

**BBVA**

Creando Oportunidades

# Grupo BBVA

2T21

# 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.

# Sobre BBVA



## PRESENCIA GLOBAL BBVA

JUNIO 2021



## NUESTRO PROPÓSITO

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



## MAGNITUDES FINANCIERAS

JUNIO 2021

Beneficio atribuido 2T21

1.294 M€<sup>2</sup>

CET 1 FL

14,17%

Total activos

648.169 M€

Créditos a la clientela - bruto

327.372 M€

Depósitos de la clientela

338.795 M€



## CAPACIDADES DIGITALES

JUNIO 2021

### CLIENTES



Clientes digitales

38,5 M



Clientes móviles

36,3 M

### VENTAS DIGITALES

Unidades PRV<sup>1</sup>

71% 54%



## DESARROLLO SOSTENIBLE Y CONTRIBUCIÓN A LA SOCIEDAD

Doblando compromiso original 2025 BBVA

200 MM€  
entre 2018 y 2025

Destinados a programas sociales  
JUNIO 2021

37,9 M€

67 MM€

CANALIZADOS a JUNIO 2021

17,2 M Personas y PYMES

(1) Valor relativo del producto (PRV por sus siglas en inglés) como indicador de la representación económica de las unidades vendidas.

(2) El Beneficio atribuido excluyendo los impactos no recurrentes (resultados del negocio de EE.UU vendido a CNCB y costes netos asociados al proceso de reestructuración), asciende a 701 M€.

## NUESTRO PROPÓSITO

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

## PRIORIDADES ESTRATÉGICAS



Mejorar la **salud financiera** de nuestros **clientes**



Ayudar a nuestros clientes en la transición hacia un **futuro sostenible**



Crear en **clientes**



Buscar la **excelencia operativa**



El **mejor equipo** y el **más comprometido**



**Datos y Tecnología**

## NUESTROS VALORES

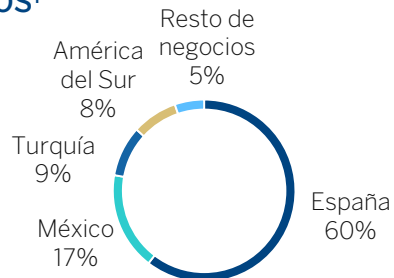
 **El cliente** es lo primero  **Pensamos en grande**  **Somos un solo equipo**

# Atractiva diversificación geográfica con franquicias líderes

## APERTURA POR ÁREA DE NEGOCIO

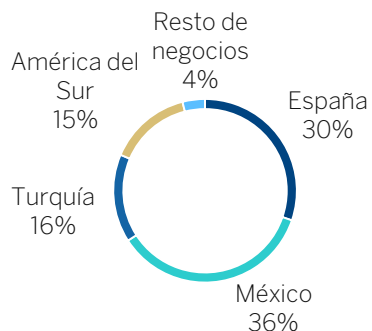
### TOTAL ACTIVOS<sup>1</sup>

JUN-21



### MARGEN BRUTO<sup>1</sup>

6M21



(1) Excluye centro corporativo

## FRANQUICIAS LÍDERES

RANKING Y CUOTA DE MERCADO (%)<sup>2</sup>



	ESPAÑA	#3	13,2%
	MÉXICO	#1	23,7%
	TURQUÍA	#2	18,0%
	COLOMBIA	#4	10,2%
	PERÚ	#2	21,6%
	ARGENTINA	#3	8,2%

(2) En España en base a la información de BdE (may'21) y el ranking (mar'21) según AEB y CECA; México, información a may'21 (CNBV); América del Sur: Argentina a mar'21; Colombia información del sistema a abr'21 y Perú información del sistema a may'21. Ranking considerando principales competidores en cada país; Turquía: BRSA (préstamos, excluyendo dudosos) sólo considerando bancos privados. Cuota de mercado a jun'21 y ranking a mar'21.

