

BBVA

Creando Oportunidades

Grupo BBVA

3T19

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. 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 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.

NUESTRO PROPÓSITO

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

PRESENCIA GLOBAL BBVA

SEPTIEMBRE 2019



PRINCIPALES MAGNITUDES FINANCIERAS

SEPTIEMBRE 2019

Total activos

709.017 M€

Créditos a la clientela -
bruto

391.273 M€

Depósitos de la
clientela

379.333 M€



Beneficio atribuido 3T19

1.225 M€

Tasa de mora

3,9%

Tasa de cobertura

75%

CET 1 FL

11,56%

TBV por acción
+ remuneración
al accionista

6,51 €

ROE

10,1%

ROTE

12,2%

CLIENTES & VENTAS DIGITALES

SEPTIEMBRE 2019

CLIENTES

77,3 M

Clientes
digitales

31,0 M

Clientes
móviles

27,6 M



VENTAS DIGITALES

PRV*

44,8%

Unidades

58,9%

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

Fundación
BBVA MicroFinanzas

Fundación
BBVA

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

Nuestro propósito

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

Creando oportunidades para todos nuestros **Stakeholders**

- Promoviendo una **Sociedad** más sostenible e inclusiva
- Ayudando a nuestros **Clientes** a alcanzar sus objetivos de vida y de negocio
- Involucrando a nuestros **Empleados** en una organización más inclusiva y ágil
- Creando valor para nuestros **Accionistas**

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

BBVA

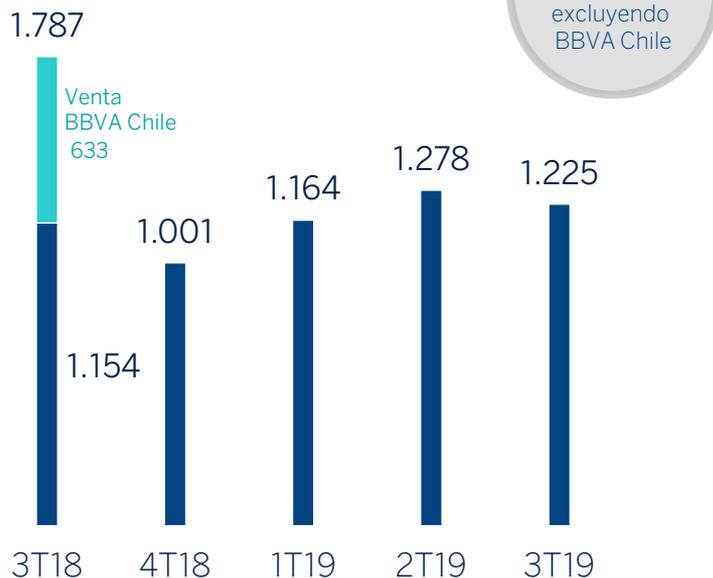
Creando Oportunidades

Actualización Trimestral

ACTUALIZACIÓN TRIMESTRAL

Sólidos resultados en un entorno complejo

BENEFICIO ATRIBUIDO (M€)



Nota: El impacto por hiperinflación registrado en Argentina en 3T18 ha sido distribuido mensualmente en los 9 primeros meses de 2018, afectando a las cuentas de resultados y balances de situación de 1T18, 2T18 y 3T18. Los datos de 3T18 incluyen el beneficio atribuido de BBVA Chile (venta formalizada el 6 de julio).

- Sólido crecimiento de ingresos recurrentes
- Excelente evolución del margen neto y la eficiencia
- Fortaleza de los indicadores de riesgo
- Sólida posición de capital
- Extraordinaria creación de valor para el accionista
- A la vanguardia en transformación digital

