

BBVA

Creando Oportunidades

Grupo BBVA

1T19

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 cualquier a 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. Ninguna persona que pueda tener conocimiento de la información contenida en este informe puede considerarla definitiva y 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 o incorporan diversas asunciones y proyecciones, incluyendo proyecciones en relación con los ingresos futuros del negocio. La información contenida en este documento se fundamenta en nuestras actuales proyecciones, si bien los resultados reales pueden verse sustancialmente modificados en el futuro por determinados riesgos e incertidumbres y otros factores 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 causar o acarrear situaciones reales distintas de la información y las intenciones expuestas, proyectadas, o pronosticadas en este documento o 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 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.

“ Poner al alcance de todos las oportunidades de esta nueva era ”

PRESENCIA GLOBAL BBVA

MARZO 2019



PRINCIPALES MAGNITUDES FINANCIERAS

MARZO 2019

Total activos	Créditos a la clientela - bruto	Depósitos de la clientela
691.200	393.321	378.527
 Beneficio atribuido 1T19	Tasa de mora	Tasa de cobertura
1.164	3,9%	74%
CET 1 FL	TBV por acción + remuneración al accionista	ROE
11,35%	6,20	9,9%
	ROTE	
	11,9%	

CLIENTES & VENTAS DIGITALES

MARZO 2019

CLIENTES

75,7 millones

 Clientes
digitales

28,4 m

 Clientes
móviles

24,4 m

VENTAS DIGITALES

PRV*
43%Unidades
57%

DESARROLLO SOSTENIBLE Y CONTRIBUCIÓN DIRECTA A LA SOCIEDAD

Compromiso 2025 BBVA



100.000 M€

MOVILIZADOS entre 2018 y 2025

Destinados a programas sociales

104,5 M€

BBVA Open Talent 2017

 Fundación
BBVA MicroFinanzas

 BBVA

 Fundación
BBVA

 Open Mind

(*) PRV: Product Relative Value es un proxy utilizado para la representación económica de la venta de unidades

BBVA

Creando Oportunidades

Propósito BBVA

PROPÓSITO BBVA

Somos BBVA. Somos creadores de oportunidades

NUESTRO PROPÓSITO

“ Poner al alcance de todos las oportunidades de esta nueva era ”

BBVA

Creando Oportunidades

SEIS PRIORIDADES ESTRATÉGICAS

-  La mejor experiencia de cliente
-  Ventas digitales
-  Nuevos modelos de negocio
-  Optimización de la asignación de capital
-  Liderazgo en eficiencia
-  El mejor equipo

PROPÓSITO BBVA

Nueva propuesta de valor

Centrada en las necesidades reales de nuestros clientes



Ayudar a nuestros clientes
a tomar las mejores decisiones
financieras proporcionando
asesoramiento relevante



Proporcionar
las mejores soluciones
que generen confianza a
nuestros clientes, de
forma que sean claras,
transparentes e íntegras

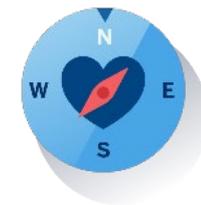


A través de
una experiencia fácil
y conveniente
(DIY) a través de canales
digitales o mediante la
interacción humana

Nuestra aspiración es afianzar la relación con el cliente

PROPÓSITO BBVA

Nuestros Valores



El cliente es lo primero

 Somos empáticos

 Somos íntegros

 Solucionamos sus necesidades



Pensamos **en grande**

 Somos ambiciosos

 Rompemos moldes

 Sorprendemos al cliente



Somos **un solo equipo**

 Estoy comprometido

 Confío en el otro

 Soy BBVA

Actualización Trimestral

ACTUALIZACIÓN TRIMESTRAL

Sólidos resultados en un entorno complejo

BENEFICIO ATRIBUIDO (M€)



- Crecimiento de ingresos recurrentes
- Destacada evolución del margen neto y eficiencia
- Fortalecimiento de los indicadores de riesgo
- Sólida posición de capital
- Foco en la creación de valor para el accionista
- Excelente tendencia de ventas y clientes digitales

Nota: Para una mejor comprensión del rendimiento financiero del Grupo BBVA, a lo largo de la presentación institucional de 1T19: 1) Las cifras de 1T18 y 2T18 excluyen BBVA Chile (venta formalizada el 6 de julio); 2) El impacto por hiperinflación registrado en Argentina en 3T18 ha sido distribuido mensualmente en los 9 primeros meses de 2018.

