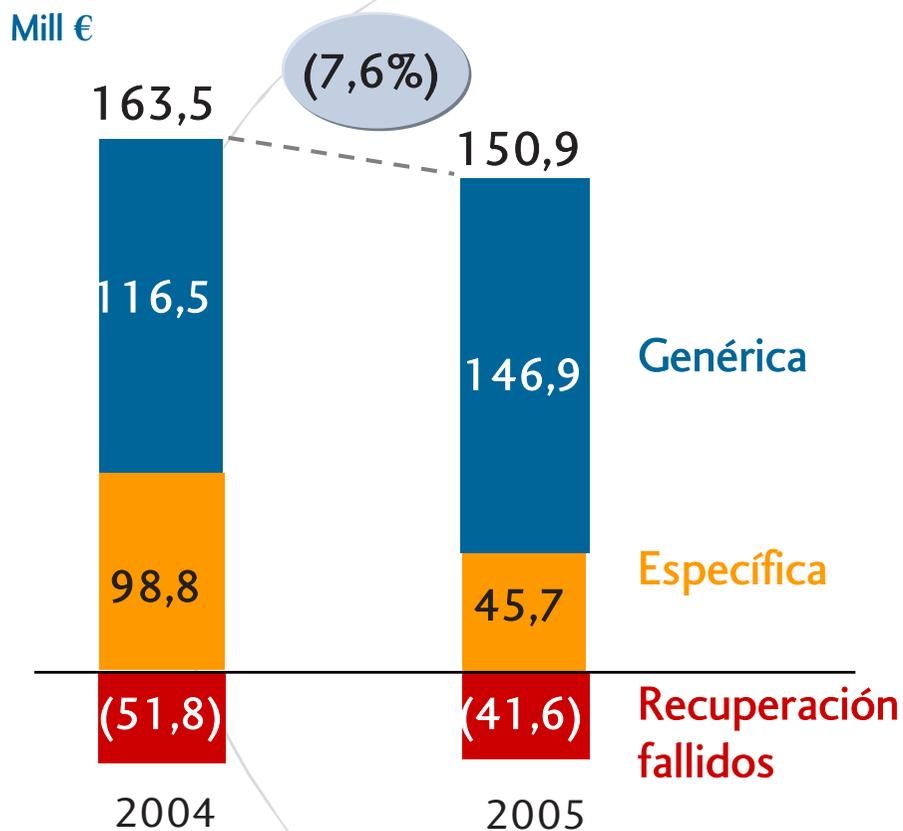
Mill €

	2004	2005
Saldo Inicial	274,1	297,9
Entradas netas	90,6	51,7
Fallidos	66,8	67,1
Saldo final	297,9	282,6
Ratio Morosidad	0,63%	0,49%

Incremento sustancial del fondo para insolvencias

Dotación de provisiones

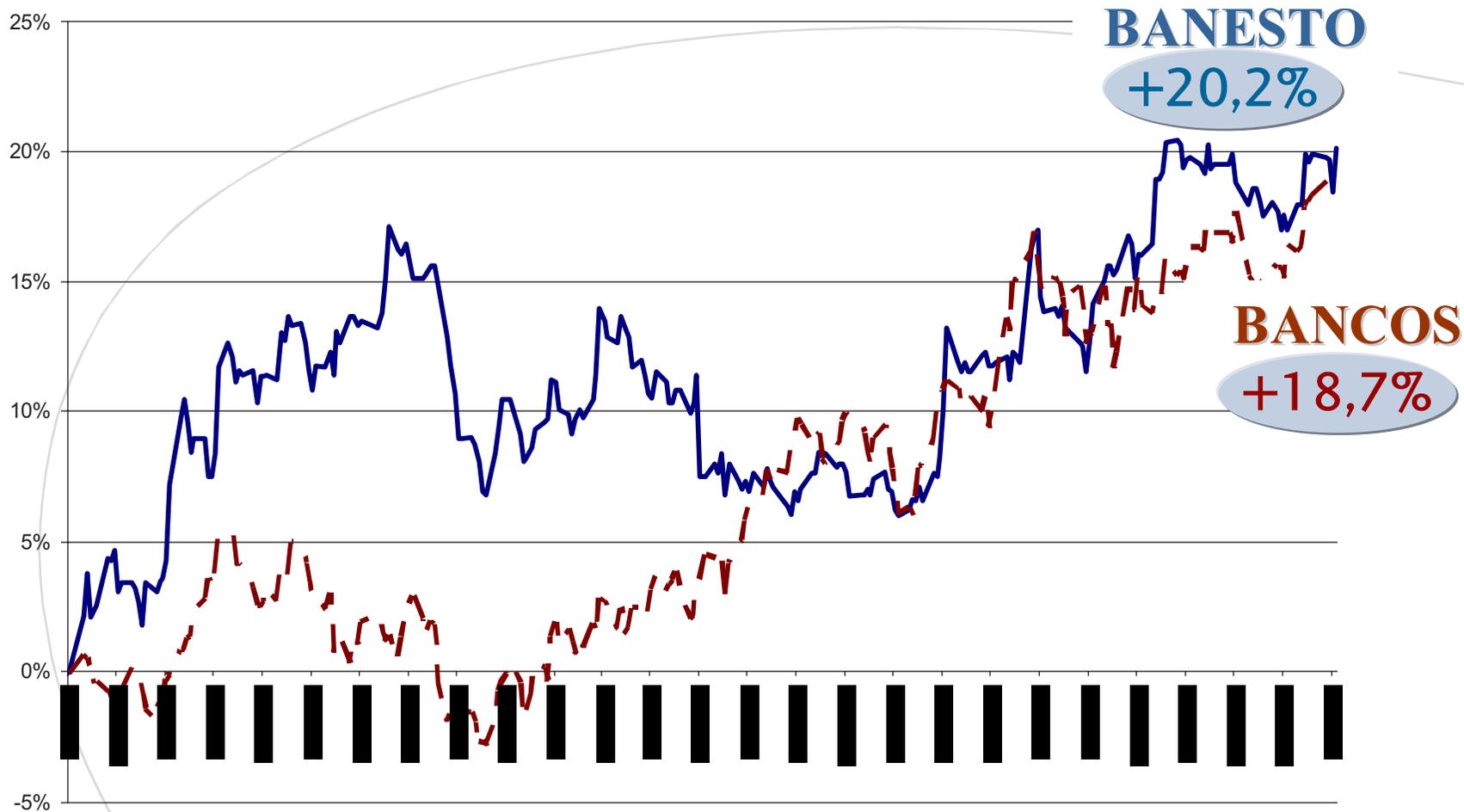
Saldo de provisiones



Reconocimiento externo a nuestro liderazgo

- 1^{er} Banco español con certificado AENOR de calidad (AENOR)
- Producto más innovador: tarjeta Visa R.Madrid-Banesto (EFMA)
- Mejor empresa para trabajar (Actualidad Económica)
- Banca por internet (AQ Metrix)
- Empresa flexible (Actualidad Económica y AT Kerney)
- Intranet Banesto entre las 10 primeras del mundo (Nielsen Group)
- Premio a la innovación en Recursos Humanos (Consejería empleo Com. Madrid)
- Mejor Gestor financiero (Expansión y empleo)

Evolución acción 2005 Banesto supera al sector



2.- Evolución por Negocios y Segmentos

Inversión Crediticia por segmentos

Fuerte crecimiento en segmentos objetivo

Mill €	Dic-05 (saldo medio)	Var 05/04
Particulares	19.786	26,2%
Pequeñas Empresas	5.678	19,5%
Medianas Empresas	14.230	25,1%
Grandes Empresas	7.265	4,0%
Instituciones y S. Público	564	(2,4%)
Finan. exterior	378	(14,3%)
Total	47.901	20,3%

No se incluyen saldos de Mercados

Recursos Gestionados por segmentos

Fuerte aportación en empresas y pymes

Mill €	Dic-05 (saldo medio)	Var 05/04
Particulares	26.405	8,9%
Pequeñas Empresas	3.996	16,4%
Medianas Empresas	4.247	25,8%
Grandes empresas	1.333	12,8%
Instituciones y S. Público	5.167	27,4%
No residentes	995	9,8%
Total	42.143	13,3%