ACTUALIZACIÓN TRIMESTRAL

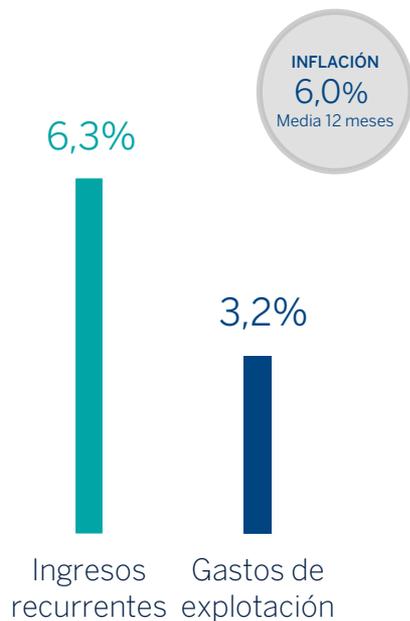
Cuenta de resultados 9M19

Grupo BBVA (M€)	9M19	Variación 9M19/9M18	
		%	% constantes
Margen de intereses	13.475	6,3	7,1
Comisiones	3.743	3,4	3,8
Resultados de operaciones financieras	893	2,6	3,9
Otros ingresos netos	13	-90,2	-89,7
Margen bruto	18.124	4,8	5,5
Gastos de explotación	-8.820	2,9	3,2
Margen neto	9.304	6,6	7,9
Pérdidas por deterioro de activos financieros	-2.964	14,5	16,2
Dotaciones a provisiones y otros resultados	-402	68,9	72,7
Beneficio antes de impuestos	5.938	0,7	1,7
Impuesto sobre beneficios	-1.623	0,2	0,4
Resultado atribuido a la minoría	-648	-0,7	12,4
Beneficio atribuido al Grupo ex-BBVA Chile	3.667	1,2	0,5

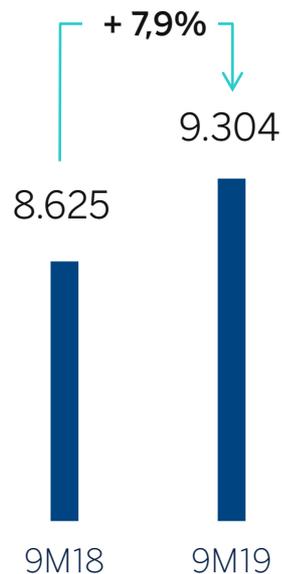
ACTUALIZACIÓN TRIMESTRAL

Excelente evolución del margen neto y la eficiencia

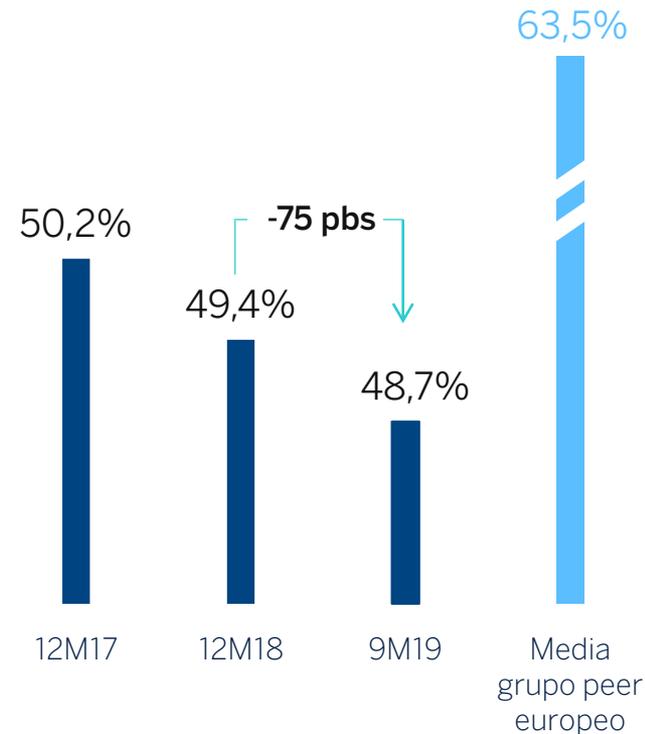
MANDÍBULAS GRUPO (9M TAM (%); (€ CONSTANTES))



MARGEN NETO GRUPO (TAM (%); (M € CONSTANTES))



RATIO DE EFICIENCIA (%; € CONSTANTES)



