

*Proyecto de*  
**VALOR SOCIAL**

INFORME 2019





Mejor Banca Privada  
en Asesoramiento Filantrópico en los años  
2015, 2016, 2017, 2018, 2019 y 2020



## Juan Antonio Alcaraz

Director General de Negocio  
de CaixaBank

---

Cuando en el año 2016 lanzamos el Proyecto de Valor Social de Banca Privada, lo hicimos atendiendo más al tradicional compromiso social de nuestra Entidad que en respuesta a un llamativo requerimiento en este sentido.

Es verdad que las tendencias sociales y las inquietudes que nos trasladaban nuestros clientes ya apuntaban hacia esa dirección, pero lo cierto es que en ese momento ninguna banca privada de España disponía de un departamento dedicado al asesoramiento en filantropía, inversión sostenible e inversión de impacto.

Sin embargo, en estos poco más de tres años transcurridos, hemos podido ver un incremento exponencial de la demanda de nuestros clientes y un cambio de paradigma radical en la exigencia de la sociedad y de los agentes económicos para avanzar hacia una economía sostenible.

Aunque puede haber quien todavía crea que estamos ante una moda pasajera, lo cierto es que los principales gestores de fondos del mundo han virado ya su política de inversión y empieza a existir un amplio consenso alrededor de la idea de que la sostenibilidad se debe convertir en el nuevo estándar para la inversión.

Para nuestra Entidad la sostenibilidad y el compromiso social nunca han sido una moda, sino que han estado desde el principio en el mismo núcleo de nuestra esencia. Consecuentemente, seguiremos potenciando nuestro Proyecto de Valor Social para continuar ofreciendo a nuestros clientes de Banca Privada la respuesta que ellos esperan de nosotros.

Reciba un cordial saludo,





01

**VACUNAS:  
¿FILANTROPÍA O INVERSIÓN?**

Rafael Vilasanjuan

02

**PARA EL PROGRESO DE LA  
CULTURA, ¡SEAMOS SOLIDARIOS!**

Jean-Jacques Aillagon

03

**AVANZANDO CON NUESTROS  
CLIENTES Y CON LA SOCIEDAD**

Jordi Casajoana

04

**NUESTRO AÑO EN CIFRAS**

# 01

## VACUNAS: ¿FILANTROPÍA O INVERSIÓN?

Rafael Vilasanjuan

# VACUNAS: ¿FILANTROPIA O INVERSIÓN?



**Rafael Vilasanjuan**

Director de Policy & Global Development ISGlobal

Hay una tendencia a confundir las palabras filantropía y caridad. Aunque ambas tienen en común la intención de mejorar la vida de gente vulnerable, con el tiempo estos dos conceptos acaban transitando por caminos diferentes. Los dos expresan una intención solidaria y parten de la generosidad, pero mientras la caridad suele ser un gesto guiado por la emoción, orientado a paliar una necesidad urgente de una persona o una situación extrema, la filantropía es un ejercicio más estratégico, pensado para solucionar un problema a largo plazo.

Por eso, aunque las palabras puedan conducir a una cierta confusión, la realidad es que la caridad tiende a solucionar un problema o el sufrimiento que genera, mientras que la filantropía busca hacer frente a las causas del problema para generar modelos innovadores, capaces de cambiar el punto de vista y aportar respuestas diferentes.

**La filantropía busca hacer frente a las causas del problema para generar modelos innovadores, capaces de cambiar el punto de vista y aportar respuestas diferentes.**

Cuando Bill Gates, uno de los principales filántropos a nivel mundial, decidió destinar una buena parte de su fortuna a mejorar la situación de millones de personas vulnerables, su proyecto empezó a parecerse a lo que como empresario había conseguido antes en Microsoft.

La propuesta era sencilla: si iba a destinar recursos, y muchos, a hacer frente a un problema, quería tener resultados, analizar el impacto y comprobar cómo podía alcanzar objetivos, enfocando las respuestas desde diferentes ángulos, incluyendo propuestas que nunca antes se habían pensado. ¿Revolución? No, filantropía.

A diferencia de muchos otros programas de ayuda, él estaba dispuesto a arriesgar, algo que conocía bien.

Como en la estrategia que lo llevó al éxito empresarial, su apuesta consistía en buscar soluciones nuevas. Esa es la génesis de la filantropía: apostar por la innovación y la búsqueda de un propósito que tenga impacto entre la gente.