No se incluyen saldos de Mercado ni emisiones de bonos

Logros 2005

✓ Maximizar generación de valor

✓ Gestión global clientes

✓ Énfasis en transaccionalidad vs. financiación pura

✓ Intermediación vs. balance

Mill €

+4,0%

6.983

7.265

0,82%

0,90%

Dic04

Dic05

2004

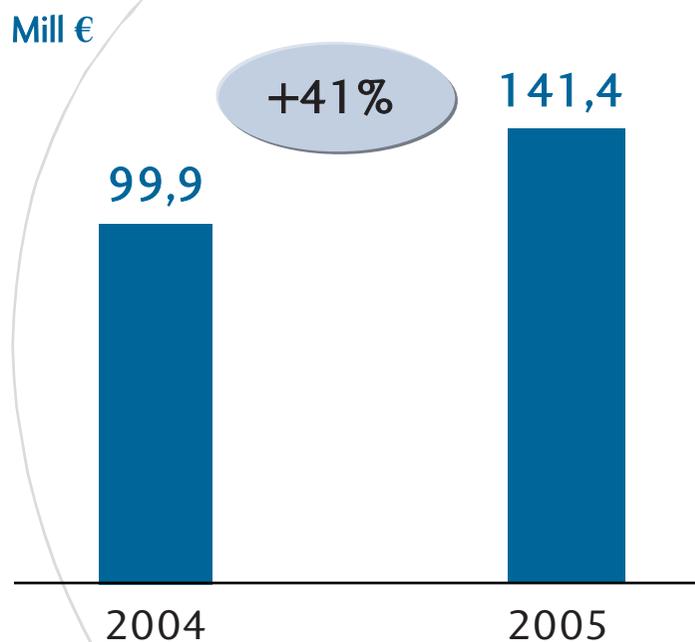
2005

Inversión

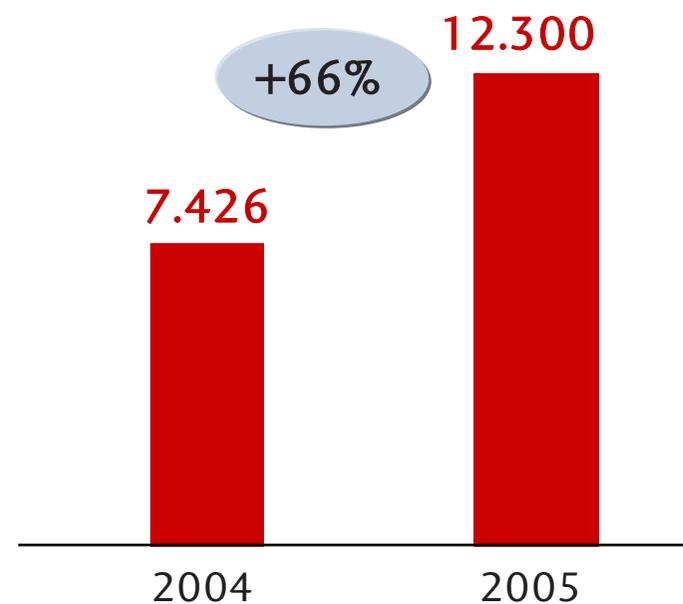
M. Ordinario / Riesgo

Foco en distribución a clientes

M. Ordinario distribución productos a clientes



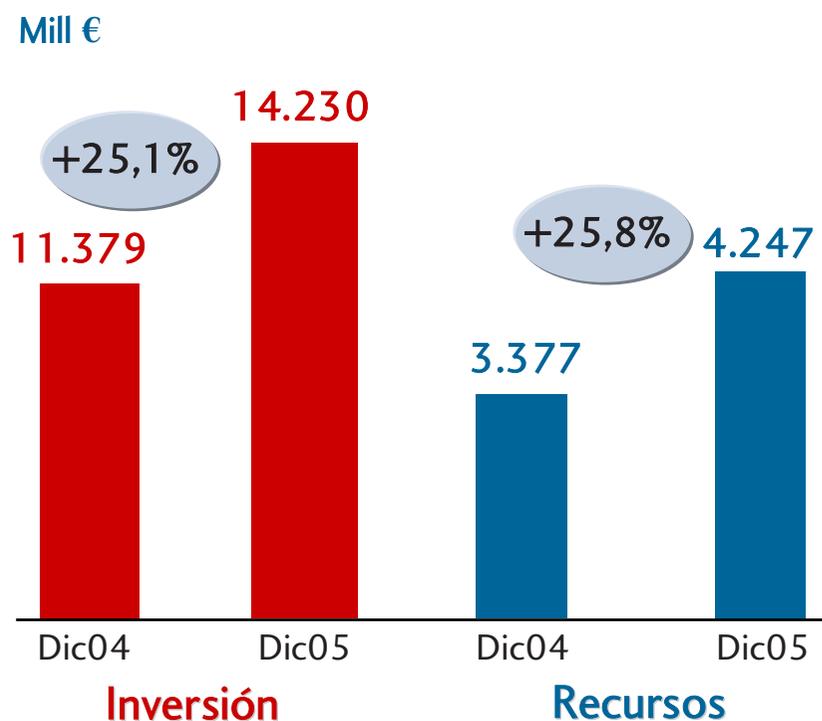
N° Clientes-operaciones



Medianas empresas Crecimiento equilibrado

Logros 2005

- ✓ Crecimiento rentable del negocio y base clientes
- ✓ Gestión global de clientes y oferta productos y servicios
- ✓ Transaccionalidad y captación recursos



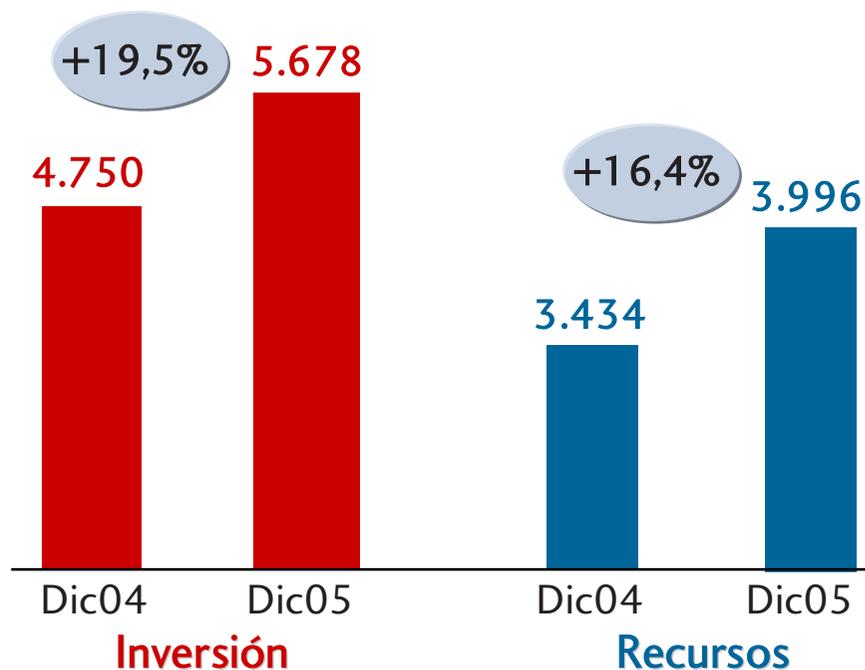
Un proyecto estratégico de Banesto

Logros 2005

Modelo comercial diferenciado

- ✓ Fuerza ventas especializada
- ✓ Enfoque sectorial
- ✓ Aplicación modelo CIMA
- ✓ Banespyme y otros productos innovadores (CTP pymes, préstamo tecnológico, TPVs...)

