

The image shows a tall, modern glass skyscraper with the BBVA logo prominently displayed on its upper facade. The building is set against a clear blue sky. To the right, another building with a grid of windows is partially visible. A white rectangular overlay is positioned in the lower right quadrant of the image, containing the BBVA logo and the title of the report.

BBVA

The BBVA logo consists of the letters 'BBVA' in a bold, blue, sans-serif font. To the left of the text is a vertical bar composed of four horizontal segments in shades of blue, from dark to light.

BBVA

Grupo BBVA

Tercer Trimestre 2016

Disclaimer

Este documento se proporciona únicamente con fines informativos siendo la información que contiene puramente ilustrativa, y no constituye, ni debe ser interpretado como, una oferta de venta, intercambio o adquisición, o una invitación de ofertas para adquirir valores por o de cualquiera de las compañías mencionadas en él. Cualquier decisión de compra o inversión en valores en relación con una cuestión determinada debe ser efectuada única y exclusivamente sobre la base de la información extraída de los folletos correspondientes presentados por la compañía en relación con cada cuestión específica. Las referencias realizadas a BBVA y/o cualquier entidad de su grupo en el presente documento no deben entenderse como generadoras de ningún tipo de obligación legal para BBVA o las empresas de su grupo. Ninguna persona que pueda tener conocimiento de la información contenida en este informe puede considerarla definitiva ya que está sujeta a modificaciones.

Este documento incluye o puede incluir "proyecciones futuras" (en el sentido de las disposiciones de "puerto seguro" del United States Private Securities Litigation Reform Act de 1995) con respecto a intenciones, expectativas o proyecciones de BBVA o de su dirección en la fecha del mismo que se refieren a aspectos diversos, incluyendo proyecciones en relación con los ingresos futuros del negocio. La información contenida en este documento se fundamenta en nuestras actuales proyecciones, si bien dichos ingresos pueden verse sustancialmente modificados en el futuro por determinados riesgos e incertidumbres y otros factores relevantes que pueden provocar que los resultados o decisiones finales difieran de dichas intenciones, proyecciones o estimaciones. Estos factores incluyen, pero no se limitan a, (1) la situación del mercado, factores macroeconómicos, reguladores, directrices políticas o gubernamentales, (2) movimientos en los mercados de valores nacional e internacional, tipos de cambio y tipos de interés, (3) presión de la competencia, (4) cambios tecnológicos, (5) variaciones en la situación financiera, reputación crediticia o solvencia de nuestros clientes, deudores u homólogos. Estos factores podrían condicionar y acarrear situaciones reales distintas de la información y las intenciones expuestas, proyectadas, o pronosticadas en este documento y en otros documentos pasados o futuros. BBVA no se compromete a actualizar públicamente ni comunicar la actualización del contenido de este o cualquier otro documento, si los hechos no son exactamente como los descritos en el presente, o si se producen cambios en la información que contiene.

Este documento puede contener información resumida o información no auditada, y se invita a sus receptores a consultar la documentación e información pública presentada por BBVA a las autoridades de supervisión del mercado de valores, en concreto, los folletos e información periódica presentada a la Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV) y el informe anual presentado como 20-F y la información presentada como 6-K que se presenta a la Securities and Exchange Commission estadounidense.

La distribución de este documento en otras jurisdicciones puede estar prohibida, y los receptores del mismo que estén en posesión de este documento devienen en únicos responsables de informarse de ello, y de observar cualquier restricción. Aceptando este documento los receptores aceptan las restricciones y advertencias precedentes.



Índice

1. Acerca del Grupo
2. Visión y aspiración
3. La transformación de BBVA
4. Claves de resultados

1. Acerca del Grupo

2. Visión y aspiración

3. La transformación
de BBVA

4. Claves de resultados

- > BBVA en el mundo
- > "La historia de BBVA"
- > Principales magnitudes
- > La acción BBVA
- > Organigrama
- > Nuestro equipo
- > Presencia en redes sociales
- > Compromiso social
- > Premios y reconocimientos

1. Acerca del Grupo



BBVA en el mundo

- 1. Acerca del Grupo
- 2. Visión y aspiración
- 3. La transformación de BBVA
- 4. Claves de resultados



- > BBVA en el mundo
- > "La historia de BBVA"
- > Principales magnitudes
- > La acción BBVA
- > Organigrama
- > Nuestro equipo
- > Presencia en redes sociales
- > Compromiso social
- > Premios y reconocimientos

€ 725 miles de millones de activo total	68 millones de clientes	35 países	8.761 oficinas	30.890 cajeros	136.244 empleados
---	-----------------------------------	---------------------	--------------------------	--------------------------	-----------------------------

Nota: Datos a septiembre 2016. Datos de clientes a agosto 2016.

Cuenta con más de 150 años de historia

- 1. Acerca del Grupo
- 2. Visión y aspiración
- 3. La transformación de BBVA
- 4. Claves de resultados

- > BBVA en el mundo
- > "La historia de BBVA"
- > Principales magnitudes
- > La acción BBVA
- > Organigrama
- > Nuestro equipo
- > Presencia en redes sociales
- > Compromiso social
- > Premios y reconocimientos

BBVA nace de la fusión de dos grandes entidades bancarias en España



1999

- Banco Bilbao Vizcaya
- Argentaria

1998

- Corporación Bancaria de España
- Caja Postal
- Bco. Exterior
- Bco. Hipotecario

1988

- Banco de Bilbao
- Banco de Vizcaya

Cuenta con más de 150 años de historia

1. Acerca del Grupo

2. Visión y aspiración

3. La transformación de BBVA

4. Claves de resultados

> BBVA en el mundo

> "La historia de BBVA"

> Principales magnitudes

> La acción BBVA

> Organigrama

> Nuestro equipo

> Presencia en redes sociales

> Compromiso social

> Premios y reconocimientos

A partir de 1995, BBVA ha desarrollado un fuerte proceso de expansión

1995 • Banco Continental (Perú)
• Probursa (México)

1996 • Banco Ganadero (Colombia)
• Bancos Cremi and Oriente (México)
• Banco Francés (Argentina)

1997 • Banco Provincial (Venezuela)
• B.C. Argentino (Argentina)

1998 • Poncebank (Puerto Rico)
• Banco Excel (Brasil)
• Banco BHIF (Chile)

1999 • Provida (Chile)
• Consolidar (Argentina)

2000 • Bancomer (México)

2004 • Valley Bank (EE.UU.)
• Laredo (EE.UU.)
• OPA sobre Bancomer

2005 • Granahorrar (Colombia)
• Hipotecaria Nacional (México)

2006 • Texas Regional Bancshares (EE.UU.)
• Forum Servicios Financieros (Chile)
• State National Bancshares (EE.UU.)
• CITIC (China)

2007 • Compass (EE.UU.)