Ese fue el objetivo también de la agenda que en el año 2000 definió Naciones Unidas y que conocemos como los Objetivos de Desarrollo del Milenio.

Atascados como estábamos en modelos de ayuda y financiación muy enfocados a un mero traspaso de recursos de los países de un Norte rico a los países del Sur, de rentas mucho más reducidas y con la mayoría de sus poblaciones por debajo de los niveles de pobreza extrema, con el final del segundo milenio nació el concepto de filantropía del siglo XXI.

Más recursos para hacer frente a los problemas globales, especialmente relacionados con la salud, la educación y el hambre, que afectan a amplias capas de la población mundial, hasta entonces excluidas.

Pero no solo era una cuestión de recursos; había que proponer formas nuevas de trabajar para conseguir bienes públicos y llevarlos a los que más los necesitan.

De ahí nacieron iniciativas que harían posible proporcionar tratamiento a millones de personas que no tenían acceso al mismo.

La epidemia de SIDA planteó un primer dilema ético: ¿cómo podía ser que estando disponible un medicamento para los pacientes de los países occidentales, los que contraían la enfermedad en África no tuvieran acceso a él? Más del 90 % de los enfermos se encontraban en el África subsahariana, pero, a pesar de conocer el tratamiento y saber de su existencia, se los condenaba a morir lentamente, como si no hubiera nada que pudiera salvarlos de una muerte segura. El precio y la incapacidad de sus gobiernos para adquirirlo eran un problema, pero no el único.

Para hacerlo accesible había que cambiar los protocolos de atención, formar a personal sanitario para llegar donde no llegaban médicos, concienciar a las comunidades para movilizar a los enfermos, cambiar protocolos y buscar nuevas soluciones logísticas para acceder a los lugares más remotos. Se crearon nuevas organizaciones y se invirtió dinero no solo en la investigación de nuevos fármacos, sino también en definir modelos de distribución diferentes. Lo que parecía un milagro se consiguió. Algo parecido y por la misma época pasó con la inmunización infantil. Ahí es donde decidió invertir "la Caixa" desarrollando un modelo de filantropía también innovador.

**La vacunación infantil es hoy por hoy una de las principales estrategias de desarrollo global.**

Hasta que no adquieren su propia inmunidad, los niños menores de cinco años son la población más vulnerable y las principales víctimas mortales por enfermedades infecciosas en todo el mundo.

Mientras están enfermos, sus familias permanecen rehenes y no pueden dedicarse a trabajar, porque tienen que cuidarlos.

En muchos casos pasan de la pobreza a la miseria. Sin embargo, una buena parte de las enfermedades más letales son prevenibles.

Anualmente la neumonía sigue siendo la principal culpable de llevarse más de 800.000 vidas de menores de cinco años o, lo que es lo mismo, 2.000 cada día.

Estas cifras son un indicador evidente de las desigualdades que afectan desproporcionadamente a los niños en países de renta baja y especialmente en África, pero también de la necesidad de juntar esfuerzos y crear alianzas para hacerles frente.

En paralelo a aquella agenda de Naciones Unidas nació la Alianza Global para la Vacunación e Inmunización (GAVI, por sus siglas en inglés), un proyecto innovador formado tanto por los principales actores mundiales en materia de salud y protección de la infancia, como por financiadores públicos y privados, movidos con el objetivo de llevar las vacunas esenciales a buena parte de población, especialmente en países de renta baja donde no habían llegado.

En el año 2000, cuando GAVI fue creada, cerca de 10 millones de niños morían antes de alcanzar su quinto cumpleaños. En 2019 este número se ha reducido a la mitad. En apenas dos décadas el salto ha sido espectacular y, aunque para conseguir esta mejora han sido necesarias muchas estrategias e inversión, la más efectiva ha sido el acceso a las vacunas.

Por cada euro invertido en vacunación se calcula un retorno de 16, teniendo en cuenta los ahorros en los sistemas de salud, la productividad y los impuestos perdidos.

Un estudio de la Universidad John Hopkins de Baltimore que mide el retorno de la inversión en inmunización en 94 países arroja un beneficio total de más de 500 mil millones de dólares en estos países.