## Fortaleza financiera: principales mensajes

1	Sólida evolución de los <b>ingresos recurrentes</b>	<b>INGRESOS RECURRENTES</b> (€ constantes) +9,7% vs.2T20	<b>MARGEN DE INTERESES</b> 4,1% vs.2T20	<b>INGRESOS POR COMISIONES</b> 30,8% vs.2T20
2	Liderazgo en <b>eficiencia</b>	<b>RATIO DE EFICIENCIA</b> (%) 44,8% en 6M21	vs 61,2% media de competidores europeos <sup>1</sup>	
3	<b>Margen neto</b> creciendo a doble dígito	<b>MARGEN NETO</b> (€ constantes) +11,0% vs.2T20		
4	<b>Coste del riesgo</b> mejor de lo esperado y alto nivel de cobertura	<b>COSTE DEL RIESGO</b> (Acumulado) <sup>2</sup> 1,00% vs 1,17% in 2T21 and 1,55% en 2020		
5	<b>Extraordinaria fortaleza de capital</b> , incluso tras objetivo de recompra	<b>CET1 FL</b> (%) 14,17% Jun-21	<b>CET1 FL PRO-ORMA</b> (%) 12,89%	Jun-21 tras 10% programa de recompra acciones <sup>3</sup>
6	Fuerte impulso en la implementación de <b>nuestra estrategia</b>	<b>Captación de clientes a través de canales digitales</b> +45% vs.6M20	<b>Actualización de nuestro "Compromiso 2025": duplicamos el objetivo inicial</b> 200MM€ <small>Nuevo Compromiso</small> 8MM€ <small>Canalizado en 2Q21</small>	

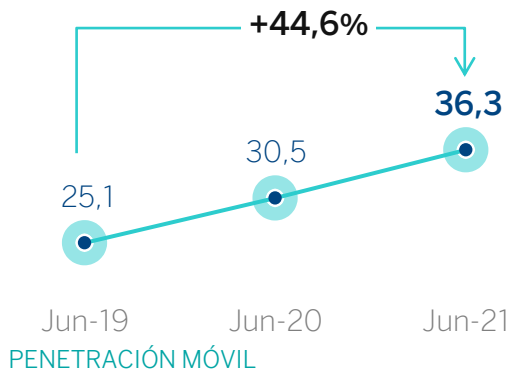
(1) Grupo competidores europeos: BARC, BNPP, CASA, CMZ, CS, DB, HSBC, ISP, LBG, NWG, SAN, SG, UBS, UCG. Datos a 1T 2021. (2) Datos a 2020 y 1Q21 excluyen el negocio de EE.UU. vendido a PNC por motivos de comparativa. (3) El ratio CET1 proforma se calcula considerando una recompra del 10% de las acciones ordinarias a un precio por acción de 5,25 €, a 22 de julio de 2021. Cualquier decisión sobre una recompra de acciones ordinarias requerirá autorización por parte del supervisor y los órganos de gobierno. El porcentaje final de acciones sujetas a la recompra (hasta un máximo del 10%), se determinará dependiendo de diferentes factores, incluyendo el precio de la acción de BBVA durante el periodo de recompra.

## SOBRE BBVA

# Aprovechando nuestras capacidades digitales para servir mejor a nuestros clientes

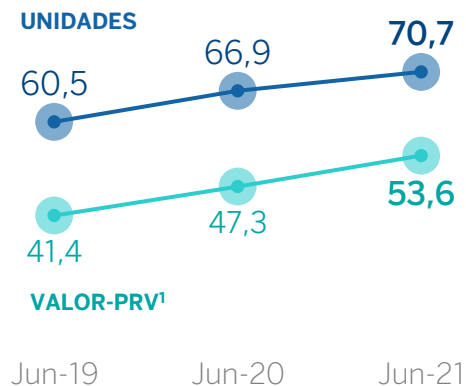
## CLIENTES MÓVILES

(MILLONES CLIENTES, PORCENTAJE)



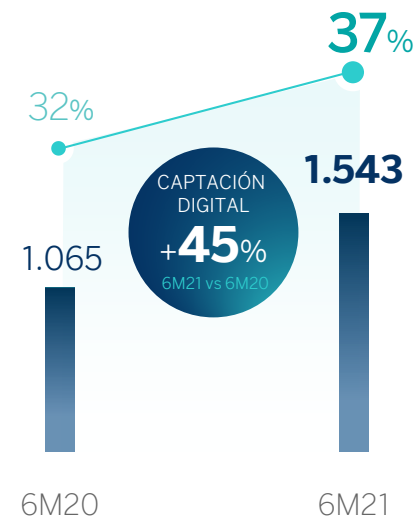
## VENTAS DIGITALES

(ACUMULADAS, PORCENTAJE)