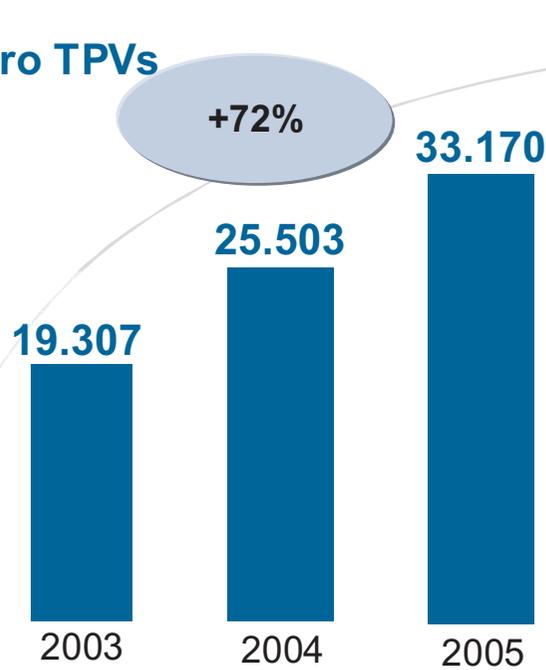
Mill €



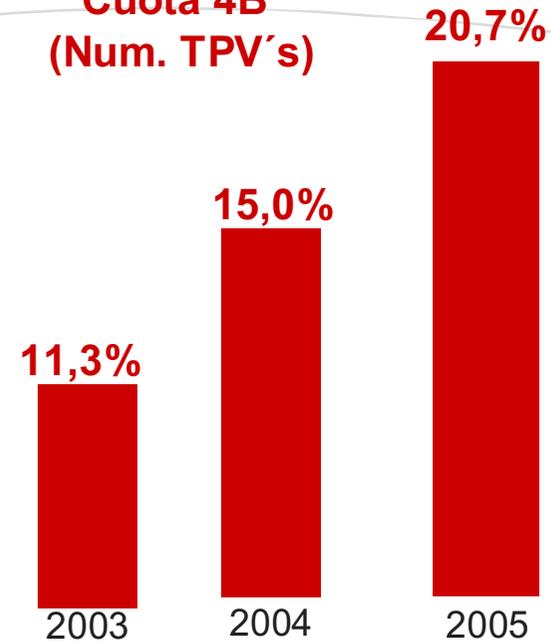
Comercios

Apalancar la tecnología

Número TPVs



Cuota 4B
(Num. TPV's)



Logros 2005

- ✓ Estrategia diferenciada por sectores
- ✓ Innovación permanente (TPV GPRS)

Diferenciación y vinculación

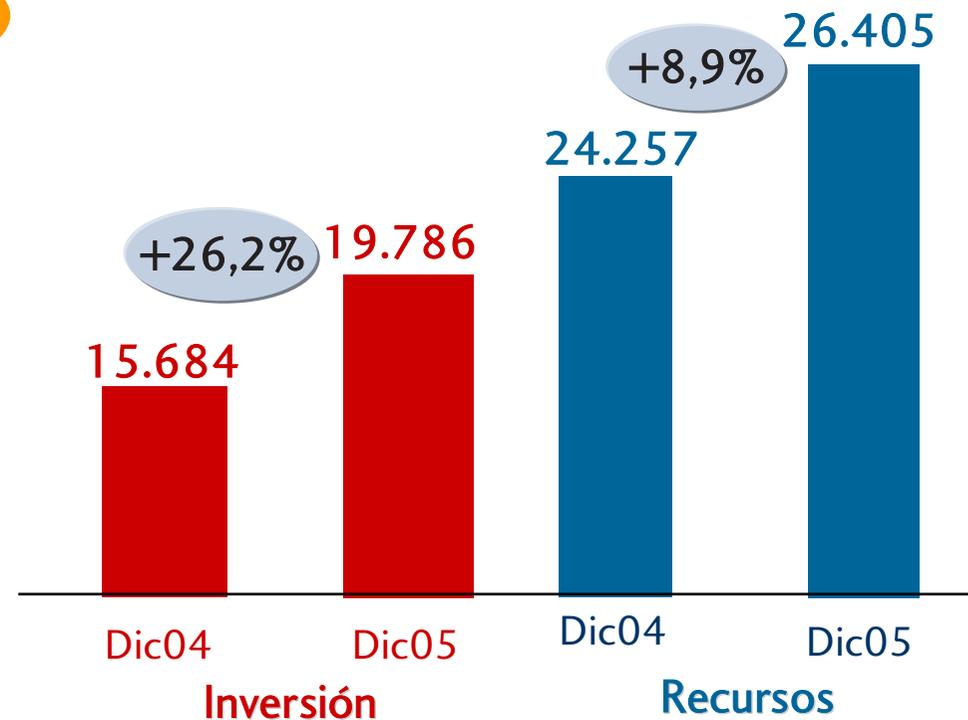
Logros 2005

✓ Gestión diferenciada

✓ Segmentación de clientes enfoque CIMA

✓ Transaccionalidad y vinculación de clientes

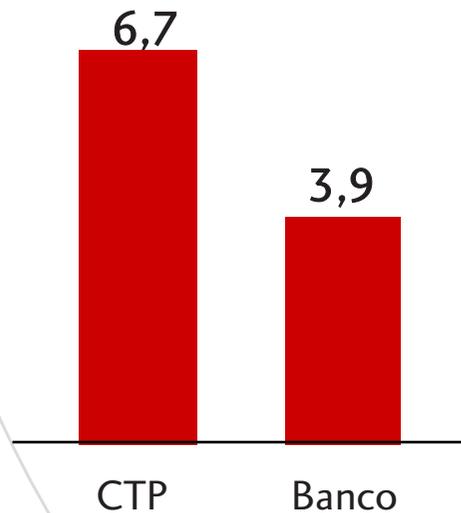
Mill €



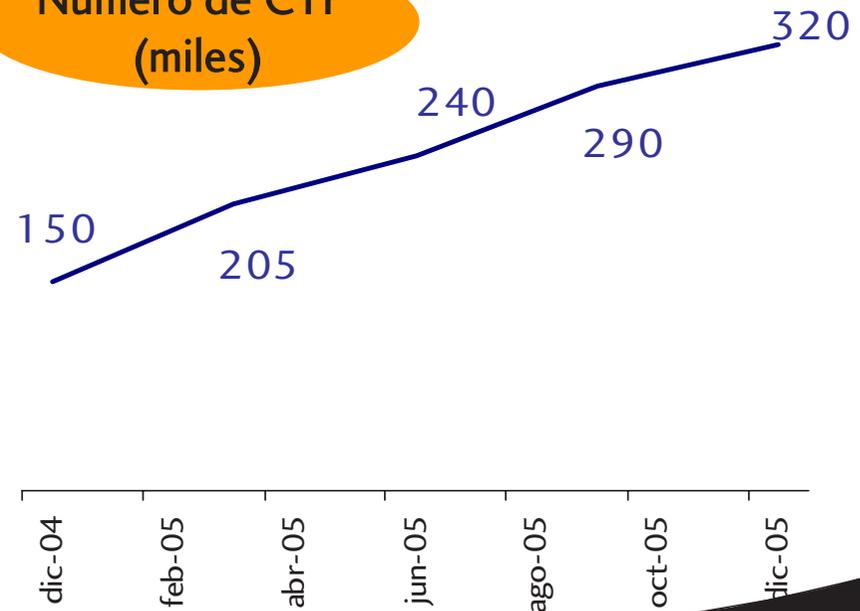
Particulares Cuenta Tarifa Plana Vehículo básico de vinculación

Banesto fue el 1^{er} Banco en su lanzamiento
La Cuenta se consolida como el instrumento de relación con clientes
320.000 CTP y un 45% de los nuevos clientes