2008 • Ampliación del acuerdo con CITIC

2009 • Guaranty Bank (EE.UU.)

2010 • Nueva ampliación del acuerdo con CITIC
• Turkiye Garanti Bankasi (Turquía)

2011 • Ampliación acuerdo con Forum Servicios Financieros (Chile)
• Credit Uruguay (Uruguay)

2012 • Desinversión en Puerto Rico
• Unnim Banc (España)

2013 • Desinversión en Panamá
• Desinversión en el negocio de Latinoamérica
• Venta del 5,1% de CNCB (China)

2014 • Simple (EE.UU.)

2015 • Venta a CNCB de la participación en CIFH (China)
• Venta del 4,9% de CNCB (China)
• Catalunya Banc (España)
• Ampliación de participación Turkiye Garanti Bankasi (Turquía)
• Adquisición del 29,5% de Atom (Reino Unido)

2016 • Holvi (Finlandia)
• Venta del 0,75% CNCB (China)

Principales magnitudes 9M16

- 1. Acerca del Grupo
- 2. Visión y aspiración
- 3. La transformación de BBVA
- 4. Claves de resultados

Resultados (M€)		
Margen bruto	Margen neto	Beneficio atribuido
18.431	8.882	2.797

Balance (M€)			
Activo total	Fondos propios	Créditos a la clientela - bruto	Depósitos de la clientela
724.627	55.891	422.844	385.348



- > BBVA en el mundo
- > "La historia de BBVA"
- > Principales magnitudes
- > La acción BBVA
- > Organigrama
- > Nuestro equipo
- > Presencia en redes sociales
- > Compromiso social
- > Premios y reconocimientos

Eficiencia/ Rentabilidad			Gestión del riesgo		Solvencia - Ratio CET1	
ROE	ROA	Ratio de eficiencia	Tasa de mora	Tasa de cobertura	Phased-in	Fully-loaded
7,2%	0,67%	51,8%	5,1%	72%	12,26%	11,00%

Para más información pulsa aquí

La acción BBVA

1. Acerca del Grupo
2. Visión y aspiración
3. La transformación de BBVA
4. Claves de resultados

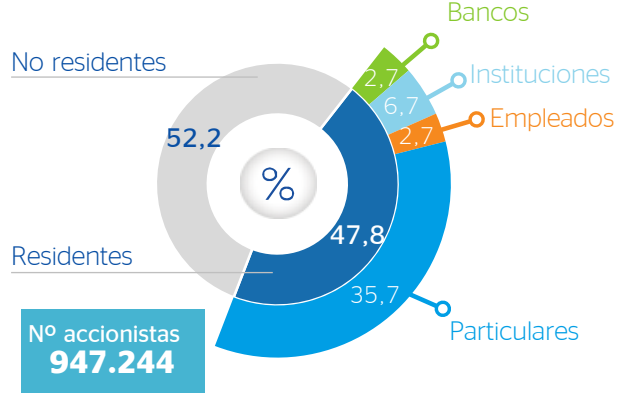
Cotiza en las principales bolsas de valores mundiales



Ponderación (30-09-2016)	
IBEX 35	7,7%
Euro Stoxx 50	1,7%
Euro Stoxx Banks	9,9%
Stoxx Europe 600 Banks	4,5%

Buena diversificación del accionariado

Distribución del accionariado



Datos a 30 de septiembre de 2016

Nº acciones en circulación (M)	6.480
Valor contable por acción (€)	7,33
Cotización última (€)	5,38
Capitalización bursátil (M €)	34.877