## CAPTACIÓN DIGITAL DE NUEVOS CLIENTES<sup>2</sup>

(CLIENTES CAPTADOS POR CANALES DIGITALES, MILES Y % DEL TOTAL DE CAPTADOS)



Nota: excluye la parte del negocio de EE.UU vendido a PNC, Paraguay y Chile.

(1) Valor relativo del producto (PRV por sus siglas en inglés) como indicador de la representación económica de las unidades vendidas.

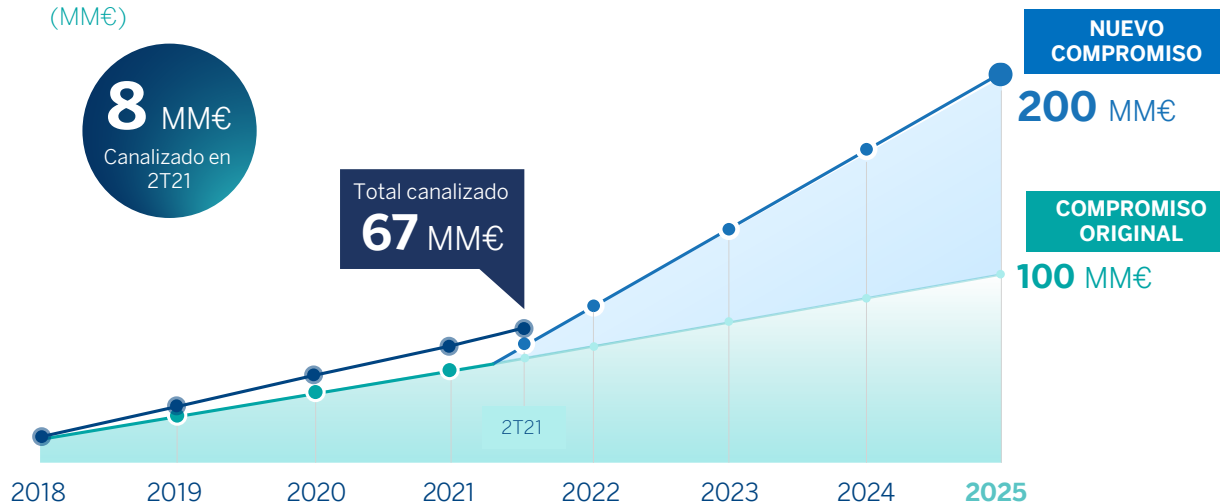
(2) Adquisición bruta de clientes del segmento *retail* (individuos) a través de canales propios.

Récord en captación de clientes por canales digitales

# Ayudamos a nuestros clientes en la transición hacia un futuro sostenible: una enorme oportunidad

## FINANCIACIÓN SOSTENIBLE

(MM€)



**Nuestro nuevo objetivo posiciona a BBVA entre los bancos con mayor compromiso en financiación sostenible**

## CONTRIBUCIÓN A LA SOCIEDAD

SEGÚN LA OCDE<sup>1</sup>:

**#2** entidad filantrópica privada a nivel mundial en contribución al desarrollo<sup>2</sup>

**#1** entidad filantrópica privada a nivel mundial en contribución a la igualdad de género

(1) Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico.

(2) Primera en Latinoamérica.