Productos x cliente

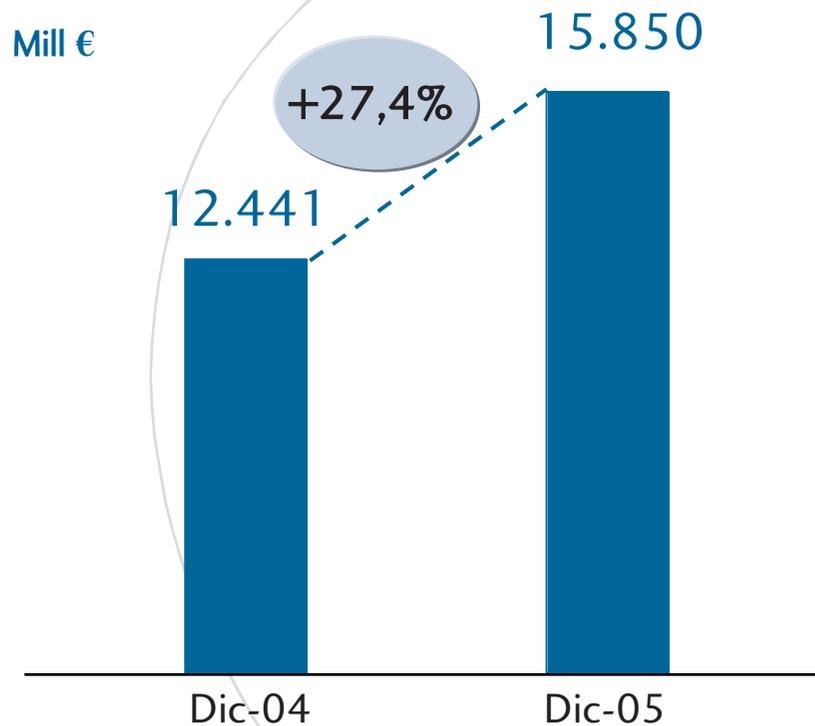


Número de CTP
(miles)



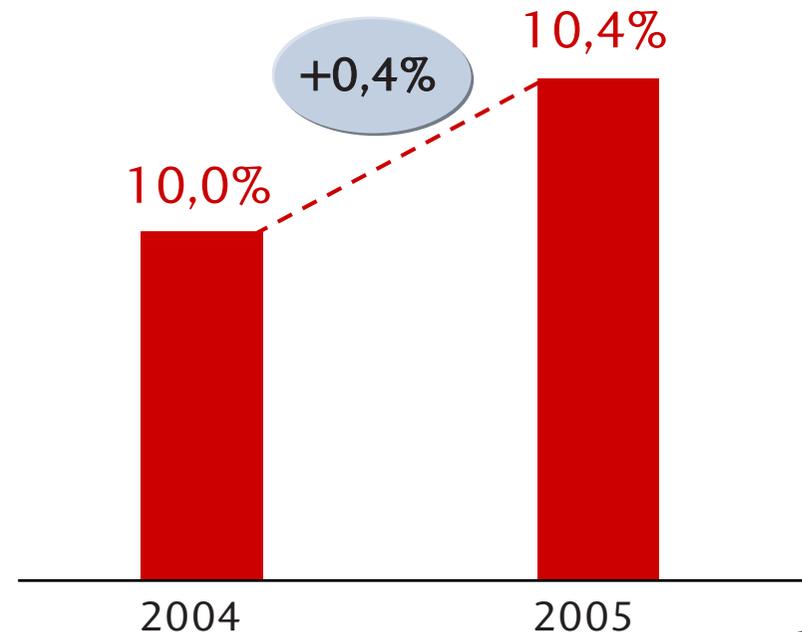
Crecimiento hipotecario superior al Mercado

Crédito vivienda



Cuota de mercado vs. Bancos

(nueva producción)



Particulares

Potenciar Consumo y Liderar Tarjetas

CREDITO CONSUMO

Creación de base para crecimiento futuro

- ✓ Productos
- ✓ Riesgos
- ✓ Canales de venta

Crecimiento 2005

Total: 1 495 mill.€ (+20%)

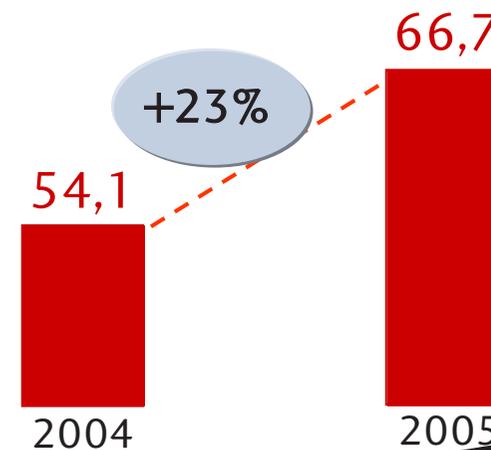
Directo: 998 mill.€ (+15%)

Prescriptor: 497 mill.€ (+34%)

TARJETAS

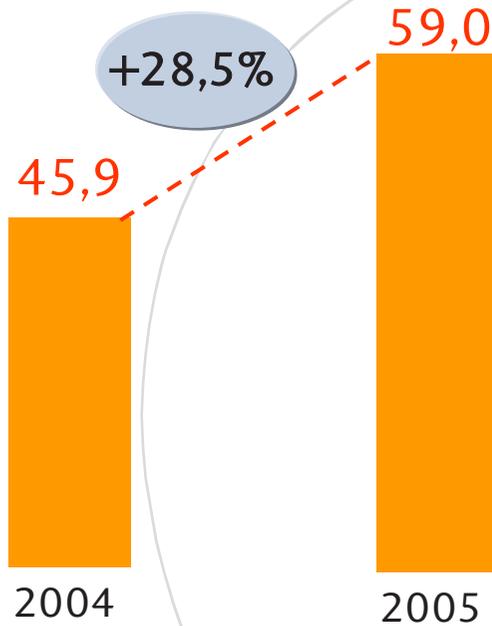
Notable crecimiento ingresos por:

- ✓ Aumento facturación
- ✓ Amplia gama productos
- ✓ Expansión crédito

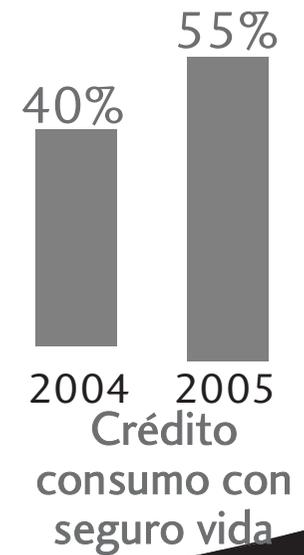
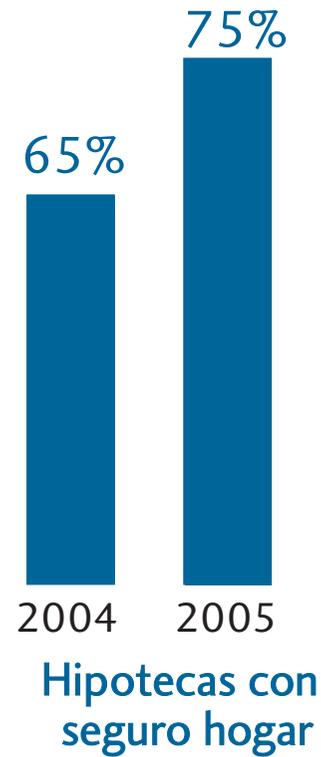
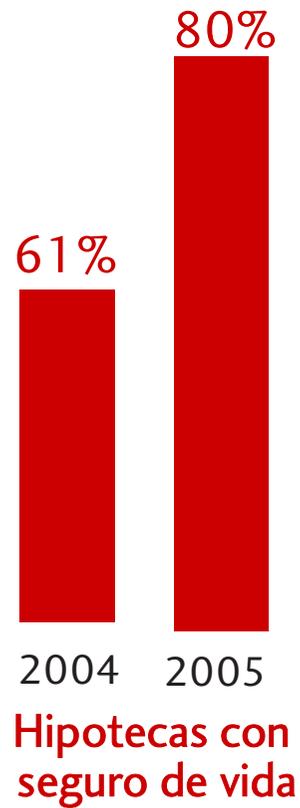


Particulares Actividad de Seguros

Notable crecimiento 2005
(resultados brutos mill Eur.)