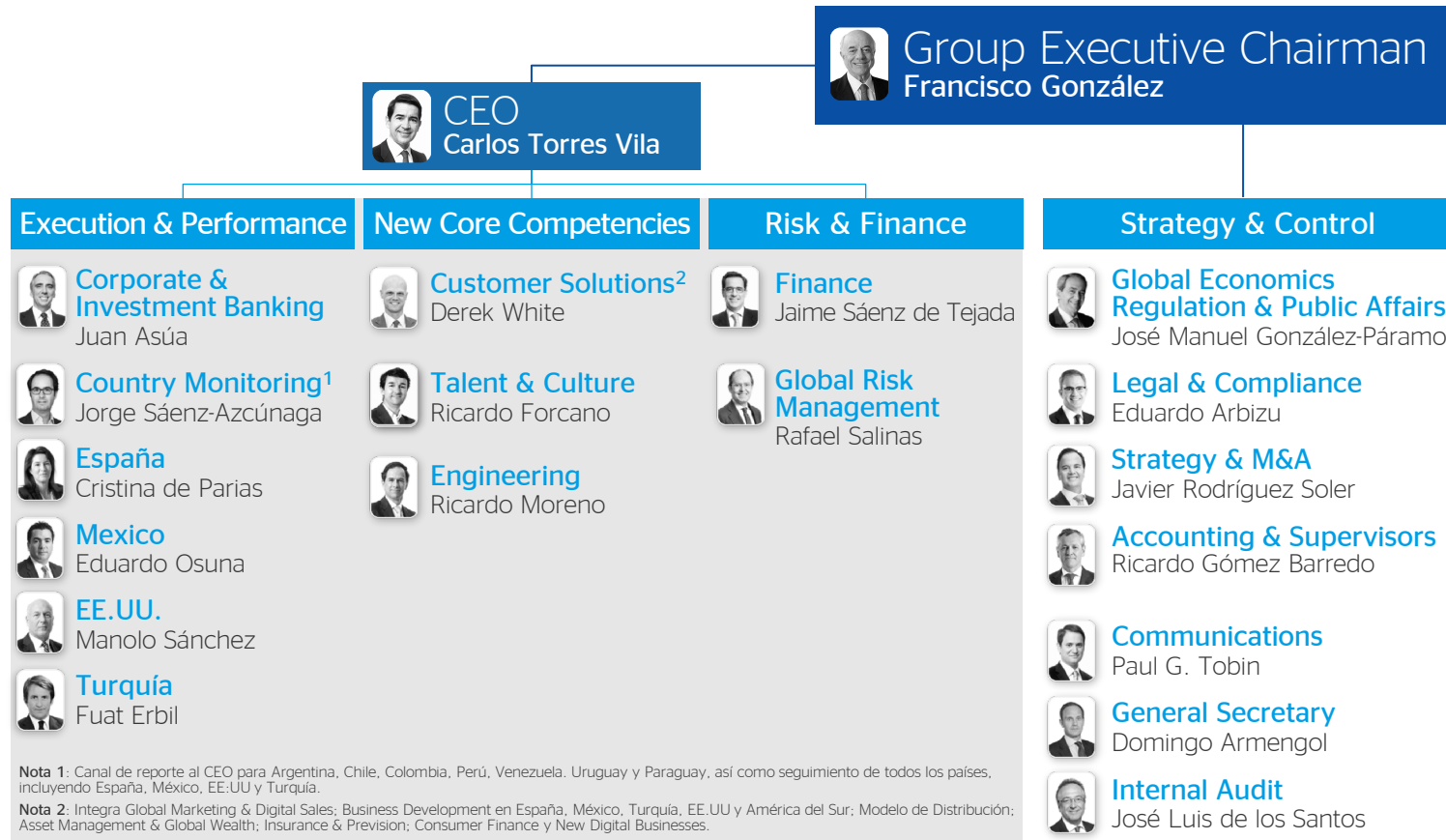
- > BBVA en el mundo
- > "La historia de BBVA"
- > Principales magnitudes
- > La acción BBVA
- > Organigrama
- > Nuestro equipo
- > Presencia en redes sociales
- > Compromiso social
- > Premios y reconocimientos

Para más información pulsa aquí

Organigrama

1. Acerca del Grupo
2. Visión y aspiración
3. La transformación de BBVA
4. Claves de resultados

- > BBVA en el mundo
- > "La historia de BBVA"
- > Principales magnitudes
- > La acción BBVA
- > [Organigrama](#)
- > Nuestro equipo
- > Presencia en redes sociales
- > Compromiso social
- > Premios y reconocimientos



BBVA

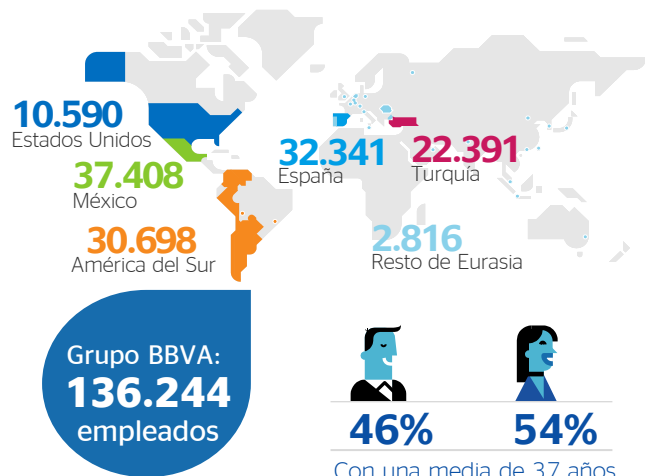
1. Acerca del Grupo
2. Visión y aspiración
3. La transformación de BBVA
4. Claves de resultados

Nuestro equipo

“Estamos construyendo una cultura, un entorno y una forma de trabajo que sitúa al cliente en el centro de todo lo que hacemos”

El mejor equipo

Nuestra gente es la piedra angular de nuestra transformación, ayudando a BBVA a ofrecer la mejor experiencia de cliente, en cualquier lugar



Nota 1: Datos a 30 septiembre de 2016.
 Nota 2: El número de empleados se establece en base a criterios de localización.

Un talento de primer nivel

Estamos definiendo lo que significa ser un empleado de BBVA, y lo que nos diferencia de cualquier otra empresa



En 2015 hemos establecido nuestra estrategia y visión

En 2016 nos vamos a centrar en cómo llegar hasta allí

- > BBVA en el mundo
- > "La historia de BBVA"
- > Principales magnitudes
- > La acción BBVA
- > Organigrama
- > **Nuestro equipo**
- > Presencia en redes sociales
- > Compromiso social
- > Premios y reconocimientos

BBVA

1. Acerca del Grupo
2. Visión y aspiración
3. La transformación de BBVA
4. Claves de resultados

Presencia en redes sociales

El compromiso de BBVA es el de estar allí donde está la gente para poder entender y escuchar mejor sus deseos y necesidades, de ahí que seamos una entidad financiera vanguardista en su presencia en redes sociales



Facebook (fans)	25.024.096
Twitter (seguidores)	4.512.150
YouTube (suscriptores)	84.799
Google+ (fans)	12.358
LinkedIn (suscriptores)	372.707
Instagram (fans)	319.923

Número de perfiles en redes sociales de BBVA por país (datos a septiembre de 2016)



🕒 Estén donde estén y sean quienes sean, tenemos para todos nuestros stakeholders una solución y un canal a medida. Aunque tienen intereses variados, todos comparten su relación con BBVA