ACTUALIZACIÓN TRIMESTRAL

Cuenta de resultados 1T19

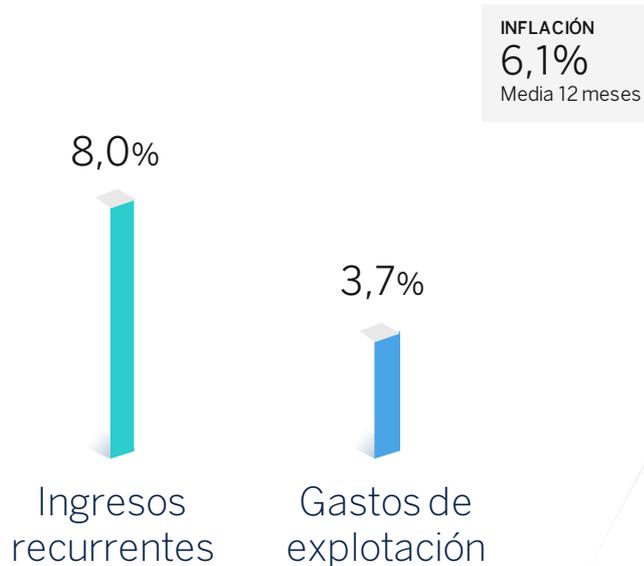
Grupo BBVA (M€)	1T19	Variación 1T19/1T18	
		%	% constantes
Margen de intereses	4.420	5,8	9,5
Comisiones	1.214	-0,6	2,6
Resultados de operaciones financieras	426	8,7	13,5
Otros ingresos netos	8	-90,8	-89,6
Margen bruto	6.069	3,3	7,0
Gastos de explotación	-2.922	0,7	3,7
Margen neto	3.147	5,8	10,2
Pérdidas por deterioro de activos financieros	-1.023	28,5	31,4
Dotaciones a provisiones y otros resultados	-166	176,4	172,5
Beneficio antes de impuestos	1.957	-7,6	-2,9
Impuesto sobre beneficios	-559	-7,7	-4,0
Resultado atribuido a la minoría	-234	-6,5	20,9
Beneficio atribuido al Grupo	1.164	-7,7	-6,0

ACTUALIZACIÓN TRIMESTRAL

Mandíbulas positivas y mejora en eficiencia

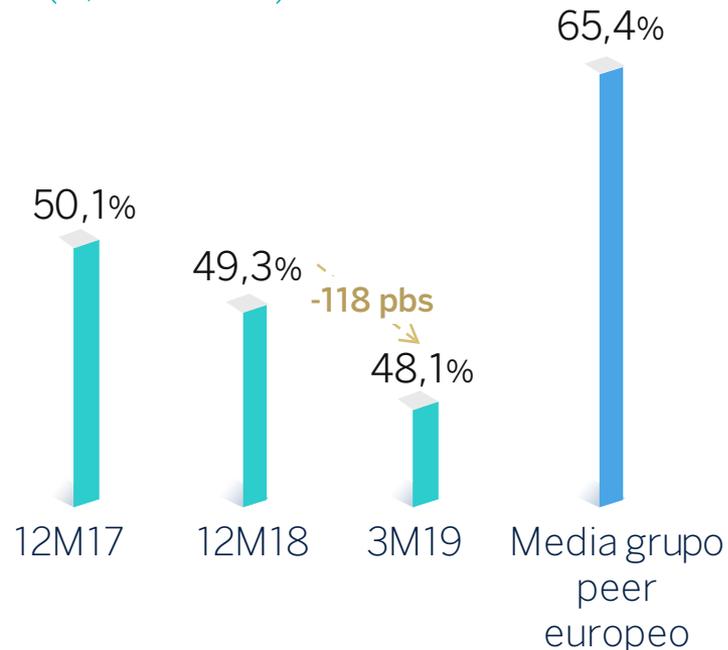
MANDÍBULAS GRUPO

(Acum. (%); (€ constantes))



RATIO DE EFICIENCIA

(%; € constantes)