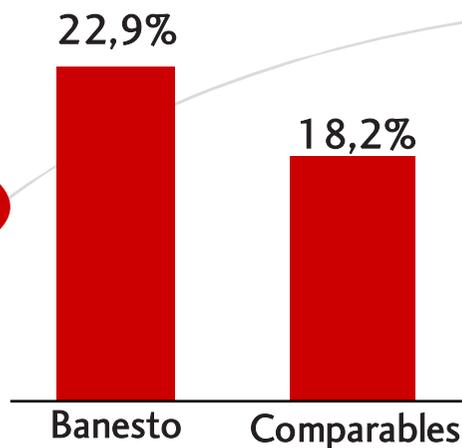
Importante producto de vinculación



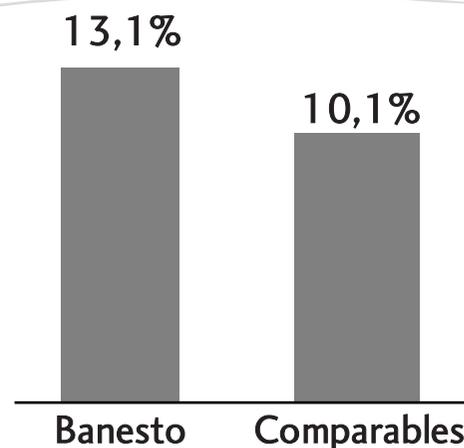
3.- Crecimiento comparado y capital

Resultados 2005 comparan favorablemente

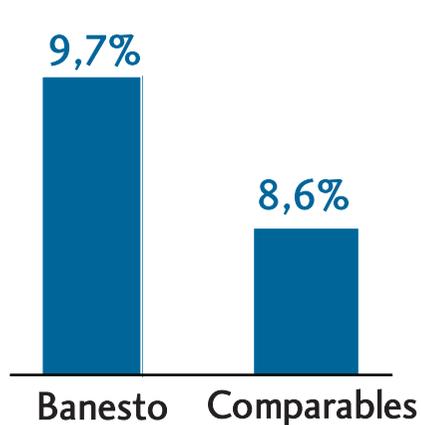
Inversión crediticia



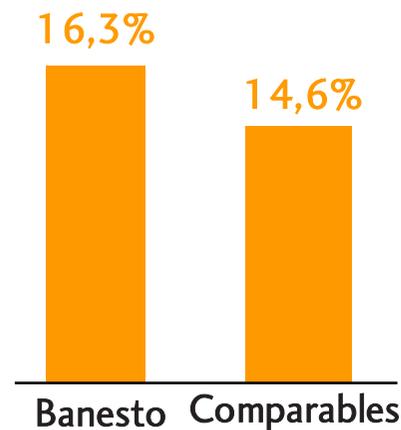
Recursos S. Privado + Fondos



Margen Ordinario



Margen Explotación

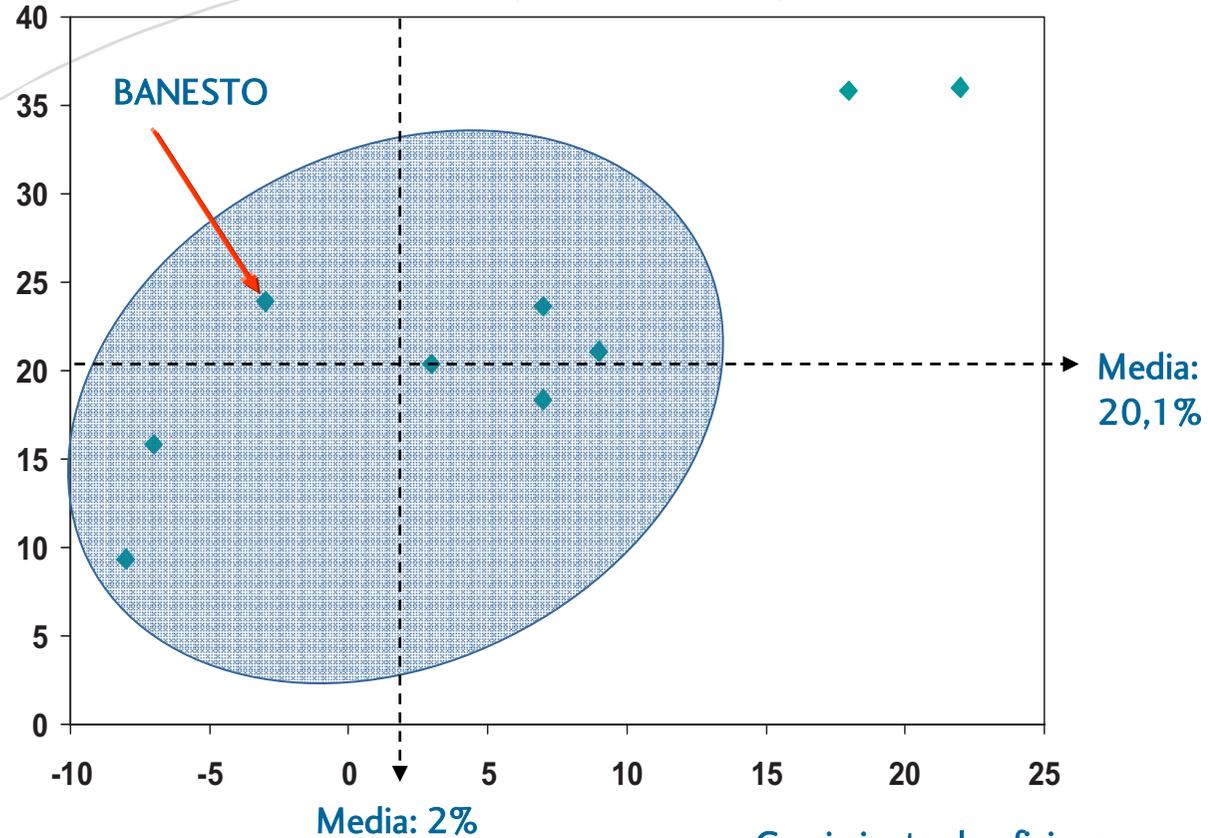


Bancos Comparables: POP, SAB, BKT y redes domesticas SAN y BBVA
Datos Bancos comparables a sep-05

El Banco con mayor crecimiento sin expansión de red

Evolución de las principales entidades financieras
nacionales (Bancos y Cajas)

Crecimiento del
volumen de negocio
2005 (%)



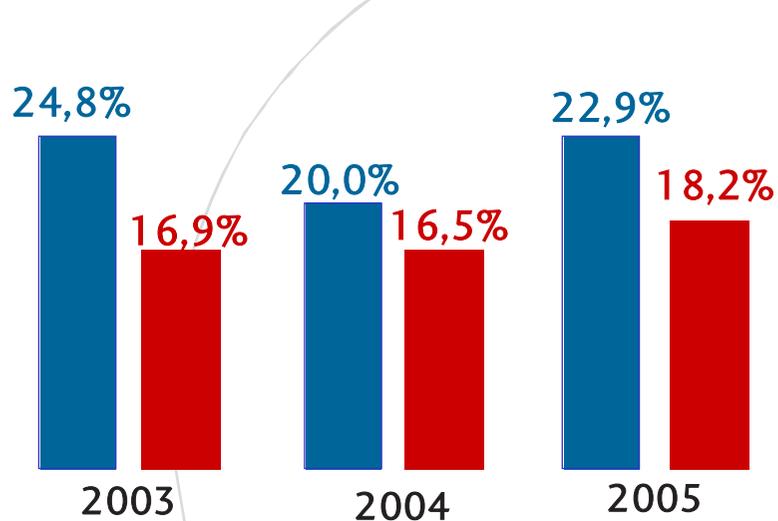
Crecimiento de oficinas
2001-2004 (%)

Datos Bancos y Cajas a sep-05

Banesto ha crecido regularmente por encima de la Banca

Crecimiento negocio 03/05

Inversión crediticia
(s. privado)



Recursos Clientes
(s. privado)