ACTUALIZACIÓN TRIMESTRAL

Liderando la transformación digital

CLIENTES DIGITALES

MILLÓN, % CRECIMIENTO



CLIENTES MÓVILES

MILLÓN, % CRECIMIENTO



MEJOR APLICACIÓN MÓVIL

FORRESTER RESEARCH



TASA DE PENETRACIÓN DE CLIENTES, %

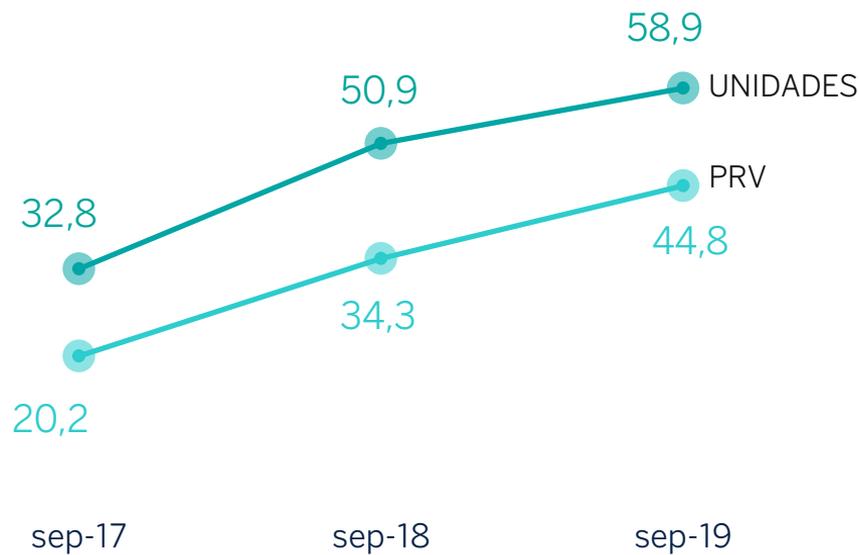


ACTUALIZACIÓN TRIMESTRAL

La transformación impulsa las ventas digitales y la adquisición de clientes

VENTAS DIGITALES

(% DE VENTAS TOTALES ACUM., # DE TRANSACCIONES Y PRV⁽¹⁾)



Las cifras han sido reformuladas debido a la inclusión de algunos productos (soluciones relacionadas con tarjetas de crédito y FX). Las cifras del Grupo y de América del Sur excluyen a Venezuela y Chile.

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

ALTA CUENTA DIGITAL PARA PYMES



Primer banco español que ofrece un alta completamente digital para PYMEs con un mercado objetivo de más de **650 mil potenciales nuevos clientes**

ACTUALIZACIÓN TRIMESTRAL

El impacto de la transformación: México

(sep-17 vs. sep-19)



CRECIMIENTO

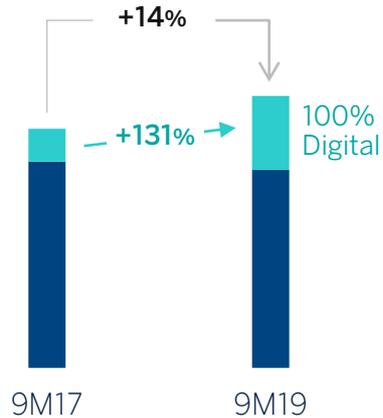
Adquiriendo más clientes y aumentando las ventas

+2,1 M

INCREMENTO DE
CLIENTES ACTIVOS

CRECIMIENTO VENTAS ACUM.

(9M17/9M19 PRV)



VINCULACIÓN

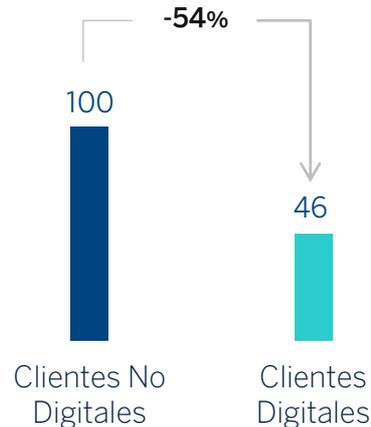
Logrando una mayor satisfacción y menor tasa de fuga de los clientes

NPS

#1 

TASA DE FUGA

(BASE 100)



EFICIENCIA

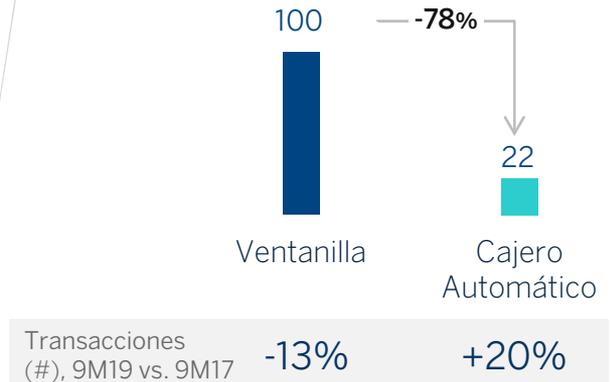
Reduciendo el coste de venta y servicio a nuestros clientes