Después de un análisis de prioridades y siempre teniendo en cuenta el retorno social que podía obtener y el impacto tanto en el desarrollo de las comunidades como en número de vidas salvadas, en 2008 la Fundación Bancaria "la Caixa" se convirtió en el primer socio privado de GAVI en Europa y lanzó la Alianza para la Vacunación Infantil con el objetivo de dar la oportunidad de sumarse a la lucha contra la mortalidad infantil a clientes de Banca Privada y empleados del Grupo CaixaBank, así como a las empresas como parte de sus programas de responsabilidad social corporativa.

Con el Instituto de Salud Global de Barcelona (ISGlobal) como socio científico y académico, durante este tiempo ya se han destinado más de 25 millones de euros al desarrollo y la distribución de esta vacuna, pero también a generar confianza en millones de familias y promover el cambio de conductas entre comunidades poco habituadas a recibir productos innovadores para garantizar la salud de sus hijos: lo mejor de la ciencia y la investigación puesto también al alcance de los más vulnerables.





## Una revolución que ha sido posible gracias a una alianza con clientes.

Cientes que, de la misma manera que han depositado su confianza en la entidad bancaria, tienen a su alcance un proyecto de filantropía capaz de transformar la vida de millones de niños y de sus familias.

No es un proyecto más, ni una mera transferencia de recursos entre el Norte rico y el Sur pobre. El proyecto se concibió como una apuesta conjunta por la que la Entidad duplicaba las aportaciones individuales de cada cliente de Banca Privada y, a su vez, la Fundación Bill y Melinda Gates volvía a duplicarlas.

Al final cada euro se multiplica por cuatro. Con el apoyo de expertos en salud de ISGlobal, se trabajó en el concepto de financiar la vacuna más adecuada para el tipo de aportaciones y llevarla a los países donde es más necesaria y, al mismo tiempo, donde tiene más impacto.

De la mano de GAVI, no solo se da acceso a la vacuna, sino que además se fortalecen los sistemas de salud, se financia la movilización comunitaria para que los menores acudan durante las campañas de vacunación y se garantiza el stock necesario, comprando a un precio muy inferior al valor habitual de mercado gracias a las negociaciones con los productores y al volumen de compra.

Pero además, por cada vacuna entregada y a medida que el beneficio económico empieza a ser perceptible entre las comunidades, los gobiernos de los países beneficiarios tienen que ir aumentando sus propios recursos para mantener de manera sostenible la inmunización en el país.

Convencidas las comunidades de los beneficios de la inmunización, son ellas las que piden una mayor

implicación de sus responsables políticos y más inversión económica en los sistemas de salud.

Esta fórmula ya ha permitido que, de los más de 80 países que originalmente recibían apoyo de GAVI, 20 ya financien por sí solos todos sus programas de vacunación, sin necesidad de apoyo externo. Una inversión redonda, que se puede medir en el número de vidas salvadas.

En el año 2000 morían 1.750.000 niños solo como consecuencia de la neumonía; dos décadas después la cifra ha bajado a 800.000, menos de la mitad.

Durante todos estos años, la Alianza para la Vacunación, fruto del esfuerzo de los clientes y de la Entidad, ha demostrado ser una de las estrategias más efectivas en el desarrollo de comunidades en países de renta baja.

Los resultados están a la vista y esa es la diferencia de la filantropía del siglo XXI, compuesta por alianzas estables, capaces de analizar problemas y proporcionar soluciones innovadoras, con impacto.

**Filantropía, sí.  
Pero sobre todo una buena inversión  
para romper las desigualdades y  
crear un mundo más justo y al mismo  
tiempo más seguro, para todos.**



02

PARA EL PROGRESO  
DE LA CULTURA,  
¡SEAMOS SOLIDARIOS!

Jean-Jacques Aillagon

# PARA EL PROGRESO DE LA CULTURA, ¡SEAMOS SOLIDARIOS!



## Jean-Jacques Aillagon

Exministro de Cultura de Francia (2002-2004)  
Asesor especial de François Pinault

Es un orgullo para un antiguo ministro comprobar que más allá de las fronteras de su propio país se observa con tanto interés una ley de la que es autor.