- > BBVA en el mundo
- > "La historia de BBVA"
- > Principales magnitudes
- > La acción BBVA
- > Organigrama
- > Nuestro equipo
- > [Presencia en redes sociales](#)
- > Compromiso social
- > Premios y reconocimientos

Compromiso social

- 1. Acerca del Grupo
- 2. Visión y aspiración
- 3. La transformación de BBVA
- 4. Claves de resultados

Educación Financiera



adelante.
con tu futuro

104 millones de Franco Leones donated by BBVA
OECD
and supported by BBVA

camino al **éxito**

valores
de futuro
El dinero en nuestras vidas

Emprendimiento de Impacto Social



Fundación BBVA MicroFinanzas

momentum project
Un ecosistema de apoyo al emprendimiento social

YoSoy Empleo
Una iniciativa de BBVA

Plan BBVA-Fundación Adecco
Plan de integración laboral para clientes del BBVA que hayan perdido la propiedad y posesión de su única vivienda.

Conocimiento



Fundación BBVA

Premio Fronteras del Conocimiento

fundéuBBVA

“ Fuertemente comprometida con las sociedades en las que opera ”

En 2015
103,6¹M€

Para más información pulsa aquí

(1) Presupuesto anual de BBVA.

BBVA

1. Acerca del Grupo
2. Visión y aspiración
3. La transformación de BBVA
4. Claves de resultados

Premios y reconocimientos

La gestión diferencial de BBVA se reconoce cada vez más



The best place to work in Spain



Mejor banco de América Latina por Euromoney



- > BBVA en el mundo
- > "La historia de BBVA"
- > Principales magnitudes
- > La acción BBVA
- > Organigrama
- > Nuestro equipo
- > Presencia en redes sociales
- > Compromiso social
- > Premios y reconocimientos

- 1. Acerca del Grupo
- 2. Visión y aspiración
- 3. La transformación de BBVA
- 4. Claves de resultados

2. Visión y aspiración



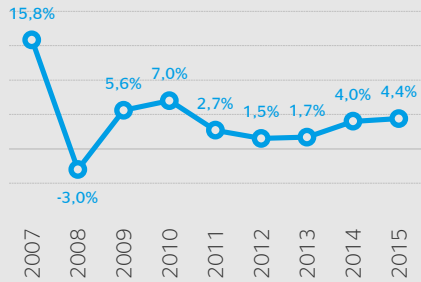
- > Visión de la industria financiera
- > Nuestra aspiración

- 1. Acerca del Grupo
- 2. Visión y aspiración
- 3. La transformación de BBVA
- 4. Claves de resultados

La evolución de la industria financiera

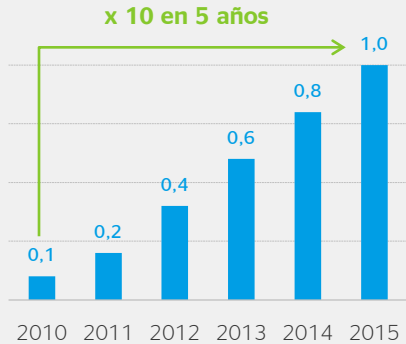
Presión regulatoria e impacto en la rentabilidad

Evolución del ROE de los bancos¹ (%)



El móvil ha cambiado el modelo de distribución

Usuarios de banca móvil en el mundo²



Nuevos jugadores incorporándose a la cadena de valor

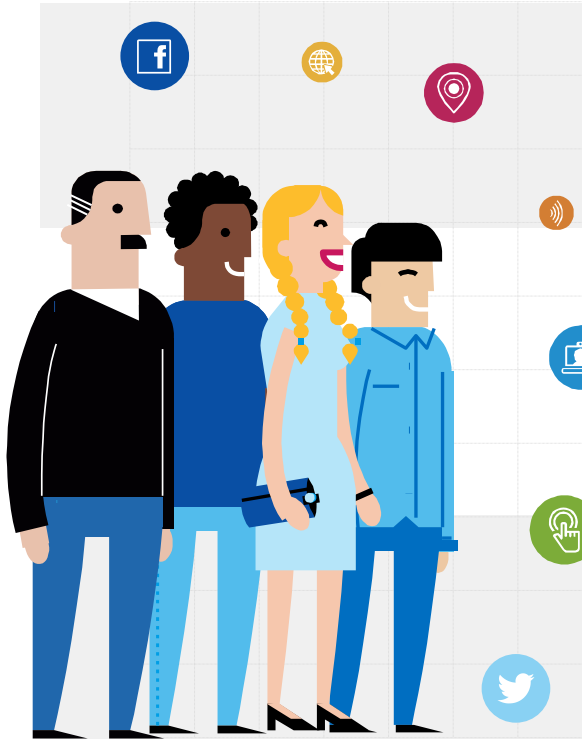


- > Visión de la industria financiera
- > Nuestra aspiración

(1) Fuente: BBVA; Bancos en el grupo peer: Santander, Deutsche, Commerzbank, BNPP, SocGen, CASA, Intesa, Unicredit, HSBC, Barclays, Royal Bank of Scotland, Lloyds, UBS y Credit Suisse, Citigroup, Bank of America, JP Morgan y Wells Fargo.
 (2) Juniper Research Future Proofing Digital Banking.