+1%

EMPLEADOS DE RED
COMERCIAL

MIGRACIÓN A CANALES MÁS EFICIENTES

(COSTE POR TRANSACCIÓN, BASE 100)

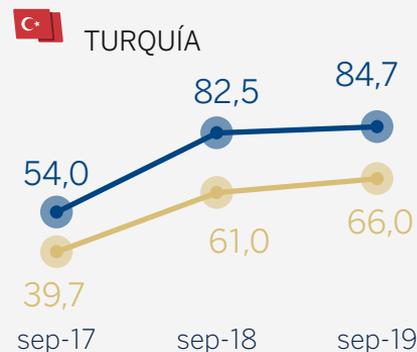
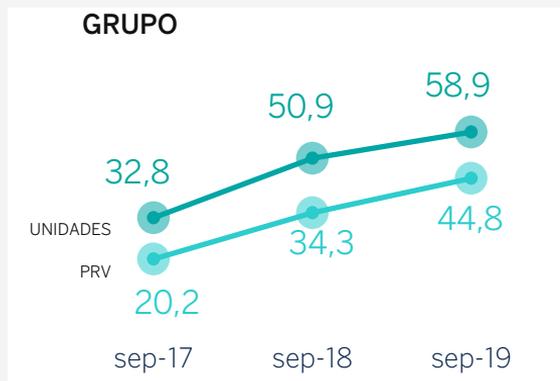


ACTUALIZACIÓN TRIMESTRAL

Ventas digitales: tendencia destacada en todas las geografías

(% del total de ventas acum., # de transacciones y PRV¹)

● UDS. ● PRV



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

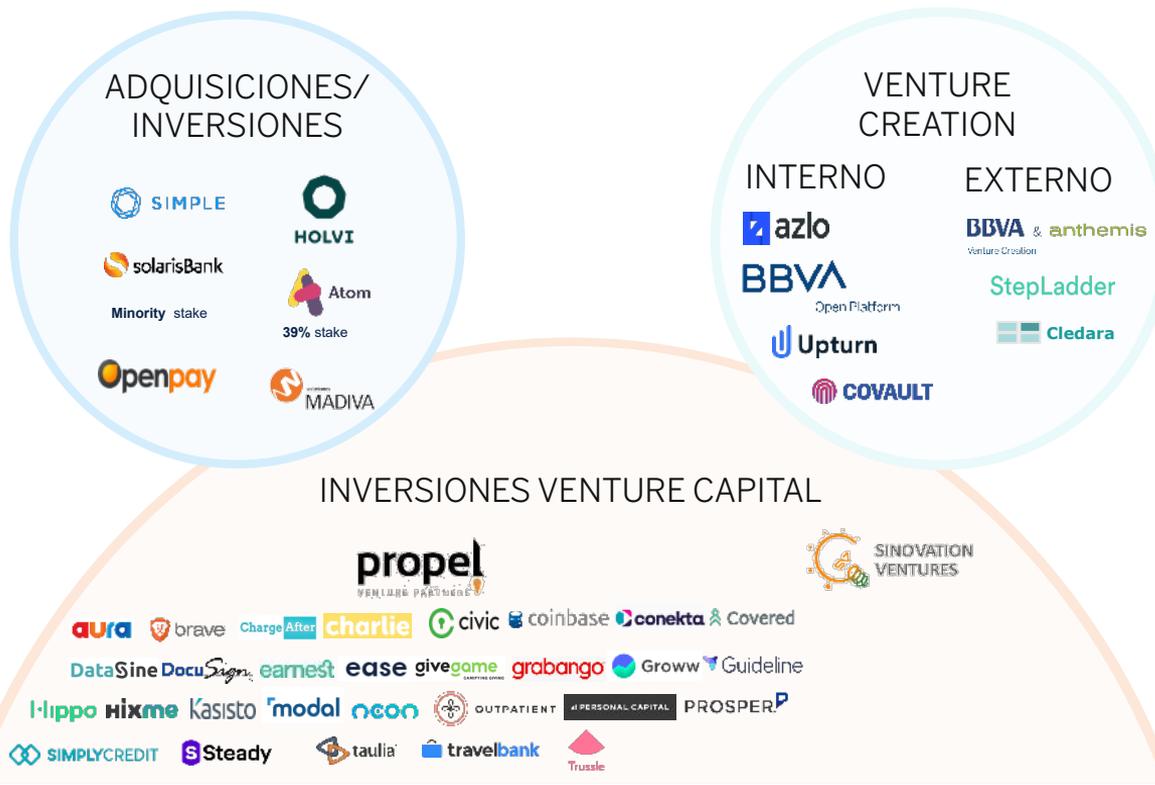
Las cifras del Grupo y de América del Sur excluyen a Venezuela y Chile.