Tiene uno el sentimiento de haber hecho una obra útil. Expreso ese sentimiento con modestia, pues si bien es verdad que la ley de 1 de agosto de 2003 relativa a mecenazgo, asociaciones y fundaciones marcó una evolución decisiva para el desarrollo de la filantropía en Francia, no es menos cierto que se sustentó en el sedimento de leyes anteriores que me complace mencionar: fueron la ley de 23 de julio de 1987 de desarrollo del mecenazgo promovida por D. François Léotard, entonces ministro de la Cultura; después, la de 4 de julio de 1990 relativa a las fundaciones de empresas, que defendió D. Jack Lang y por fin, la ley de 4 de enero de 2002, la llamada "ley museo" que versaba sobre los modos de adquisición por las empresas de "tesoros nacionales" destinados a las colecciones públicas de la que fue artífice D.<sup>a</sup> Catherine Tasca.

Así es como se construye la acción pública, tanto por iniciativas inéditas y oportunas como mediante la acumulación de medidas positivas.

La ley de 1 de agosto de 2003 nació de la voluntad de promover la práctica del mecenazgo en nuestro país y, al mismo tiempo, el compromiso de ciudadanos y empresas por causas de interés general.

Al haber dirigido establecimientos públicos culturales antes de acceder al cargo de ministro de Cultura en 2002, era consciente del papel cada vez más importante que podían desempeñar particulares y empresas en el funcionamiento de esas estructuras y en el desarrollo de sus proyectos.

Así pues, me dediqué a promover ante D. Jacques Chirac, que entonces optaba por su reelección como Presidente de la República, la idea que unos meses más tarde se plasmaría en la ley de 1 de agosto de 2003.

Esta iba acompañada de otras medidas que se adoptaron al mismo tiempo para promover las iniciativas privadas a favor de la cultura, como la creación del título de "Gran mecenas" del ministerio de Cultura, las disposiciones de la ley de Finanzas que asignaban parte de las herencias vacantes a la Fundación del Patrimonio, o la creación de medidas dirigidas a facilitar la creación de fundaciones.

Quiero aclarar que, si bien el ministro encargado de la Cultura fue quien llevó esa ley ante el Parlamento, no dejaba de tratarse de una ley sobre el mecenazgo de la que podían beneficiarse todas las causas de interés general.

Así, cuando el sector social recibía en 2017 un 28 % del presupuesto total, al sector cultural se le asignaba un 25 %, según el barómetro del mecenazgo de empresa realizado por Admical, lo que le situaba en la segunda posición de beneficiarios del mecenazgo, seguido por los sectores de educación y sanidad. El mismo barómetro indicaba que en 2017, el importe total del mecenazgo de empresas ascendió a cerca de dos mil millones de euros.

Es necesario afirmar que, para el gobierno al que pertenecía, la ley de 1 de agosto de 2003 no significaba en absoluto que el Estado se desentendiera de alguna de esas causas, sino que al contrario, le servía para afirmar que junto al Estado y a las colectividades territoriales se invitaba a participar a toda la sociedad.

Bien es cierto que los ciudadanos contribuyen al interés general mediante el pago de impuestos, pero además de esa contribución, ocurre a menudo que sustentan de forma desinteresada el desarrollo de múltiples causas de eminente interés para el conjunto de la sociedad. Así es como muchas asociaciones pueden contar con horas de disponibilidad que esas mujeres y hombres entregan de manera desinteresada.

**De hecho, estoy convencido de que es un deber de las sociedades democráticas y desarrolladas favorecer la práctica tanto del voluntariado como del mecenazgo.**

Procurando siempre que esas prácticas no obstaculicen, por un lado, ni el acceso de todos a un empleo remunerado, ni por otro, la perennidad del compromiso de los poderes públicos – el del Estado y el de las entidades locales – a favor de todo aquello que hace progresar a la sociedad.

Tales son los principios que rigen la ley de 1 de agosto de 2003. Esta garantiza la legitimidad del compromiso de las empresas a favor de todas las causas de interés general de su elección, incluso cuando a priori resulten ajenas a su objeto social.

También refleja la convicción de que el mecenazgo es algo útil para la comunidad mediante el establecimiento, en beneficio de los particulares y las empresas, de un plan de reducción de impuestos sobre el importe de las donaciones hechas por ambos.

El plan de 2003 tiene la ventaja de una gran simplicidad. Por esta razón, resulta ser un incentivo eficaz.