El cambio en los consumidores y en sus necesidades

- 1. Acerca del Grupo
- 2. Visión y aspiración**
- 3. La transformación de BBVA
- 4. Claves de resultados



Permanentemente conectados

Quieren operar en cualquier momento, desde cualquier lugar

Acostumbrados a las experiencias digitales

Esperan ayuda proactiva y personalizada en la gestión de sus finanzas

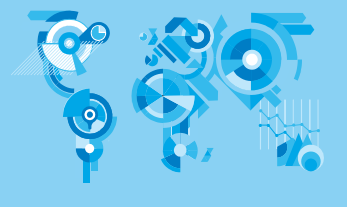




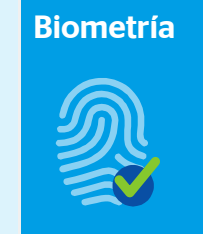
Utilizan múltiples dispositivos y aplicaciones

Buscan la mejor experiencia para cada una de sus necesidades financieras

- 1. Acerca del Grupo
- 2. Visión y aspiración
- 3. La transformación de BBVA
- 4. Claves de resultados

La tecnología y el uso de los datos como facilitadores

“ El cliente como principal beneficiario de este nuevo entorno en el que los servicios financieros se democratizan ”

Big Data 	Blockchain 	Cloud 
Inteligencia artificial 	Procesamiento de datos 	Biometría 

- ✓ Mejor experiencia
- ✓ Mayor eficiencia

Nuestra aspiración

- 1. Acerca del Grupo
- 2. Visión y aspiración
- 3. La transformación de BBVA
- 4. Claves de resultados

Afianzar la relación con el cliente

“ Redefiniendo nuestra propuesta de valor centrada en las necesidades reales de nuestros clientes ”

A través de una experiencia “atractiva”: simple, clara, sencilla y con alto grado de automatización



Ayudar a nuestros clientes a tomar **las mejores decisiones financieras**

Proporcionar las mejores soluciones que cubran todas sus necesidades financieras

- 1. Acerca del Grupo
- 2. Visión y aspiración
- 3. La transformación de BBVA**
- 4. Claves de resultados

3. La transformación de BBVA



- > Nuestro propósito
- > Prioridades estratégicas
- > Avanzando en nuestra transformación

1. Acerca del Grupo

2. Visión y aspiración

3. La transformación de BBVA

4. Claves de resultados

Nuestro propósito

Poner al alcance de todos las oportunidades de esta nueva era

Alineado con nuestra visión de futuro

- ✓ Ayudar a nuestros clientes a cumplir sus objetivos vitales
- ✓ Ser más que un banco, un motor de oportunidades

- > Nuestro propósito
- > Prioridades estratégicas
- > Avanzando en nuestra transformación

Teniendo un impacto positivo en la vida de las personas y en los negocios de las empresas

- 1. Acerca del Grupo
- 2. Visión y aspiración
- 3. La transformación de BBVA**
- 4. Claves de resultados

Prioridades estratégicas

Para ayudarnos en este viaje, hemos definido seis **prioridades estratégicas** para el Grupo

1 

La mejor experiencia de cliente

2 


Impulso de ventas digitales

3 


Nuevos modelos de negocio

4 

Optimización de la asignación de capital

5 

Liderazgo en eficiencia

6 

El mejor equipo

- > Nuestro propósito
- > **Prioridades estratégicas**
- > Avanzando en nuestra transformación

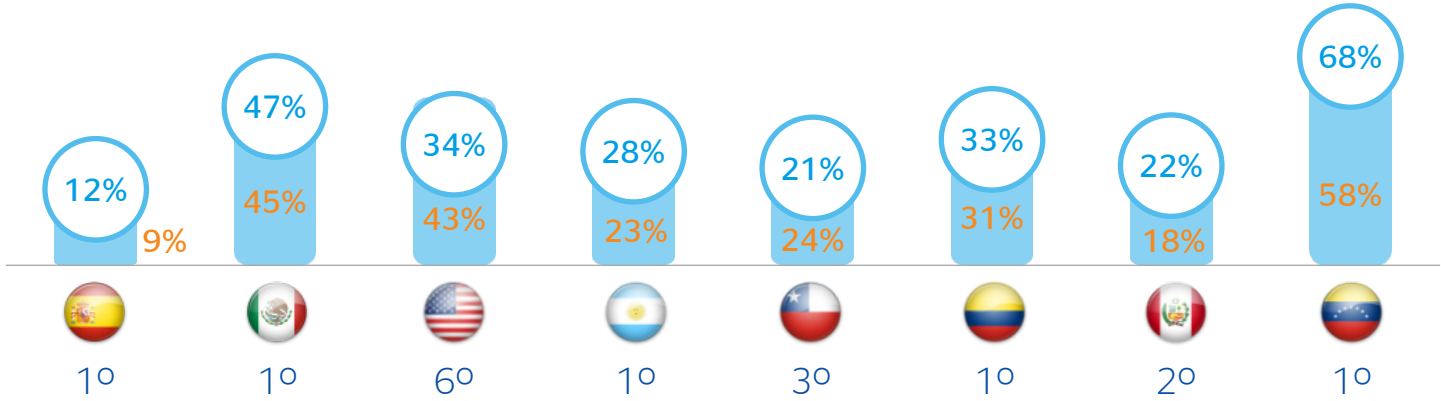
Foco en ofrecer la mejor experiencia de cliente

- 1. Acerca del Grupo
- 2. Visión y aspiración
- 3. La transformación de BBVA
- 4. Claves de resultados

Un modelo de negocio orientado al cliente que ofrece un servicio diferencial con un objetivo muy ambicioso

“ Ser **líderes en satisfacción** de la clientela en todas las geografías en las que operamos ”

NPS (Net Promoter Score) - Jun16
BBVA - **Media Peers**



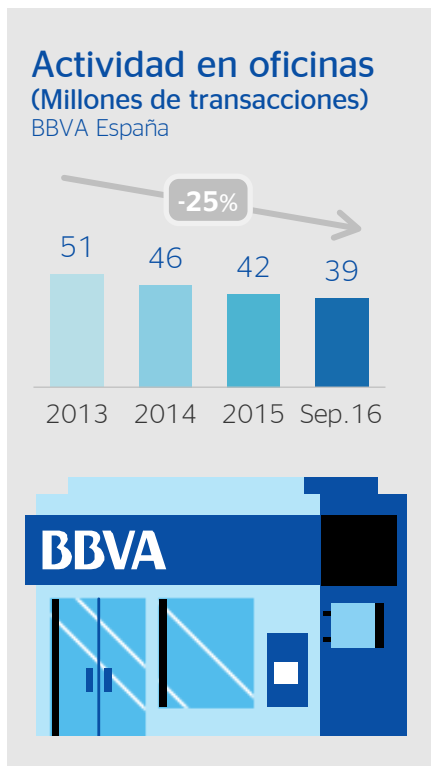
- > Nuestro propósito
- > Prioridades estratégicas
- > **Avanzando en nuestra transformación**