(1) Valor relativo del producto (PRV por sus siglas en inglés) como indicador de una mejor representación económica de las unidades vendidas. (2) Excluye tarjetas de débito ClearSpend

ACTUALIZACIÓN TRIMESTRAL

Nuevos modelos de negocio

Apalancándonos en el ecosistema FinTech para desarrollar nuestra propuesta de valor



Actualización Trimestral

Áreas de negocio

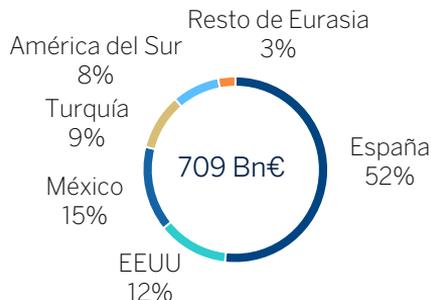
ACTUALIZACIÓN TRIMESTRAL - ÁREAS DE NEGOCIO

Atractiva diversificación geográfica con buenas perspectivas de crecimiento

APERTURA POR ÁREA DE NEGOCIO

TOTAL ACTIVOS¹

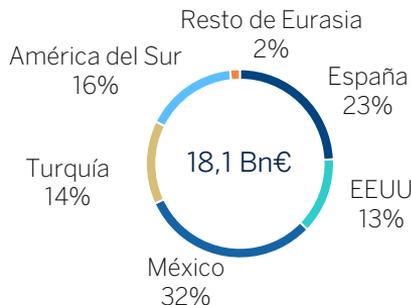
Sep.19



68%
Mercados desarrollados

MARGEN BRUTO¹

9M19



38%
Mercados desarrollados

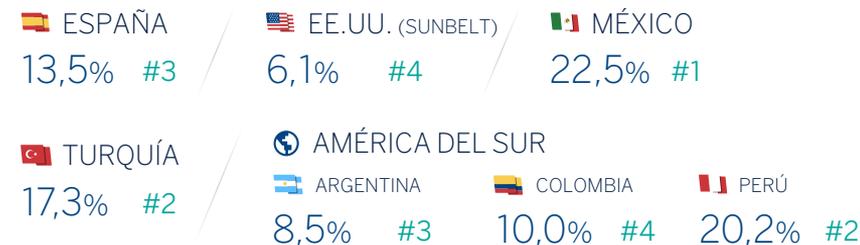
BUENAS PERSPECTIVAS DE CRECIMIENTO

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 ranking²

(2) Cuota de mercado en base a préstamos, a excepción de EEUU. (Depósitos); En España en base a la información de BdE (Agosto 19) y el ranking (Jun.19) según AEB y CECA; México, información a Agosto 19 (CNBV); América del Sur (Jun. 19 Argentina, Jul. 19 para Colombia y Perú). Considerando en el ranking los principales competidores en cada país; EEUU: a partir de información de SNL (Jun.19) considerando Texas y Alabama; Turquía: BRSA (préstamos, excluyendo dudosos) sólo considerando bancos privados (Sep. 19 para cuota; Jun. 19 para ranking)

(1) Excluye el Centro Corporativo

Áreas de negocio

España

RESULTADO ATRIBUIDO (9M19)

1.064 M€ -2,5% vs. 9M18

TASA DE MORA

4,6%

vs. 5,6% 3T18

TASA DE COBERTURA

59%

vs. 57% 3T18

- **Inversión:** crecimiento en los segmentos minoristas más rentables compensado por desapalancamiento en hipotecas y sector público.
- **Evolución del margen de intereses en línea con lo esperado:** buen desempeño de la actividad comercial.
- **Fuerte crecimiento de las comisiones en 3T.**
- Continúa la reducción de **gastos**.