Los particulares pueden donar hasta el 20 % de sus ingresos, obteniendo una reducción de impuestos del 66 % sobre los importes donados.

Las empresas pueden donar el 0,5 % de su facturación y beneficiarse de una reducción de impuestos del 60 %.

Recientemente, la ley ha aumentado la capacidad de las pequeñas empresas para practicar el mecenazgo, mediante el establecimiento de una franquicia de 10.000 € para todas las empresas, sea cual sea su tamaño.

Se prevé que la ley de finanzas de 2020 incremente la franquicia hasta 20.000 euros.

Al contrario de lo que algunos han querido dar a entender, las disposiciones fiscales contenidas en la ley de 1 de agosto de 2003 no constituye un "regalo fiscal" que se conceda a los donantes.

No es así en la medida en que se trata, a contrario, de una especie de invitación a realizar una contribución adicional al interés general, movilizando la parte de la donación que no está cubierta por la reducción de impuestos.

Por consiguiente, la Ley de 1º de agosto de 2003 es una ley de confianza que reconoce que los ciudadanos y las empresas tienen suficiente discernimiento para tomar decisiones que apoyen las acciones que promuevan el desarrollo de la sociedad en muchas esferas.

La confianza con la que así se honra la inteligencia de los ciudadanos es el fundamento mismo de la democracia, puesto que esta reconoce que cada ciudadano es actor activo de la sociedad en la que vive.

**Actualmente, más de 5 millones de hogares fiscales y cerca de 50.000 empresas de todos los tamaños son mecenas y hacen uso de las disposiciones de la ley de 2003.**

En 15 años, el mecenazgo de empresa, la filantropía individual, la creación de fundaciones y fondos de dotación han experimentado un auge sin precedentes.



El importe de las donaciones declaradas se ha multiplicado por 4, el número de empresas mecenas por 12 y asistimos al desarrollo de nuevas formas de mecenazgo.

Pienso, en particular, en el mecenazgo llamado "popular" que, en su mayor parte, beneficia a proyectos locales en todo nuestro territorio, pero también a las suscripciones públicas lanzadas por las autoridades locales, las grandes instituciones públicas nacionales o las fundaciones.

Todos recordamos como la noche del pasado 15 de abril, mientras el incendio asolaba la catedral de Notre-Dame suscitando en el mundo entero una profunda emoción, el presidente de la República Francesa, Emmanuel Macron, anunció el lanzamiento de una suscripción nacional para que el conjunto de la ciudadanía pudiera dar muestra de su solidaridad ante la magnitud de los trabajos que se preveían para la reconstrucción del edificio.

En pocos días, las promesas de donaciones ascendieron a más de 900 millones de euros. La financiación participativa también gana terreno, a medida que en las empresas progresa el concepto de responsabilidad social y medioambiental y que se desarrolla el ámbito de la economía social y solidaria. Si bien no me corresponde hacer balance de la ley de 1 de agosto de 2003, puedo afirmar sin embargo que la sociedad francesa ya se ha adueñado de ella, porque se trata de una ley sencilla de entender y fácil de utilizar.

Por esa razón, aspiro a que la ley a la que se viene asociando mi nombre quede protegida de cualquier iniciativa que a fin de cuentas lleve a complicar el mecanismo de una máquina que funciona.

Esta legislación podría mejorarse en algunos aspectos, pero me gustaría que se hiciera con discernimiento, sin sucumbir a la manía de la inestabilidad fiscal y legislativa que desestabiliza el pacto social de nuestro país.

Me parece positivo que España se plantee adaptar la ley francesa sobre mecenazgo y fundaciones a su propia legislación.

No puedo sino acogerlo con satisfacción, expresando al mismo tiempo la esperanza de que un día la legislación de todos los países europeos se ajuste a los objetivos y normas comunes en este campo.



# 03

AVANZANDO  
CON NUESTROS CLIENTES  
Y CON LA SOCIEDAD

Jordi Casajoana

# AVANZANDO CON NUESTROS CLIENTES Y CON LA SOCIEDAD



**Jordi Casajoana**

Director del Departamento de Colectivos de Valor  
y Filantropía de Banca Privada

Con cada nuevo año llega el momento de hacer balance de todo lo relevante del año anterior.