Member of

**Dow Jones  
Sustainability Indices**

Powered by the S&amp;P Global CSA

**#1** RANKING EUROPEO

**#2** RANKING MUNDIAL



BBVA

Creando Oportunidades

# Resultados 2T21

# Cuenta de resultados 2T21

Grupo BBVA (M€)	2T21	Variación 2T21/2T20		Variación 2T21/1T21
		% constantes	%	% constantes
<b>Margen de intereses</b>	<b>3.504</b>	<b>4,1</b>	<b>-0,9</b>	<b>3,9</b>
Comisiones	1.182	30,8	26,5	6,3
Resultados de operaciones financieras (ROF)	503	14,3	7,0	-10,4
Otros ingresos netos	-85	20,1	6,5	n.s.
<b>Margen bruto</b>	<b>5.104</b>	<b>10,0</b>	<b>5,0</b>	<b>1,4</b>
Gastos de explotación	-2.294	8,7	5,1	1,3
<b>Margen neto</b>	<b>2.810</b>	<b>11,0</b>	<b>4,9</b>	<b>1,4</b>
Pérdidas por deterioro de activos financieros	-656	-52,3	-53,4	-27,5
Dotaciones a provisiones y otros resultados	-30	-90,9	-90,7	-83,4
<b>Beneficio antes de impuestos</b>	<b>2.124</b>	<b>149,2</b>	<b>123,5</b>	<b>25,1</b>
Impuesto sobre beneficios	-591	138,8	116,8	23,9
Resultado atribuido a la minoría	-239	103,6	47,8	13,9
<b>Beneficio Atribuido (excluyendo impactos no recurrentes)</b>	<b>1.294</b>	<b>166,1</b>	<b>150,8</b>	<b>28,0</b>
Operaciones interrumpidas y costes netos asociados al proceso de reestructuración	-593	n.a.	n.a.	n.a.
<b>Resultado Atribuido (reportado)</b>	<b>701</b>	<b>18,8</b>	<b>10,3</b>	<b>-40,4</b>

(1) Recoge los resultados del negocio de EE.UU vendido a PNC (103 M€ en 2T 2021) y el coste neto del proceso de reestructuración (-696 M€ en 2T 2021).

# Cuenta de resultados 6M21

Grupo BBVA (M€)	6M21	Variación 6M21/6M20	
		% constantes	%
<b>Margen de intereses</b>	<b>6.955</b>	<b>0,9</b>	<b>-8,0</b>
Comisiones	2.315	19,7	12,5
Resultados de operaciones financieras	1.084	14,8	6,9
Otros ingresos netos	-95	n.s.	n.s.
<b>Margen bruto</b>	<b>10.259</b>	<b>4,9</b>	<b>-3,6</b>
Gastos de explotación	-4.598	5,1	-1,3
<b>Margen neto</b>	<b>5.661</b>	<b>4,7</b>	<b>-5,3</b>
Pérdidas por deterioro de activos financieros	-1.580	-52,3	-55,8
Dotaciones a provisiones y otros resultados	-198	-68,4	-69,5
<b>Beneficio antes de impuestos</b>	<b>3.883</b>	<b>164,1</b>	<b>120,9</b>
Impuesto sobre beneficios	-1.080	167,7	126,6
Resultado atribuido a la minoría	-476	94,8	42,7
<b>Beneficio Atribuido (excluyendo impactos no recurrentes)</b>	<b>2.327</b>	<b>183,0</b>	<b>145,6</b>
Operaciones interrumpidas y corporativas, y costes netos asociados al proceso de reestructuración	-416	-80,2	-80,2
<b>Resultado Atribuido (reportado)</b>	<b>1.911</b>	<b>n.s.</b>	<b>n.s.</b>

(1) Recoge los resultados del negocio de EE.UU vendido a PNC (103 M€ en 2T 2021) y el deterioro del fondo de comercio de BBVA USA en 1T20 (280 M€ en 6M 2021 y -2.104 M€ en 6M 2020), y el coste neto del proceso de reestructuración (-696 M€ en 6M 2021).

## RESULTADOS 2T21 - ÁREAS DE NEGOCIO

## Áreas de negocio

M€ 6M21. Variación en % vs. 6M20

 España

## / MARGEN NETO

1.557 M€

## / RESULTADO ATRIBUIDO

745 M€

	6M21	vs. 6M20
Margen de intereses	1.762	-2,2%
Comisiones	1.058	+16,5%
Gastos de explotación	-1.499	-2,2%
Margen neto	1.557	+13,2%
Saneamientos crediticios	-343	-61,1%
<b>Resultado atribuido</b>	<b>745</b>	<b>592,3%</b>

- **Fuerte crecimiento de ingresos recurrentes** (+4,1% 6M21 TAM), apalancado en las comisiones (+16,5%) impulsado por Asset Management, seguros y servicios bancarios.
- **Costes: mantienen tendencia decreciente** debido a nuestros continuos esfuerzos de control de costes (-2,2% 6M21 TAM).
- **Coste del riesgo mantiene tendencia de mejora**, mejor de lo esperado.

