

Resultados financieros del BBVA excluye a Venezuela

Autor Administrator

Thursday, 04 de February de 2016

Modificado el Wednesday, 03 de February de 2016

El Grupo BBVA ganó 2.642 millones de euros en 2015, cifra ligeramente superior a la del año anterior (+0,9%).

Â

El Grupo BBVA ganó 2.642 millones de euros en 2015, cifra ligeramente superior a la del año anterior (+0,9%). El crecimiento del beneficio atribuido sin el efecto de las divisas alcanzó el 4,4%. Al excluir el resultado de las operaciones corporativas cerradas en 2015, el beneficio atribuido ascendió a 3.752 millones de euros, un 43,3% más que en 2014.

BBVA ha demostrado durante 2015 una enorme capacidad para generar resultados en un entorno complejo, al tiempo que ha avanzado de forma decidida en su transformación, señaló Francisco González, presidente de BBVA. Encaramos 2016 con optimismo, añadió.

El grupo financiero ha demostrado su capacidad para generar ingresos récord en entornos de tipos de interés históricamente bajos en divisas como el euro o el dólar. La mejora del coste de riesgo y la reducción de saneamientos crediticios e inmobiliarios en España, han sido otros elementos clave en la positiva evolución de la cuenta.

Crecimiento constante

En 2015, el margen de intereses ascendió a 16.426 millones de euros, un 8,7% superior al del año anterior (+21,5% a tipos de cambio constantes). Tanto en el cuarto trimestre como en el año, el margen bruto marcó un máximo histórico. Desde comienzos de octubre hasta finales de diciembre, generó 6.146 millones de euros (+6,6% interanual).

Los costes crecieron un 12,5% como consecuencia de las operaciones corporativas realizadas en 2015. En cualquier caso, es destacable el elevado potencial de sinergias de gastos con el que cuenta el Grupo después de las operaciones corporativas realizadas, que podrá generar recortes de costes y mejoras en la eficiencia.

En este contexto, el margen neto creció en 2015 a tasas cercanas al doble del año anterior (+9,2%), lo que le permitió alcanzar los 11.363 millones de euros en el acumulado del año. El crecimiento a tipo de cambio constante fue del 15,6%.

Al excluir las operaciones corporativas cerradas en 2015, el beneficio atribuido de operaciones continuadas de BBVA ascendió a 3.752 millones de euros, un 43,3% más que en 2014. Las operaciones corporativas registradas en 2015 incluyen: la venta de la participación total del Grupo en CIFH y del 6,34% en CNCB, el badwill generado por la incorporación de Catalunya Banc y el efecto (tras el cierre de la compra de un 14,89% adicional en Garanti) de la puesta a valor razonable de la participación inicial del 25,01% que BBVA ya poseía en este banco turco.

Por otro lado, los indicadores de riesgo continuaron evolucionando de forma positiva. El ratio de mora mantuvo su tendencia a la baja y cerró el año en 5,4%, frente al 5,8% de un año antes. En términos de solvencia, BBVA mantiene una sólida posición de capital. El ratio CET1 phased-in aumentó hasta 12,1% (comparado con el 11,7% de septiembre), mientras que el CET1 fully-loaded cerró, a diciembre, en 10,3%. Por lo que respecta a la actividad, el crédito bruto a la clientela se incrementó en un 18,1%, hasta alcanzar los 432.855 millones de euros, con aumentos en todas las geografías.

En América del Sur (sin Venezuela) la entidad continuó presentando tasas de crecimiento de actividad por encima del 15%, tanto en créditos como en depósitos. El área presentó importantes avances, tanto en margen bruto (+11,5%) como en margen neto (+10,3%). Un trimestre más, la estabilidad fue la tónica en la tasa de mora. El beneficio atribuido acumulado ascendió en 2015 a 905 millones de euros (+8,7% al compararlo con el cierre de 2014). Con Venezuela, el resultado fue el mismo, 905 millones de euros.

Transformación del banco

“La transformación de BBVA está teniendo un profundo impacto en la experiencia de cliente y nuestro objetivo es ser el mejor banco para nuestros clientes en todas las geografías”, comentó Carlos Torres Vila, consejero delegado.

La banca digital es una palanca para alcanzar el liderazgo en satisfacción de clientes en todas las geografías. El banco mantiene posiciones de liderazgo en países como España, México, Colombia, Argentina y Venezuela, de acuerdo con los estándares establecidos por el indicador de satisfacción Net Promoter Score (NPS).

Por otro lado, las ventas a través de canales digitales van en aumento. A cierre de año, un 19,2% de los nuevos créditos al consumo en España se contrataron por canales digitales. En México este porcentaje ascendió a 29,6%.

En 2015, BBVA amplió significativamente la base de clientes que se relaciona con el banco a través de canales digitales. Con los datos disponibles, a cierre de año, la cifra ascendió a 14,8 millones, un 19% superior a los niveles de cierre de 2014. De éstos, 8,5 millones de clientes interactuaron principalmente a través del móvil, un 45% superior a la cifra de hace un año.

El proceso de transformación se aceleró en 2015 gracias a la nueva estructura anunciada en mayo, que vino acompañada de nuevas prioridades estratégicas. Al mismo tiempo, el Grupo BBVA siguió lanzando productos al

mercado y continúa incorporando nuevos negocios digitales. El hito más reciente fue la adquisición del 29,5% del banco británico Atom, el pasado mes de noviembre.

<http://www.dinero.com.ve/din/destacados/resultados-financieros-del-bbva-excluye-venezuela>