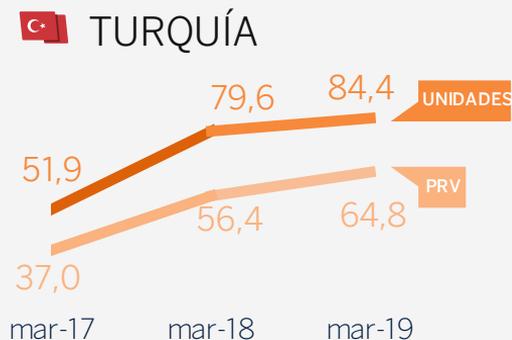
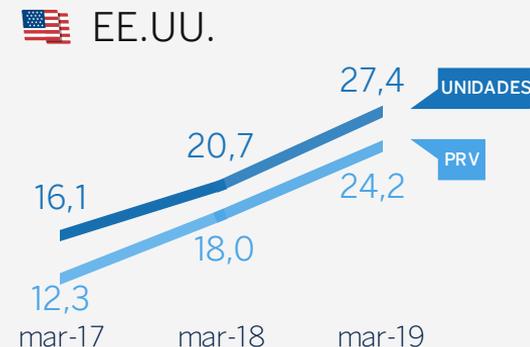
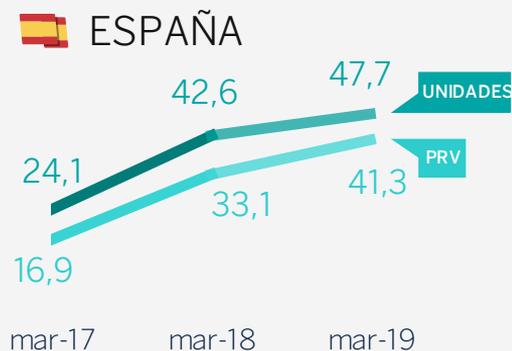


Grupo peer europeo: BARC, BNPP, CASA, CS, CMZ, DB, HSBC, ISP, LBG, RBS, SAN, SG, UBS, UCG. Datos de grupo peer europeo a dic-18. Datos de BBVA a mar-19.

ACTUALIZACIÓN TRIMESTRAL

Ventas digitales: tendencia destacada en todas las geografías

(% de ventas totales acum., # de transacciones y PRV*)



Los datos han sido restateados debido a la inclusión de productos adicionales

(*) Product Relative Value es un proxy utilizado para la representación económica de la venta de unidades

Los datos de Grupo y América del Sur excluyen Venezuela y Chile

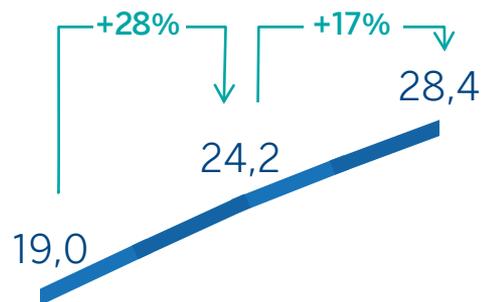
ACTUALIZACIÓN TRIMESTRAL

El crecimiento en clientes digitales y móviles está generando una excelente tendencia en ventas digitales



CLIENTES DIGITALES

(M, % crecimiento)



mar-17

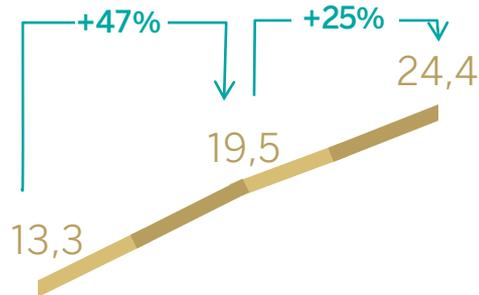
mar-18

mar-19

PENETRACIÓN
38%PENETRACIÓN
46%PENETRACIÓN
53%

CLIENTES MÓVILES

(M, % crecimiento)



mar-17

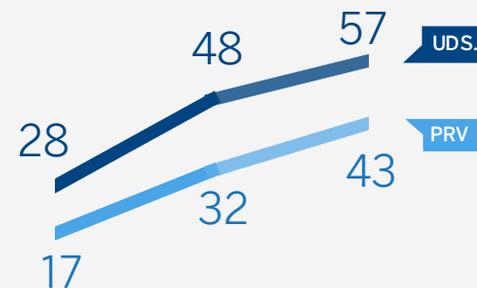
mar-18

mar-19

PENETRACIÓN
27%PENETRACIÓN
37%PENETRACIÓN
45%

VENTAS DIGITALES

(% de ventas totales acum., # de transacciones y PRV*)