EE.UU. € constantes

RESULTADO ATRIBUIDO (9M19)

478 M€ -17,0% vs. 9M18

TASA DE MORA

1,1%

vs. 1,1% 3T18

TASA DE COBERTURA

102%

vs. 101% 3T18

- Desaceleración del **crecimiento de la inversión**, explicada, en parte, por la ralentización de los préstamos al consumo.
- **Margen de intereses:** disminución trimestral debido a la bajada de tipos de interés y al mantenimiento del coste de los depósitos.
- **Mandíbulas positivas**, con estabilidad en gastos de explotación.
- **Calidad crediticia:** coste del riesgo a la baja en 3T.

México € constantes

RESULTADO ATRIBUIDO (9M19)

1.965 M€ +1,7% vs. 9M18

TASA DE MORA

2,4%

vs. 2,0% 3T18

TASA DE COBERTURA

136%

vs. 149% 3T18

- **Margen de intereses:** principal palanca de la cuenta de resultados.
- **Crecimiento de la inversión** apoyado por el negocio minorista, ganando cuota en consumo y en hipotecas.
- **Mandíbulas positivas:** ingresos recurrentes creciendo por encima de gastos de explotación.
- **Coste del riesgo** estable, en línea con lo esperado.

Áreas de negocio

Turquía € constantes

RESULTADO ATRIBUIDO (9M19)

380 M€ -10,0% vs. 9M18

TASA DE MORA

7,2%
vs. 5,2% 3T18

TASA DE COBERTURA

75%
vs. 76% 3T18

- **Fortaleza de los resultados:** crecimiento del margen neto acumulado al +1,5% interanual.
- **Mejora del diferencial de la clientela** tanto en liras como en moneda extranjera.
- **Margen de intereses** impactado en el trimestre por una menor contribución de los bonos ligados a la inflación
- **Fuerte crecimiento de las comisiones.**
- **Crecimiento de los gastos significativamente por debajo de la inflación.**
- **Coste del riesgo mejor de los esperado.**

América del Sur € constantes

RESULTADO ATRIBUIDO (9M19)

569 M€ +62,0% vs. 9M18

COSTE DEL RIESGO (ACUM)

 1,66%
vs. 1,95% 3T18

 1,50%
vs. 1,40% 3T18

 4,49%
vs. 1,22% 3T18

- **Colombia:** crecimiento a doble dígito del beneficio atribuido, impulsado por la actividad, mandíbulas positivas y menores deterioros.
- **Perú:** crecimiento a doble dígito del margen de intereses junto con las mandíbulas positivas impulsan el sólido crecimiento de la cuenta de resultados.
- **Argentina:** contribución positiva gracias al margen de intereses (mayor contribución de la cartera de valores) y a la venta de la participación en Prisma en 1T19.

ACTUALIZACIÓN TRIMESTRAL - AREAS DE NEGOCIO

CIB – 9M19 Resultados**Actividad**

(€ constantes, % Acum.)

INVERSIÓN CREDITICIA BRUTA

62 Bn€ +3,8%

TOTAL RECURSOS DE CLIENTES

38 Bn€ -6,7%

Ingresos con clientes

(€ constantes, % TAM)

2.085 M€ +3%

Negocio mayorista
recurrente¹% de ingresos
procedente de relación
con clientes**Resultados**

(€ constantes, % TAM)

MARGEN BRUTO

2.203 M€ -0,1%

MARGEN NETO

1.413 M€ -1,2%

RESULTADO ATRIBUIDO

734 M€ -13,5%

- Continúa la preocupación sobre el crecimiento económico global y la incertidumbre en los mercados
- Buen nivel de ingresos cumpliendo presupuesto empujado por la evolución del margen de Interés, principalmente del negocio transaccional
- Beneficio Atribuido favorecido por el control en los costes y un nivel de provisiones lejos del presupuestado

(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 negocio de pensiones (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

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
Recep Bastug

GLOBAL FUNCTIONS



Client Solutions
David Puente



Finance
Jaime Sáenz de Tejada



Global Risk Management
Rafael Salinas



GROUP EXECUTIVE CHAIRMAN
Carlos Torres Vila

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 & Responsible Business
Paul G. Tobin

LEGAL AND CONTROL



Legal
María Jesús Arribas



General Secretary
Domingo Armengol



Regulation & Internal Control²
Ana Fernández Manrique



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.

BBVA