 México € constantes

## / MARGEN NETO

2.337 M€

## / RESULTADO ATRIBUIDO

1.127 M€

	6M21	vs. 6M20
Margen de intereses	2.771	+3,9%
Comisiones	581	+15,7%
Gastos de explotación	-1.267	+7,4%
Margen neto	2.337	+1,3%
Saneamientos crediticios	-741	-45,8%
<b>Resultado atribuido</b>	<b>1.127</b>	<b>+75,0%</b>

- **Mayores ingresos recurrentes** (+5,8% 6M21 TAM) con un fuerte crecimiento de comisiones (+15,7% 6M21 TAM) y aumento del margen de intereses con una sobresaliente gestión del precio de los depósitos (-10pbs vs 1T21).
- **Coste del riesgo acumulado en 283pbs**, mejor de lo esperado, apoyado en las buenas tendencias de la calidad de los activos subyacentes.

## RESULTADOS 2T21 - ÁREAS DE NEGOCIO

## Áreas de negocio

M€ 6M21. Variación en % vs. 6M20

 Turquía € constantes

## / MARGEN NETO

1.073 M€

## / RESULTADO ATRIBUIDO

384 M€

	6M21	vs. 6M20
Margen de intereses	1.036	-10,1%
Comisiones	297	+49,7%
Gastos de explotación	-499	+18,0%
Margen neto	1.073	+2,4%
Saneamientos crediticios	-168	-63,9%
<b>Resultado atribuido</b>	<b>384</b>	<b>+92,1%</b>

- **Margen de intereses (+9,0% vs 1T21)** apoyado en el fuerte crecimiento de préstamos en Liras, mejora del diferencial y mayor contribución de bonos ligados a la inflación.
- **Excelente comportamiento de comisiones netas (+49,7% 6M21)** en todos los ámbitos.
- **Sólida calidad crediticia.** Mejora significativa del coste del riesgo, hasta 97pbs (acum.), mejor de lo esperado.

(1) Otros incluye BBVA Forum, Venezuela, Paraguay, Uruguay y Bolivia.




 América del Sur € constantes

## / MARGEN NETO

797 M€

## / RESULTADO ATRIBUIDO

218 M€

Resultado Atribuido	6M21	vs. 6M20
 Colombia	106	+136,7%
 Perú	55	+102,6%
 Argentina	15	n.s.
Otros <sup>1</sup>	42	+30,0%

- **Colombia:** Crecimiento de ingresos recurrentes, mandíbulas positivas y menores deterioros impulsan el crecimiento interanual del resultado atribuido (TAM).
- **Peru:** Sólido margen bruto (+12,1%), mandíbulas positivas y menores deterioros impulsan la mejora del resultado atribuido 6M21.
- **Argentina:** contribución positiva al resultado atribuido a pesar del mayor impacto de la hiperinflación, gracias a los fuertes ingresos por comisiones y menores deterioros.

# CIB – 6M21 Resultados

## / ACTIVIDAD

(€ CONSTANTES, % ACUM.)

### INVERSIÓN CREDITICIA BRUTA

57 MM€ 0,0%

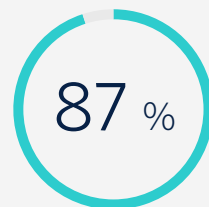
### TOTAL RECURSOS DE CLIENTES

38 MM€ -12,6%

## / INGRESOS CON CLIENTES

(€ CONSTANTES, % TAM)

1.413 M€ +8%



Negocio mayorista recurrente<sup>1</sup>

% de ingresos procedente de relación con clientes

## / RESULTADOS

(€ CONSTANTES, % TAM)

### MARGEN BRUTO

1.621 M€ +18,2%

### MARGEN NETO

1.154 M€ +22,7%

### RESULTADO ATRIBUIDO

638 M€ +55,5%

- El ritmo de la recuperación global supera las expectativas, aunque existen algunas preocupaciones sobre los desafíos que aún quedan por delante.
- El aumento de la volatilidad en los mercados globales, así como el desempeño del negocio transaccional y la recuperación de la actividad de *lending* ha beneficiado los ingresos con clientes.
- Importante crecimiento del Beneficio Atribuido apoyado en un sólido comportamiento de los ingresos por producto y geografía y un nivel de provisiones inferior al estimado.