mar-17

mar-18

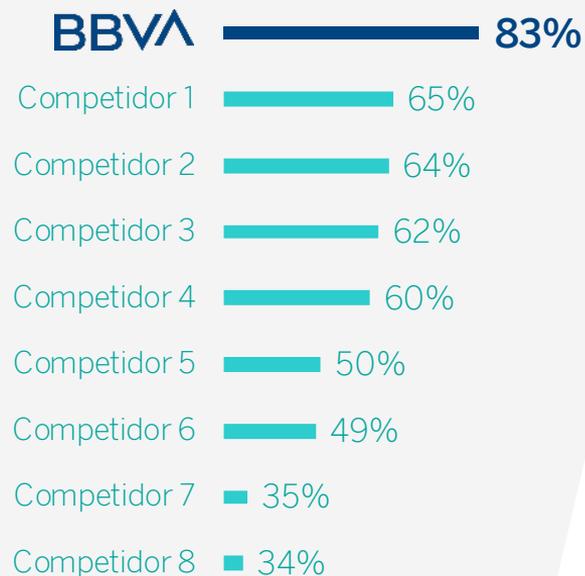
mar-19

Las cifras han sido reformuladas debido a la inclusión de algunos productos (soluciones relacionadas con financiación de tarjetas de crédito y FX).

(*) PRV: *Product Relative Value* es un proxy utilizado para la representación económica de la venta de unidades.

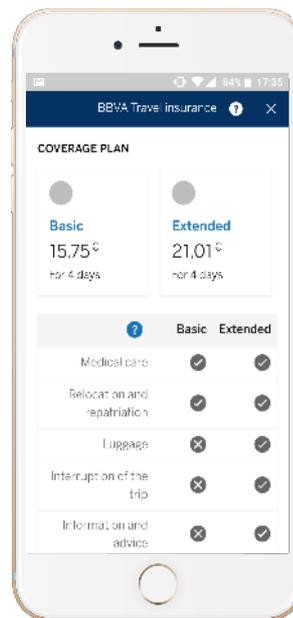
Diferenciación a través de la digitalización

DISPONIBILIDAD DE PRODUCTOS A TRAVÉS DE LA APP

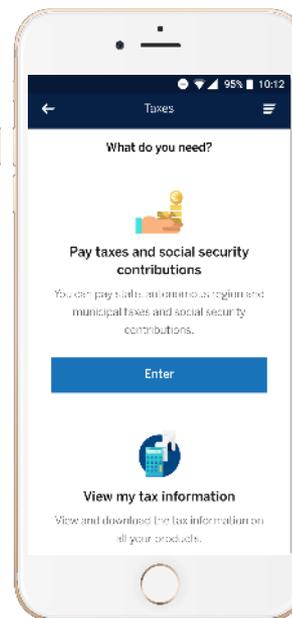


SOLUCIONES OFRECIDAS EN NUESTRA APP

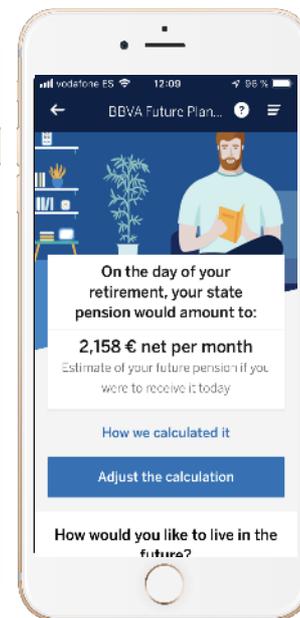
VENTAS



SERVICIOS



ASESORAMIENTO



Nuevos modelos de negocio

Apalancándonos en el ecosistema FinTech para desarrollar nuestra propuesta de valor



Actualización Trimestral

Áreas de negocio

Atractiva diversificación geográfica con buenas perspectivas de crecimiento

APERTURA POR ÁREA DE NEGOCIO

TOTAL ACTIVOS¹

Mar.19



MARGEN BRUTO²

1T19



(1) Excluye el Centro Corporativo
(2) El porcentaje excluye el Centro Corporativo (1T19 Margen Bruto: €-107Mn)