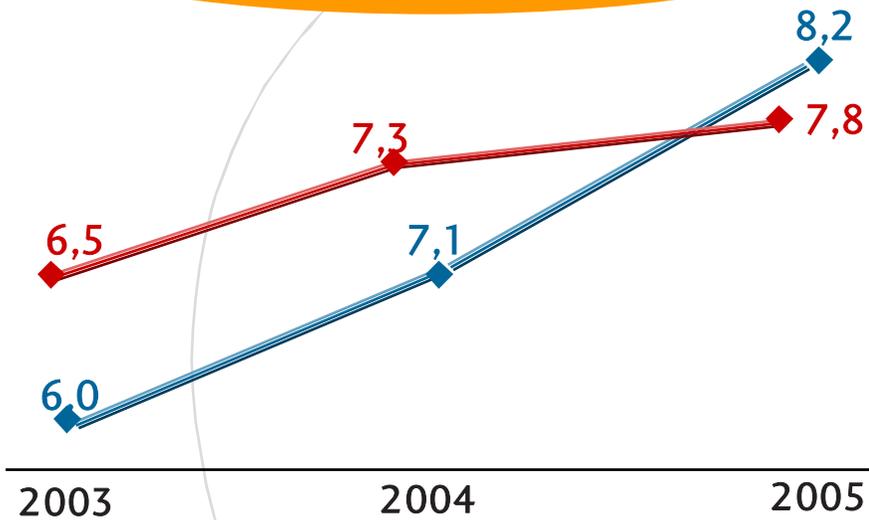
 Bancos comparables
 Banesto

Datos Bancos comparables a sep-05

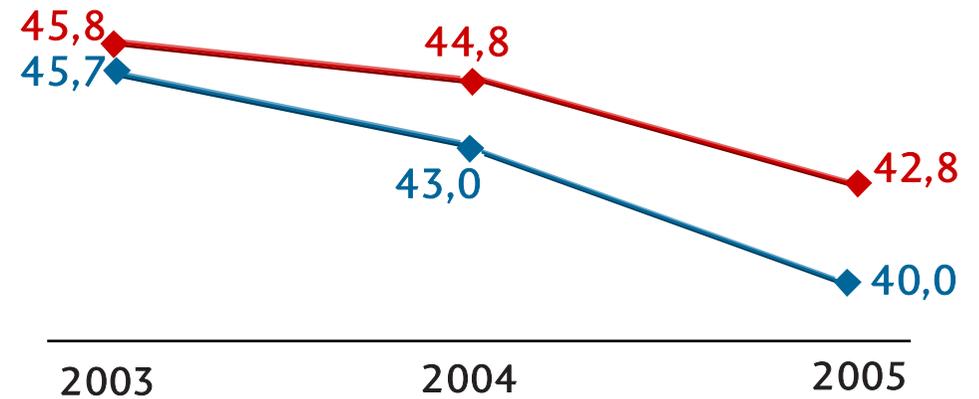
Con mayores ganancias de eficiencia

ALHAMBRA

Negocio x empleado (mill. €)