Grupo Peer: España: Santander, CaixaBank, Bankia, Sabadell, Popular/ EEUU: Bank of America, Bank of the West, Comerica, Frost, Chase, Regions, US Bank, Wells Fargo // México: Banamex, Santander, Banorte, HSBC // Perú: BCP, Interbank, Scotiabank // Argentina: Banco Galicia, HSBC, Santander Rio // Colombia: Bancolombia, Davivienda, Banco de Bogotá // Chile: BCI, Banco de Chile, Santander // Venezuela: Banesco, Mercantil, Banco de Venezuela.

Perú: datos a diciembre 2015.

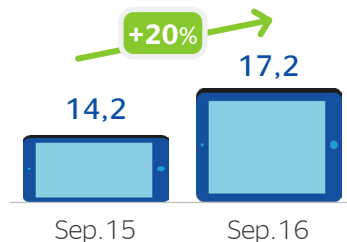
Modelo de relación

- 1. Acerca del Grupo
- 2. Visión y aspiración
- 3. La transformación de BBVA**
- 4. Claves de resultados

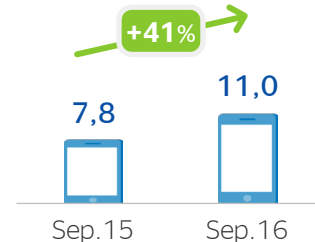


“ Estamos evolucionando **nuestro modelo de relación** para adaptarlo al perfil multicanal del cliente ”

Cientes digitales*
(Millones) - Grupo BBVA



Cientes móviles*
(Millones) - Grupo BBVA



- > Nuestro propósito
- > Prioridades estratégicas
- > Avanzando en nuestra transformación

(*) España , Turquía, Argentina, Chile, Colombia, Venezuela, Paraguay y Uruguay: datos a agosto de 2016. Perú: datos a julio de 2016.

- 1. Acerca del Grupo
- 2. Visión y aspiración
- 3. La transformación de BBVA
- 4. Claves de resultados

Ventas y productos digitales

“Estamos desarrollando **una oferta digital de productos y servicios**, para que los clientes puedan utilizar el **canal de su conveniencia**”

Plan de digitalización de productos

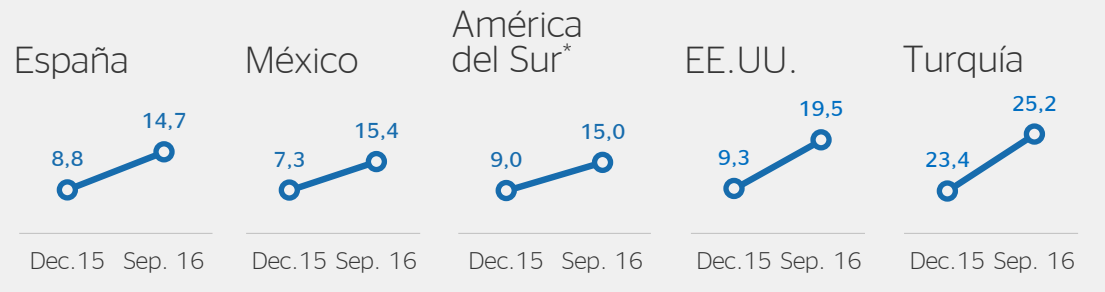


➤ **Digitalización de productos tradicionales:**
hipotecas, seguros auto, financiación recibos, préstamos one-click...

➤ **Lanzamiento de productos nativos:**
Wallet, Link, Wibe...

Impulso de las ventas por canales digitales

% de ventas digitales acumuladas, # de transacciones



(*) Datos de Uruguay a septiembre no actualizados (se tienen en cuenta datos a agosto).

- > Nuestro propósito
- > Prioridades estratégicas
- > Avanzando en nuestra transformación

Nuevos modelos de negocio

“ Apalancándonos en el **ecosistema fintech** para desarrollar nuestra propuesta de valor ”

- 1. Acerca del Grupo
- 2. Visión y aspiración
- 3. La transformación de BBVA
- 4. Claves de resultados

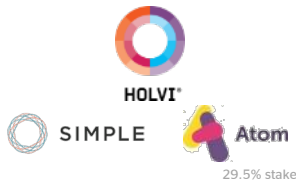
Incubación interna



Alianzas estratégicas



Adquisiciones

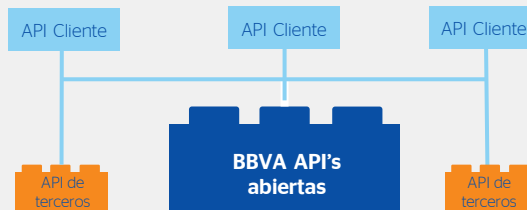


Inversiones (capital riesgo)*



Open Platform

Permitir nuevos desarrollos combinando APIs de BBVA, la tecnología del cliente y piezas de terceros



BBVA está liderando la modularización de las finanzas

www.bbvaapimarket.com

(*) DriveMotors, Civi, Hippo, Guideline, Brave e Hixme son inversiones realizadas por Propel Venture Partners US Fund I, LP, fondo fintech de venture capital gestionado independientemente por Propel Venture Partners LLC, donde BBVA Compass Bancshares Inc. es un socio limitado.