En nuestro caso, nos toca examinar la evolución que ha tenido el Proyecto de Valor Social de Banca Privada en su tercer año de desarrollo y hacerlo, además, en el contexto de la creciente sensibilidad que tanto nuestros clientes como el conjunto de la sociedad muestran hacia los temas sociales y ambientales.

En este sentido, podemos decir que 2019 ha representado la plena consolidación de nuestro Proyecto y que esta consolidación se ha producido en el marco de un ejercicio en el que el concepto de sostenibilidad ha acabado ocupando un rol claramente central, tanto en los medios de comunicación como en la propia sociedad.

En efecto, 2019 no solo ha sido el año de la celebración en Madrid de la XXV Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático (COP25), sino también el año en que se ha consolidado entre los agentes económicos un elevado consenso respecto a la aportación de valor de la sostenibilidad y, por tanto, respecto a la necesidad de integrarla en todas las decisiones económicas.

Nuestro Proyecto ha tenido en la inversión sostenible y de impacto uno de sus pilares básicos desde el mismo momento de su lanzamiento, porque difícilmente pueden coexistir la solidaridad y la filantropía con una inversión que genere externalidades negativas para la sociedad y/o el medio ambiente.

En el caso concreto de la inversión de impacto, esta se puede considerar, además, una manera totalmente válida y altamente eficiente de practicar la filantropía, porque busca generar un impacto positivo en la sociedad y el medio ambiente sin renunciar por ello a un retorno financiero. Desde el prisma de la inversión responsable, 2019 ha sido un año de hitos relevantes para nosotros.

Por un lado, CaixaBank Asset Management ha conseguido la máxima calificación que otorgan las Naciones Unidas a las gestoras adheridas a sus Principios de Inversión Responsable y se ha situado así en el mismo nivel de calificación que VidaCaixa, que ya disfrutaba desde el año pasado de la calificación A+.

Por otro lado, el impulso que hemos seguido dando al conocimiento de las estrategias de inversión responsable ha posibilitado que durante el año pasado se hayan incrementado en un 501 % los saldos medios que nuestros clientes han invertido en los fondos ISR.

En el terreno de la inversión de impacto, hemos celebrado la adhesión de España al GSG (Global Steering Group for Impact Investment), que se confirmó en una ceremonia celebrada en el CaixaForum de Madrid el pasado mes de junio.

Desde nuestra Entidad hemos apoyado con fuerza esta iniciativa que pretende impulsar la inversión de impacto y que tiene como presidente del Consejo español a Juan Bernal, director general de CaixaBank Asset Management.

En referencia a la inversión de impacto, otro hito significativo es la primera comercialización de un vehículo de capital riesgo centrado en las microfinanzas y que constituye el primer vehículo FESE (Fondo de Emprendimiento Social Europeo) comercializado en Europa por una banca privada.

**Respecto a otro de los pilares fundamentales del Proyecto, formado por la filantropía, la RSC y la solidaridad, hemos seguido asesorando, facilitando y reconociendo la gran labor que muchos de nuestros clientes llevan a cabo en este terreno.**

En el apartado del asesoramiento, han crecido de forma clara los clientes que han demandado nuestros servicios para ayudarles a crear o a mejorar su proyecto filantrópico personal y, al mismo tiempo, hemos ampliado las posibilidades de asesoramiento, añadiendo a los proyectos de filantropía social o ambiental una parte potente de filantropía del arte o mecenazgo artístico.

Este último punto nos parece particularmente importante, porque la posibilidad de acompañar a nuestros clientes de Banca Privada en su acercamiento al mundo del arte era una demanda recurrente de una parte significativa de los mismos.

En este año que acabamos de cerrar ya hemos tenido la oportunidad de asesorar a algunos de ellos y hemos podido confirmar la validez de esta percepción.

**Además del asesoramiento a sus propios proyectos, hemos continuado facilitando a nuestros clientes causas contrastadas en las que poder expresar su solidaridad con todas las garantías de transparencia, buen gobierno y medición del impacto conseguido.**

Por supuesto, hemos seguido impulsando la colaboración de Banca Privada con la Alianza para la Vacunación Infantil y con la campaña anual de recogida de leche destinada a los bancos de alimentos, pero también hemos facilitado la colaboración de nuestros clientes con causas más locales, aunque igualmente importantes para su entorno y que cuentan con las mismas garantías que las primeras.