Ratio eficiencia



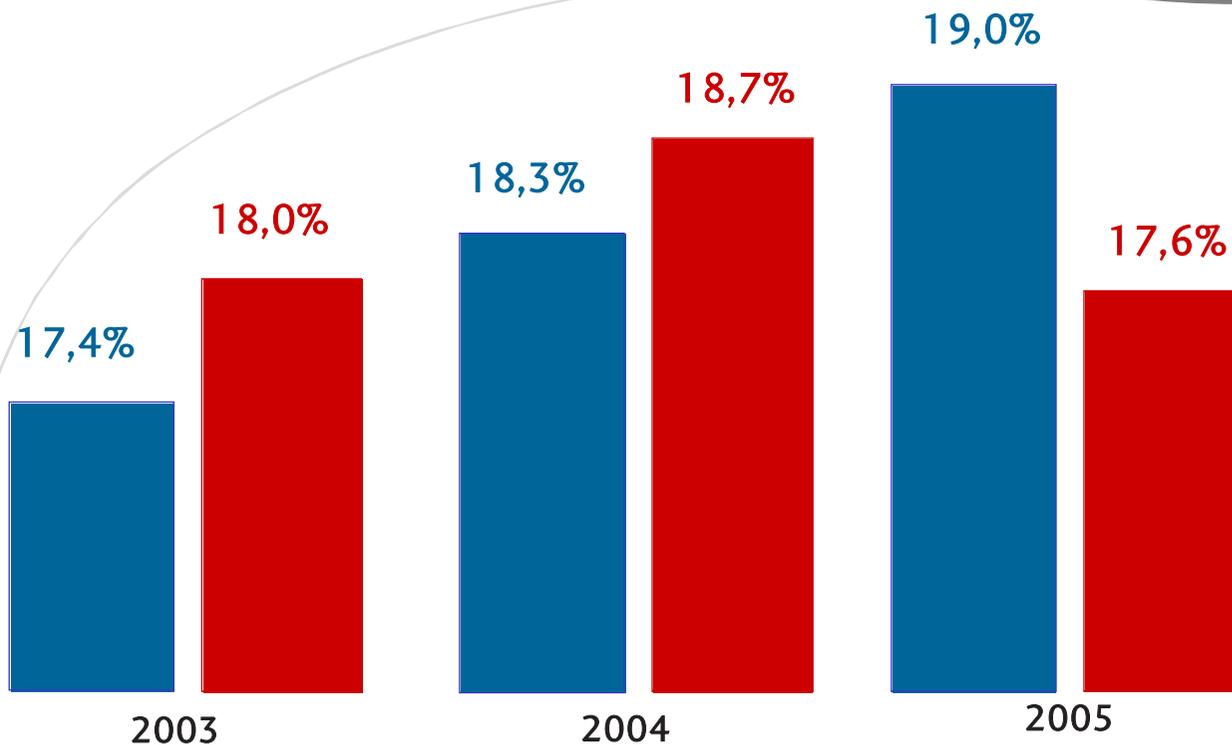
Banesto

Bancos comparables

Datos Bancos comparables a sep-05

Manteniendo superior rentabilidad

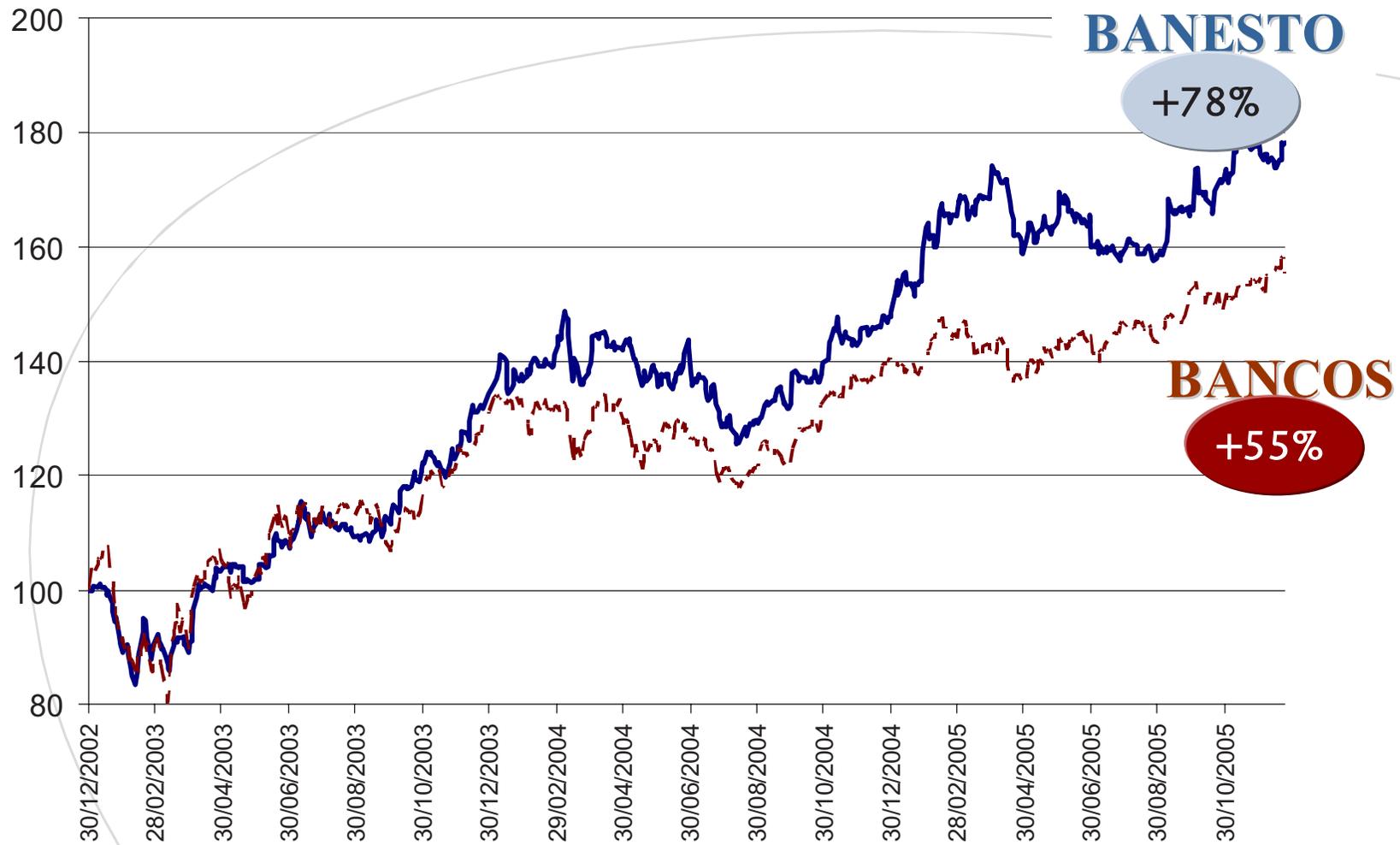
ROE



 Bancos comparables

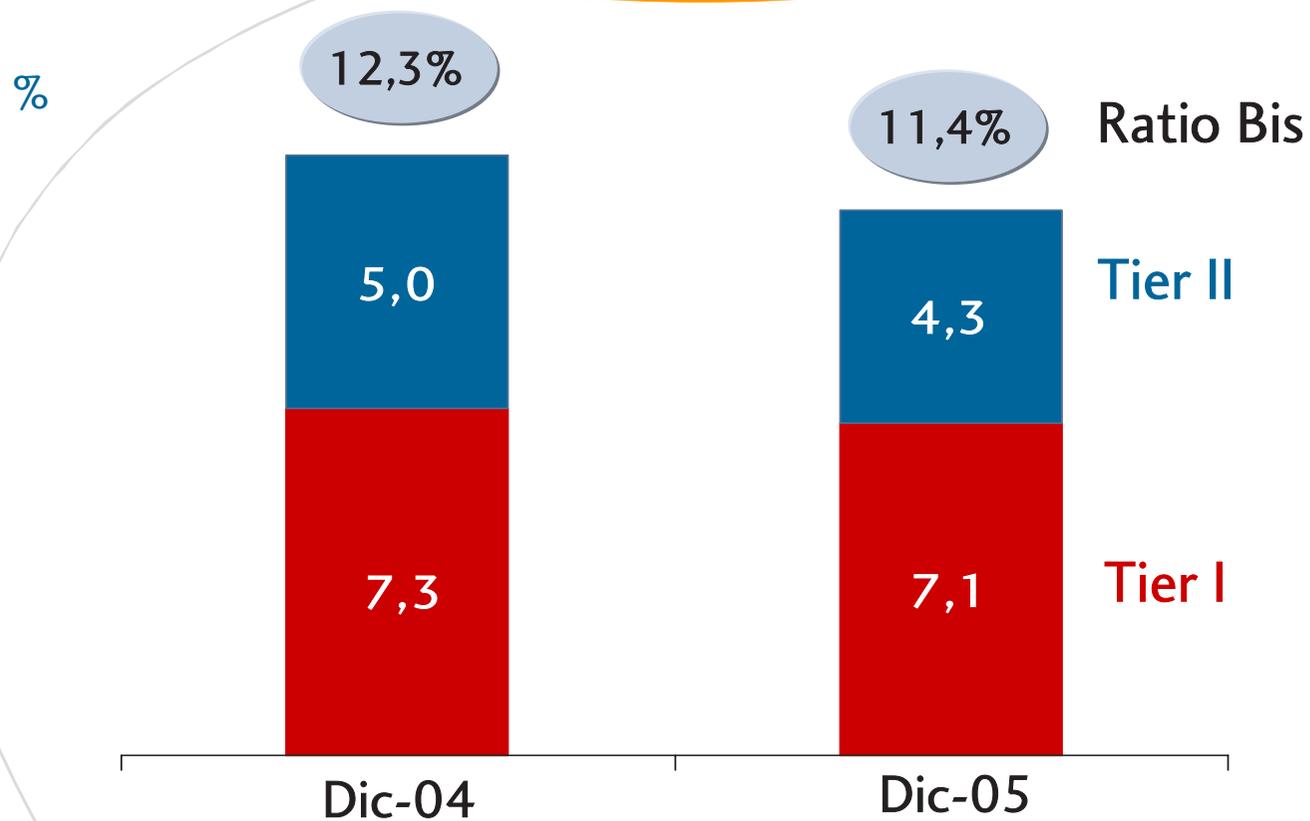
 Banesto

y mayor creación de valor
para el accionista



Niveles adecuados de capital

Evolución del capital



- Banesto optará al modelo avanzado de capital (IRB)
- Supone implantar y mantener modelos internos de valoración de riesgos, para:
 - ✓ Fijar exigencias de capital diferenciadas
 - ✓ Realizar una gestión avanzada de riesgos y rentabilidad
- Presentada propuesta a Bco. España con 90% trabajo realizado

	BASILEA I	BASILEA II	
	(2006)	Coeficiente Standard	Modelo avanzado (IRB)
		(2007)	(2008)
Hipotecas	4%	3%	Más diferenciado s/ modelos internos
Pequeñas y medianas	8%	Estándar por segmentos	
Grandes empresas			
Consumo			
Cartera participadas			
Riesgo operacional	-	nuevo	nuevo
Capital mínimo total	8%	Similar	Inferior según mix activos

4.- Plan 08 y Objetivos 2006

Objetivos
06- 08

Ganancia cuota de mercado + 0,75%

Mejora de Rentabilidad ROE 20%

Ratio de eficiencia 35%

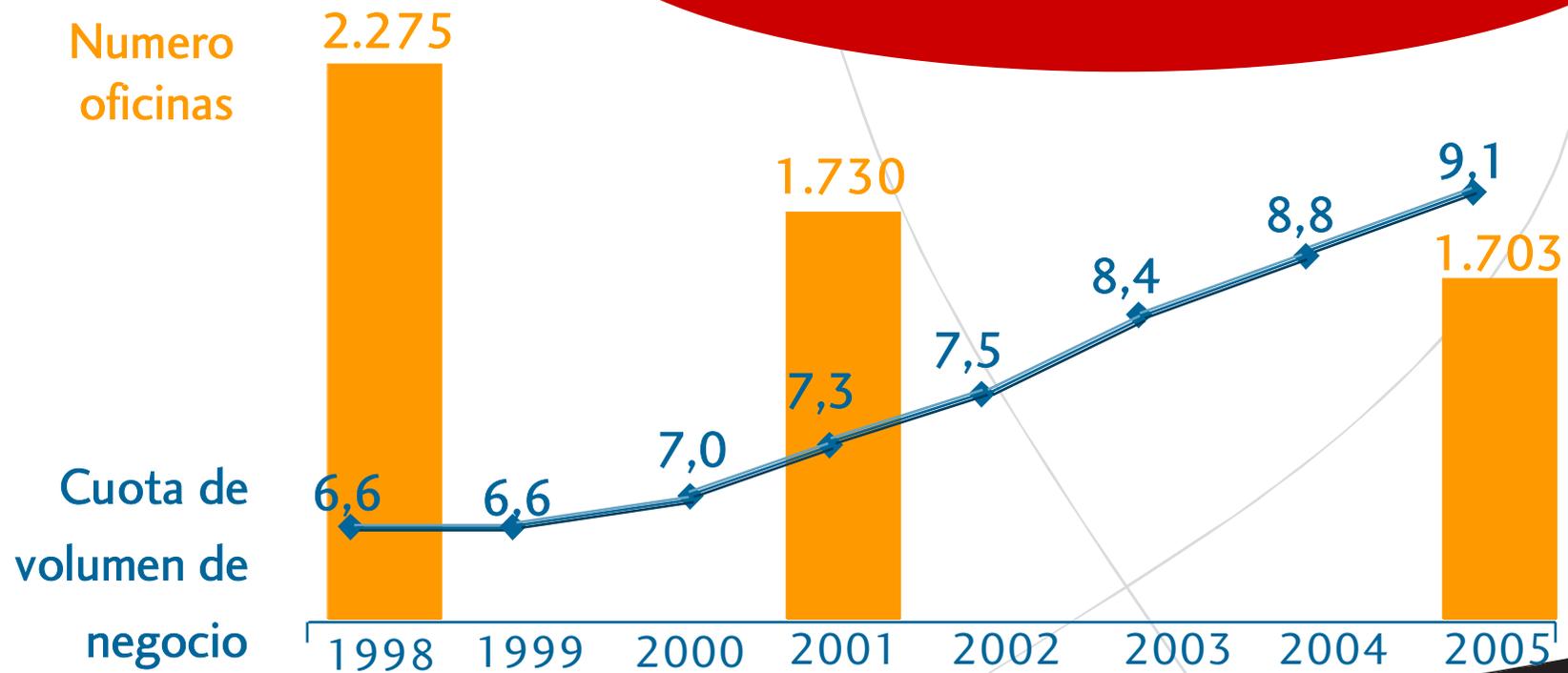
Calidad de riesgo superior
a competidores