- > Nuestro propósito
- > Prioridades estratégicas
- > Avanzando en nuestra transformación

- 1. Acerca del Grupo
- 2. Visión y aspiración
- 3. La transformación de BBVA**
- 4. Claves de resultados

La tecnología como palanca

En 2007 comenzamos nuestro proceso de transformación

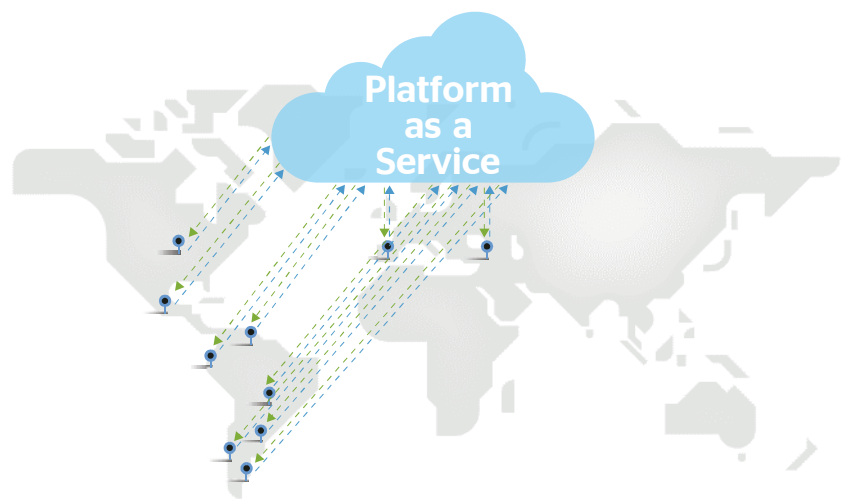
Hemos estado trabajando en nuestras plataformas



Middleware / Servicios

Back-office o core banking System

Y nos estamos adaptando a los nuevos paradigmas de desarrollo



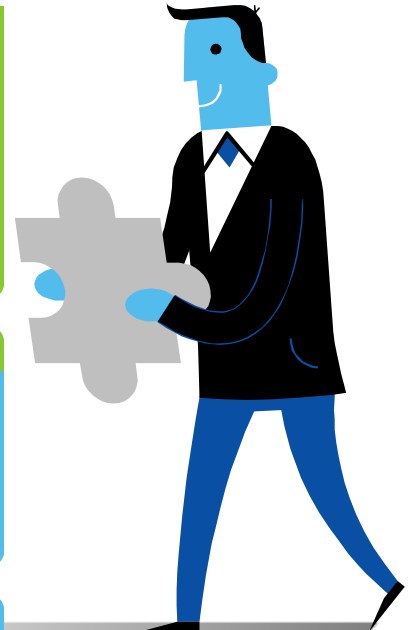
Poniendo la tecnología al servicio del cliente

- > Nuestro propósito
- > Prioridades estratégicas
- > Avanzando en nuestra transformación

- 1. Acerca del Grupo
- 2. Visión y aspiración
- 3. La transformación de BBVA
- 4. Claves de resultados

Cambio cultural

“Estamos transformando la organización internamente, impulsando una **nueva cultura**”



- > Nuestro propósito
- > Prioridades estratégicas
- > Avanzando en nuestra transformación

1. Acerca del Grupo
2. Visión y aspiración
3. La transformación de BBVA
4. Claves de resultados



“ En BBVA estamos acelerando nuestra transformación para ser un **mejor banco para nuestros clientes** ”

- > Nuestro propósito
- > Prioridades estratégicas
- > Avanzando en nuestra transformación

1. Acerca del Grupo
2. Visión y aspiración
3. La transformación de BBVA
4. Claves de resultados

4. Claves de resultados

- > Aspectos destacados
- > Áreas de negocio



3T16

Aspectos destacados 3T16

1. Acerca del Grupo

2. Visión y aspiración





3. La transformación de BBVA

4. Claves de resultados

> Aspectos destacados

> Áreas de negocio

3T16

<p>Margen bruto</p>	<p>Margen neto Trabajo continuo en control de costes y mejora en eficiencia</p>		<p>Coste de riesgo y saneamientos crediticios + inmobiliarios Mejora en el coste de riesgo</p>
<p>3T16 6.198M€ +3,6% vs. 3T15 +12,7% € constantes</p> <p>9M16 18.431 M€ +5,1% vs. 9M15 +16,2% € constantes</p>	<p>3T16 2.982 M€ +11,5% vs. 3T15 € constantes +23,3%</p> <p>9M16 8.882 M€ +4,4% vs. 9M15 € constantes +17,7%</p>		<p>Coste de riesgo acumulado 0,9%</p> <p>Pérdidas por deterioro de activos financieros e inmobiliarios 3T16 1.085 M€</p> 
<p>Riesgos Mejora en los indicadores de riesgo</p> <p>Tasa de mora 5,1 %</p> <p>Tasa de cobertura 72%</p> 	<p>Resultado atribuido</p> <p>3T16 965 M€ Sin operaciones corporativas +23,1% vs. 3T15 +37,4% € constantes</p> <p>9M16 2.797 M€ Sin operaciones corporativas +64,3% vs. 9M15 -0,6% vs. 9M15 +15,0% € constantes</p> <p>Sólidos resultados trimestrales, resistencia en ingresos</p> <p>Provisiones de reestructuración adicionales para mejorar la eficiencia compensadas con mayor ROF</p> 		<p>Capital Sólidos ratios de capital</p> <p>Ratio de apalancamiento 6,6% Fully-loaded</p> <p>Ratio CET1 11,00 % Fully-loaded</p> <p>12,26 % Phased-in</p> 