BUENAS PERSPECTIVAS DE CRECIMIENTO

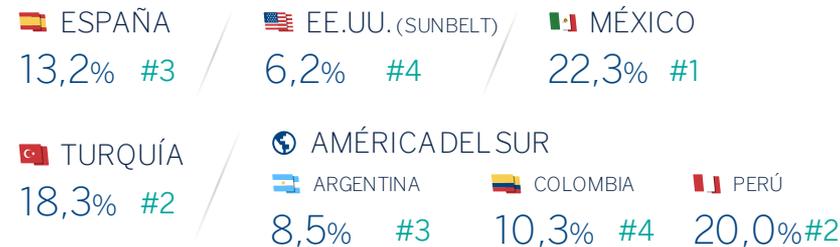
Crecimiento del PIB (interanual, %)



Fuente: BBVA Research . Crecimiento del PIB en los países donde BBVA está presente, ponderado en base a la contribución de cada geografía al margen bruto del Grupo BBVA

FRANQUICIAS LÍDERES

Cuota de Mercado (en %) y ranking³



(3) Cuota de mercado en base a préstamos, a excepción de EEUU. (Depósitos); En España en base a la información de BdE (Feb.19) y el ranking (Dic.18) según AEB y CECA; México, información a Feb.19 (CNBV); América del Sur (Feb.19 Argentina & Peru, Ene.19 para Colombia). Considerando en el ranking los principales competidores en cada país; EEUU: a partir de información de SNL (Jun.18) considerando Texas y Alabama; Turquía: BRSA (préstamos, excluyendo dudosos) sólo considerando bancos privados (Mar.19)

Áreas de negocio

España

RESULTADO ATRIBUIDO (1T19)

345 M€ -14,7% vs. 1T18

TASA DE MORA

4,95%
vs. 6,58% 1T18

TASA DE COBERTURA

57,8%
vs. 58,6% 1T18

- Crecimiento de la inversión
- Mejora del diferencial de la clientela
- Margen de intereses: buena actividad en empresas
- Continua reducción de los costes
- Mejora continua de la calidad crediticia

EE.UU. € constantes

RESULTADO ATRIBUIDO (1T19)

127 M€ -39,8% vs. 1T18

TASA DE MORA

1,40%
vs. 1,17% 1T18

TASA DE COBERTURA

84,9%
vs. 98,1% 1T18

- Inversión: crecimiento de préstamos a dígito medio
- Margen de intereses: crecimiento a dígito alto
- Ensanchamiento de las mandíbulas operativas
- Aumento del coste del riesgo debido al impacto macro negativo de la NIIF9

México € constantes

RESULTADO ATRIBUIDO (1T19)

627 M€ +4,7% vs. 1T18

TASA DE MORA

2,04%
vs. 2,13% 1T18

TASA DE COBERTURA

158,7%
vs. 153,3% 1T18

- Margen de intereses: principal palanca de la cuenta de resultados
- Crecimiento de la inversión a dígito alto en términos anuales impulsado por la cartera de empresas, consumo e hipotecas
- Mandíbulas positivas: costes impactados por una mayor aportación a la Fundación BBVA
- Sólida calidad crediticia

Áreas de negocio

Turquía € constantes

RESULTADO ATRIBUIDO (1T19)

142 M€ -7,7% vs. 1T18

TASA DE MORA

5,75%
vs. 3,73% 1T18

TASA DE COBERTURA

77,6%
vs. 85,8% 1T18

- **Resultado mejor de lo esperado:** fuerte crecimiento trimestral
- **Inversión:** crecimiento a un dígito medio de los préstamos en Liras. Descenso préstamos en ME
- Fuerte recuperación del **diferencial de la clientela**
- **Fuerte crecimiento de las comisiones**
- **Calidad crediticia:** mejor de lo esperado

América del Sur € constantes

RESULTADO ATRIBUIDO (1T19)

193 M€ +86,5% vs. 1T18

TASA DE MORA

 5,76%
vs. 5,55% 1T18

 4,00%
vs. 3,99% 1T18

 2,19%
vs. 0,80% 1T18

- **Colombia:** buen comportamiento del margen neto apoyado en ROF y manteniendo los gastos planos
- **Perú:** mix más rentable que impacta en el margen de intereses
- **Argentina:** mejora del Beneficio Atribuido apoyado en el Margen de Intereses y el impacto positivo de la venta de la participación en Prisma

CIB - 1T19 Resultados

Actividad

(€ constantes, % Acum.)