- “El Banco de las Pymes”
- Consumo
- Particulares objetivo
- Negocios de valor añadido en Mayorista y Empresas

- Satisfacción de clientes y empleados – CALIDAD y TALENTO
- Innovación
- Tecnología
- Mayor potencia comercial

Hemos crecido con
menos oficinas

Banesto ha crecido por encima
del sector con menos oficinas



PLAN DE APERTURAS

- Alcanzar cuotas mínimas por micromercados
- Foco especial en pymes
- Compatibilizar con objetivos de coste y eficiencia

Objetivos básicos 2006

	Objetivos 2006	Plan anterior (04-06)
Ganancia cuota de mercado(%) Anual	+0,25	+0,25
Acumulada 3 años	+0,91	+0,75
Mejora de Rentabilidad ROE	>19%	>18%
Reducción ratio de eficiencia	38%	40,5%
Calidad de activos Ratio de morosidad	< media de competidores	< media de competidores

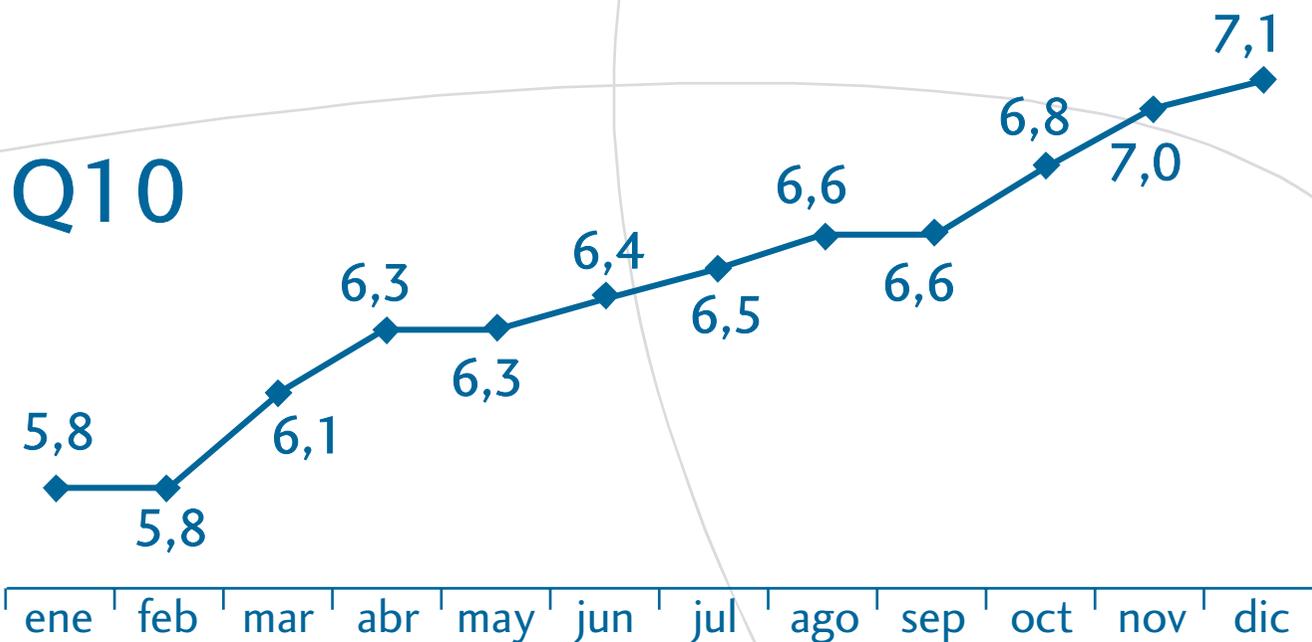
Resultados 1 año por delante del Plan anterior

Liderazgo en satisfacción

Crecimiento rentable en negocios objetivo

Reforzar la potencia comercial

- Calidad de servicio
- Gestión del talento
- Pymes y comercios
- Consumo
- Particulares CIMA - OMEGA
- Mayorista
- Expansión multicanal segmentada



VALORACIÓN

- Encuestas clientes (40%)
- Indicadores (60%):
reclamación clientes,
retención y vinculación
clientes, calidad operativa y
documental ..

En 2006 potenciar Q10: compromiso con satisfacción de clientes y empleados y priorizar la **Gestión del Talento**

Líneas del Plan 2006 “Liderazgo”

- Foco en captación y desarrollo rentable de la base actual (vinculación), a través de
 - Potencia comercial (expansión)
 - Eficiencia comercial (OMEGA)
 - Innovación y tecnología (BANESPYME, TPV GPRS, Préstamo tecnológico)
 - Énfasis en transaccionalidad

Objetivos

- Inversión: +20%
- Recursos: +15%
- Base clientes: +15.000

Líneas del Plan 2006 "Posicionar"

Mantener el liderazgo en tarjetas

- Refuerzo productos estrella
- Proyectos Cobrand
- Impulso crédito
- Desarrollo y Retención

Empuje negocio consumo

- Nuevos productos
- Activación canales remotos
- Gestión activa del riesgo

Objetivos

Tarjetas^(*): +15%

Consumo: +20%

(*) Ajuste rebaja tasas intercambio (7 mill.€)

Líneas del Plan 2006 “Acelerar”

- Calidad de servicio
- Innovación y tecnología (**Hogares conectados**)
- Gestión comercial segmentada y eficiente: **CIMA**
y **OMEGA**
- Unidad de Retención
- Aumentar potencia comercial, con **expansión**
multicanal en zonas objetivo
- Propuestas de valor segmentos específicos

Objetivos

- Inversión: +20%
- Recursos: +10%
- Vinculados: +150.000

Mayor eficiencia comercial

OMEGA

- Reforzar la **Cultura** de Ventas y Calidad (“se vende o se apoya a la venta”)
- Aumentar **tiempo** actividad comercial (en oficina y proactiva)
- Consolidar la **Sistemática Comercial** sencilla y de apoyo continuo desarrollada para **Particulares, Pymes, Comercios y Negocios**
- Esquema de **mejora continua** desde la oficina

Objetivos

- Doblar el tiempo comercial con clientes objetivo en Oficinas
- + 50% número de productos vendidos

Líneas del Plan 2006 “Liderar”

- Consolidación proyecto Polaris
- Desarrollo nuevas líneas de negocio:
 - ✓ M&A
 - ✓ Mercado capitales renta fija
 - ✓ Titulizaciones
 - ✓ Funding estructurado ...

Objetivo

- Ingresos > 15%

- Somos **líderes** en los negocios más rentables de la Banca Minorista, en innovación y en calidad
- Somos la entidad financiera relevante con **mayor crecimiento** en el mercado español (bancos y cajas), teniendo en cuenta perímetros comparables
- Tenemos un **plan director** claro para realizar nuestro potencial y las **ventajas competitivas** para conseguirlo

The logo consists of a stylized graphic of three overlapping shapes (red, blue, and yellow) to the left of the word "Banesto" in a white, italicized serif font, all set against a dark grey background.

Banesto

A large version of the Banesto logo, featuring the stylized graphic and the word "Banesto" in a black, italicized serif font. Below the text is a horizontal bar composed of four colored segments: blue, yellow, red, and blue.

Banesto

PRESENTACION RESULTADOS '05