Aspectos destacados 9M16

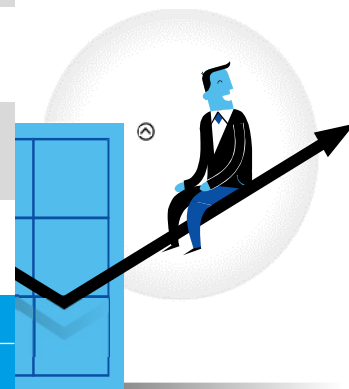
1. Acerca del Grupo

2. Visión y aspiración

3. La transformación de BBVA

4. Claves de resultados

Grupo BBVA (M€)	9M16	Variación 9M16/9M15	
		%	% constantes
Margen de intereses	12.674	5,5	18,1
Comisiones	3.557	3,3	12,5
Resultado de operaciones financieras	1.753	12,5	24,3
Otros ingresos netos	446	-14,8	-20,3
Margen bruto	18.431	5,1	16,2
Gastos de explotación	-9.549	5,8	14,8
Margen neto	8.882	4,4	17,7
Pérdidas por deterioro de activos financieros	-3.114	-5,1	3,7
Dotaciones a provisiones y otros resultados	-661	-25,8	-21,8
Beneficio antes de impuestos	5.107	17,8	38,2
Beneficio ex operaciones corporativas	3.722	15,4	33,2
Resultado de operaciones corporativas	0	n.s.	n.s.
Resultado atribuido a la minoría	-925	n.s.	n.s.
Beneficio atribuido al Grupo	2.797	64,3	n.s.
Beneficio atribuido al Grupo (ex operaciones corporativas)	2.797	-0,6	15,0



> Aspectos destacados

> Áreas de negocio

Áreas de negocio - Resultados 9M16

1. Acerca del Grupo

2. Visión y aspiración

3. La transformación de BBVA

4. Claves de resultados

España Actividad bancaria



Resultado atribuido

936 M€

-5,2% vs. 9M15

Tasa de mora

5,9%

Tasa de cobertura

68%

- ⌚ Margen de intereses impactado por menor actividad y menor contribución COAP
- ⌚ Tendencia negativa en comisiones
- ⌚ Integración CX finalizada con éxito en septiembre: 200M€ de sinergias
- ⌚ Descenso significativo en provisiones

España Actividad inmobiliaria



Resultado atribuido

-315 M€

-24,4% vs. 9M15

Exposición neta

-13,7%

vs. Sep.15

- ⌚ Tendencias positivas en el mercado
- ⌚ Menor impacto negativo en la cuenta
- ⌚ Continúa la reducción de la exposición neta

EE.UU € constantes



Resultado atribuido

298 M€

-24,3% vs. 9M15

Tasa de mora

1,7%

Tasa de cobertura

87%

- ⌚ Crecimiento del margen de intereses debido a la mejora del diferencial
- ⌚ Incremento de las comisiones en el trimestre por CIB
- ⌚ Foco de la gestión en control de costes
- ⌚ Evolución positiva de las provisiones

> Aspectos destacados

> Áreas de negocio

Áreas de negocio - Resultados 9M16

1. Acerca del Grupo

2. Visión y aspiración

3. La transformación de BBVA

4. Claves de resultados

Turquía € constantes

Resultado atribuido¹

464 M€

+45,7% vs. 9M15

Tasa de mora

2,9%

Tasa de cobertura

125%

- ⌚ Crecimiento del margen de intereses debido a la gestión de los precios y a la actividad
- ⌚ Sólido crecimiento de los ingresos
- ⌚ Crecimiento costes por debajo de la inflación
- ⌚ Sólidos indicadores de calidad de activos

México € constantes



Resultado atribuido

1.441 M€

+11,4% vs. 9M15

Tasa de mora

2,5%

Tasa de cobertura

122%

- ⌚ Crecimiento a doble dígito de la actividad a pesar de cierta ralentización
- ⌚ Crecimiento de ingresos recurrentes a doble dígito que se traslada hasta el atribuido
- ⌚ Buen año en comisiones apoyadas por tarjetas y gestión de efectivo
- ⌚ Mandíbulas positivas

América del Sur € constantes



Resultado atribuido

576 M€

+2,2% vs. 9M15

Tasa de mora

2,8%

Tasa de cobertura

110%

- ⌚ Actividad hacia niveles más sostenibles
- ⌚ Crecimiento a doble dígito de ingresos
- ⌚ Exposición a economías hiperinflacionarias

> Aspectos destacados

> Áreas de negocio

Áreas de negocio – Resultados 9M16

Corporate & Investment Banking

1. Acerca del Grupo

2. Visión y aspiración

3. La transformación de BBVA

4. Claves de resultados

Actividad

(€ constantes, % variación intertrimestral)

Inversión crediticia (neta)

56 Bn € -0,8%

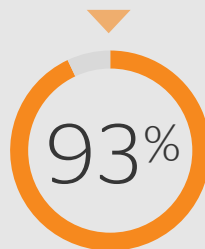
Depósitos a la clientela

42 Bn € -18,1%

Ingresos con clientes

(€ constantes, % TAM)

1.808 M€ +5%



Negocio Mayorista Recurrente¹
% de ingresos procedente de relación con clientes

Resultados

(€ constantes, % TAM)

Margen bruto

1.940 M€ -5,9%

Margen neto

1.192 M€ -11,3%

Resultado atribuido

561 M€ -31,1%

- ⌚ Caída de los depósitos a la clientela, especialmente en Europa, como consecuencia de la gestión de precios
- ⌚ Elevada recurrencia de nuestro negocio con clientes
- ⌚ Deterioro del entorno que se traslada a una caída de resultados en línea con la del sector

(1) Ingresos con clientes / Margen bruto.

> Aspectos destacados

> Áreas de negocio

The image shows a tall, modern glass skyscraper with the BBVA logo prominently displayed on its upper facade. The building is set against a clear blue sky. To the right, another building with a grid of windows is partially visible. A white rectangular overlay is positioned in the lower right quadrant of the image, containing the BBVA logo and the text 'Grupo BBVA' and 'Tercer Trimestre 2016'. A blue bar at the bottom right corner contains the word 'ARGENTINA'.The BBVA logo, consisting of the letters 'BBVA' in a bold, blue, sans-serif font. To the left of the text is a vertical bar composed of four horizontal segments in shades of blue, from dark to light.

Grupo BBVA

Tercer Trimestre 2016

ARGENTINA