En este sentido, han sido paradigmáticos los primeros eventos solidarios celebrados en Barcelona y Madrid a favor de Triniyove y de los Comedores con Alma de "la Caixa".

Han conseguido un gran éxito de asistencia y un relevante importe recaudado que se ha destinado íntegramente a las causas apoyadas.

Evidentemente, el mérito de esta solidaridad corresponde íntegramente a nuestros clientes y es por ello que nos parece fundamental seguir reconociendo esta extraordinaria labor mediante los Premios Solidarios CaixaBank Banca Privada. En el año 2019 hemos celebrado la segunda edición de los mismos, constatando una vez más el gran número de clientes que impulsan proyectos solidarios.

A la edición de este año se han presentado 68 candidaturas (más del doble de las presentadas el primer año) que han optado a una de las dos categorías del premio: Mejor Proyecto Filantrópico y Mejor Trayectoria Filantrópica.

Finalmente, hemos continuado también con la labor de difusión y fomento de la filantropía mediante eventos realizados en distintas ciudades de España en los que, de





la mano de prestigiosos especialistas, hemos querido acercar a nuestros clientes distintos aspectos relacionados con la filantropía y la responsabilidad social corporativa.

**En resumen, el Proyecto de Valor Social de Banca Privada ha seguido creciendo y consolidándose.**

Hemos continuado ampliando las posibilidades y los servicios que ofrecemos a nuestros clientes en los ámbitos de la filantropía y la inversión responsable.

Al mismo tiempo, nuestros clientes y el conjunto de la sociedad han ido incrementando la demanda de soluciones para estos temas, lo que constituye un claro acicate para que no nos detengamos y sigamos planeando nuevas posibilidades, nuevos servicios y nuevos vehículos.

De cara al año 2020 tenemos previsto ampliar y diversificar las causas solidarias que ofrecemos a nuestros clientes, de manera que puedan seleccionar aquellas más adaptadas a sus inquietudes y sensibilidades.

También continuaremos incrementando la gama de vehículos de inversión socialmente responsable y pondremos a disposición de nuestros clientes nuevas posibilidades en vehículos de inversión de impacto.

Finalmente, esperamos sacar a la luz el primero de una serie de estudios académicos que contribuyan a visibilizar la realidad de la filantropía en nuestro país.

**Es mucho lo que hemos avanzado, pero sin duda nos queda aún mucho por hacer.**

La creciente demanda de soluciones financieras responsables y de asesoramiento filantrópico por parte de nuestros clientes en particular y de la sociedad en general ha venido para quedarse y, por tanto, debemos seguir avanzando para disponer de las mejores soluciones para hacerle frente.



04

NUESTRO AÑO  
EN CIFRAS



2019

# NUESTRO AÑO EN CIFRAS

## Causas solidarias de CaixaBank Banca Privada

Ofrecemos a nuestros clientes causas para que puedan desarrollar sus objetivos filantrópicos con la máxima transparencia e impacto posibles

### Recaudación 2019

GAVI	710.788 €
CAMPAÑA RECOGIDA DE LECHE	288.317 €
OTRAS CAUSAS	105.000 €

**1.104.105 €**

Barcelona acogió la primera cena solidaria "Una noche de película" en la que los clientes de banca privada contribuyeron a recaudar más de 65.000 € para la Fundación Trinijove.

## Colaboración con otras ONGs

Aportaciones realizadas por nuestros clientes en su colaboración con las principales entidades de nuestro país.

### Total recaudado en 2019

**6.674.990 €**



## Inversión Sostenible y Responsable

El compromiso con la Inversión Sostenible y Responsable (ISR) es global en todo el grupo CaixaBank. Los esfuerzos de CaixaBank AM y VidaCaixa les permiten ostentar ya la máxima calificación (+A) en los UNPRI y ese trabajo viene refrendado por el interés de nuestros clientes en incorporar los criterios ASG en la gestión de sus patrimonios.