(1) Ingresos con clientes / Margen bruto.

BBVA

Creando Oportunidades

Anexo

## ANEXO

# BBVA ha desarrollado un fuerte proceso de expansión desde 1995

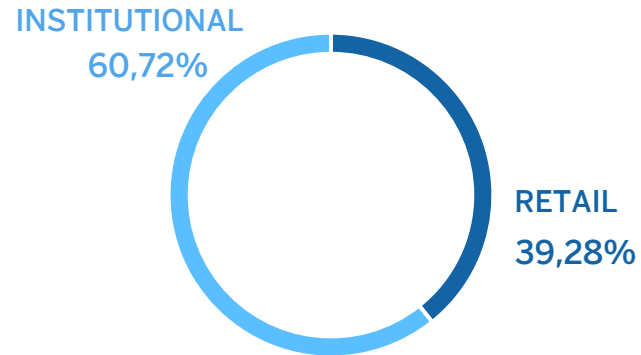
## Cuenta con más de 160 años de historia

- 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)
- 2020** Creación de una alianza de bancaseguros con Allianz (España)
- 2021** Desinversión (Paraguay)  
 Desinversión (USA)



# Estructura accionarial de BBVA

# Acciones BBVA: 6.668 MM # Accionistas: 849.605



NUMERO DE ACCIONES	Accionistas		Acciones	
	Número	%	Número	%
Hasta 500	349.964	41,2	65.616.409	1,0
501 a 5.000	393.255	46,3	689.014.893	10,3
5.001 a 10.000	57.020	6,7	401.131.352	6,0
10.001 a 50.000	44.434	5,2	849.915.229	12,7
50.001 a 100.000	3.208	0,4	218.437.393	3,3
100.001 a 500.000	1.437	0,2	259.744.818	3,9
Más de 500.001	287	0,0	4.184.026.486	62,7
	<b>849.605</b>		<b>6,667,886,580</b>	

ANEXO

# Organigrama



**Chief Executive Officer**  
Onur Genç



**Chairman**  
Carlos Torres Vila

## BUSINESS UNITS



Global Head of Corporate  
& Investment Banking  
Luisa Gómez Bravo



Country Monitoring<sup>1</sup>  
Jorge Sáenz-Azcúnaga



Country Manager Spain  
Peio Belausteguigoitia



Country Manager Mexico  
Eduardo Osuna



Country Manager Turkey  
Recep Bastug

## GLOBAL FUNCTIONS



Global Head of Client Solutions  
David Puente



Global Head of Sustainability<sup>2</sup>  
Javier Rodríguez Soler



Global Head of Finance  
Rafael Salinas



Global Head of Global Risk  
Management  
Jaime Sáenz de Tejada

## TRANSFORMATION



Global Head of Engineering  
José Luis Elechiguerra



Global Head of Talent  
& Culture  
Carlos Casas



Global Head of Data  
Ricardo Martín Manjón

## STRATEGY



Senior Advisor to the Chairman  
Juan Asúa



Global Head of Strategy & M&A  
Victoria del Castillo



Global Head of Communications  
& Responsible Business  
Paul G. Tobin

## LEGAL AND CONTROL



Global Head of Legal  
María Jesús Arribas



General Secretary  
Domingo Armengol



Global Head of Regulation  
& Internal Control<sup>3</sup>  
Ana Fernández Manrique



Chief Audit Executive<sup>3</sup>  
Joaquín Gortari

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

(2) Ejercicio de sus funciones sujeto a su inscripción en el Registro de Altos Cargos de Banco de España.

(3) Reporte directo al Consejo de Administración.

BBVA