INVERSIÓN CREDITICIA BRUTA

60 Bn€ +2,5%

TOTAL RECURSOS DE CLIENTES

37 Bn€ -8,9%

Ingresos con clientes

(€ constantes, % TAM)

667 M€ +5%



Negocio mayorista recurrente¹

% de ingresos procedente de relación con clientes

Resultados

(€ constantes, % TAM)

MARGEN BRUTO

737 M€ -0,9%

MARGEN NETO

475 M€ -1,6%

RESULTADO ATRIBUIDO

230 M€ -23,6%

- Incremento en inversión principalmente en Eurasia
- Niveles de ingresos de clientes ligeramente superiores gracias a la evolución del negocio transaccional
- Resultado atribuido afectado por la evolución de saneamientos. Recurrencia en ingresos apoyada en la diversificación de producto y geografías, y foco en la gestión de gastos discrecionales

(1): Ingresos con clientes / Margen bruto

BBVA

Creando Oportunidades

Anexo

ANEXO

BBVA ha desarrollado un fuerte proceso de expansión desde 1995

Cuenta con más de 160 años de historia

- **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 (México)
- **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 (China)
- **2009** Guaranty Bank (EE.UU.)
- **2010** Nueva ampliación del acuerdo con CITIC (China)
Turkiye Garanti Bankasi (Turquía)
- **2011** Ampliación acuerdo con Forum Servicios Financieros (Chile)
Credit Uruguay (Uruguay)
- **2012** Desinversión (Puerto Rico)
Unnim Banc (España)
- **2013** Desinversión (Panamá)
Desinversión en el negocio (Latinoamérica)
Venta del 5,1% de CNCB (China)
- **2014** Simple (EE.UU.)
- **2015** Venta a CNCB participación en CIFH (China)
Venta del 4,9% de CNCB (China)
Catalunya Banc (España)
Ampliación de participación Turkiye Garanti Bankasi (Turquía)
Adquisición 29,5% de Atom (Reino Unido)
- **2016** Holvi (Finlandia)
Venta del 1,12% CNCB (China)
Venta de GarantiBank Moscow AO (Moscú)
OpenPay (México)
- **2017** Venta de CNCB (China)
Ampliación participación Turkiye Garanti Bankasi del 9,95% (Turquía)
Acuerdo con grupo Cerberus para traspaso del negocio inmobiliario (España)
- **2018** Venta de la participación en BBVA Chile a The Bank of Nova Scotia (Chile)

ANEXO

Organigrama



Chief Executive Officer
Onur Genç



GROUP EXECUTIVE CHAIRMAN
Carlos Torres Vila

BUSINESS UNITS



Corporate & Investment Banking
Luisa Gómez Bravo



Country Monitoring¹
Jorge Sáenz-Azcúnaga



Country Manager España
Cristina de Parias



Country Manager México
Eduardo Osuna



Country Manager Estados Unidos
Javier Rodríguez Soler



Country Manager Turquía
Fuat Erbil

GLOBAL FUNCTIONS



Client Solutions
David Puente



Finance & Accounting
Jaime Sáenz de Tejada



Global Risk Management
Rafael Salinas

TRANSFORMATION



Engineering & Organization
Ricardo Forcano



Talent & Culture
Carlos Casas



Data
Ricardo Martín

STRATEGY



Global Economics & Public
Affairs
José Manuel González-Páramo



Senior Advisor to the Chairman
Juan Asúa



Strategy & M&A
Victoria del Castillo



Communications
Paul G. Tobin

LEGAL AND CONTROL



Legal
María Jesús Arribas



General Secretary
Domingo Armengol



Supervisors, Regulation
& Compliance²
Eduardo Arbizu



Internal Audit²
Joaquín Gortari

(1) Canal de reporte al consejero delegado para Argentina, Colombia, Perú, Venezuela, Uruguay y Paraguay, así como seguimiento de todos los países, incluidos España, México, Estados Unidos y Turquía

(2) Reporte directo al Consejo de Administración a través de las correspondientes comisiones

The image features the BBVA logo in white, centered on a dark blue background. A diagonal line splits the background from the top-left to the bottom-right, with a lighter teal gradient on the upper-left side and a darker blue on the lower-right side. The logo consists of the letters 'BBVA' in a bold, sans-serif font, with the 'A' having a unique, angular design.

BBVA