Incremento de saldos medios en fondos ISR ➤

**+501 %**



## Premios solidarios

68 candidaturas en 2 categorías:

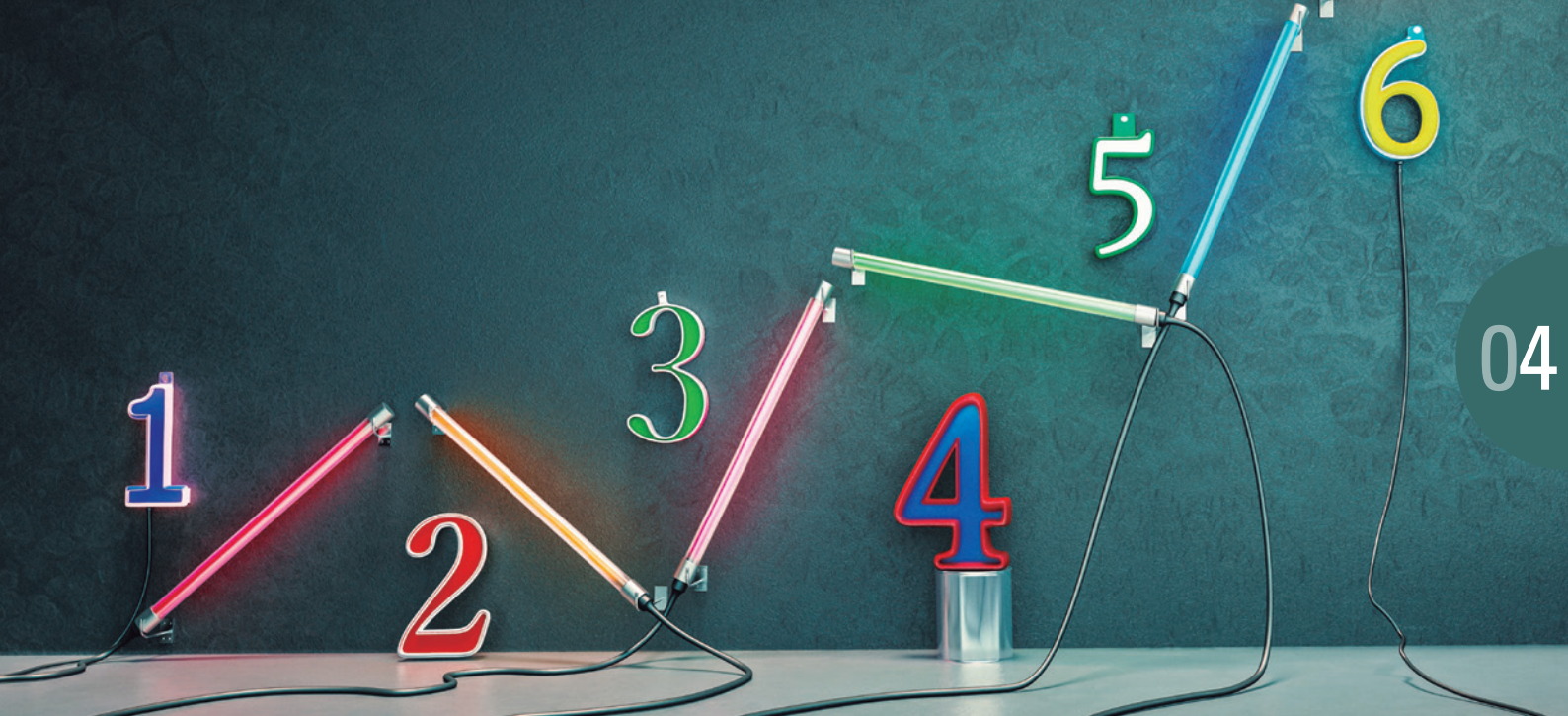
- Mejor Proyecto Filantrópico: Fundación Osborne
- Mejor Trayectoria Filantrópica: Fundación Konecta

Un encuentro anual para premiar las mejores iniciativas en el ámbito de la filantropía y el mecenazgo.

PREMIOS SOLIDARIOS 2019

 CaixaBank  
Banca Privada





## 11 Jornadas. Distribución territorial

Sesiones informativas y de divulgación con clientes.



Para más información y contacto:  
[filantropia.banca.privada@caixabank.com](mailto:filantropia.banca.privada@caixabank.com)

Este documento se ha creado solo con propósitos didácticos e informativos y como tal ninguna información contenida en el mismo debe interpretarse como asesoramiento o consejo financiero, fiscal, legal o de otro tipo.

Este documento y la distribución del mismo no están destinados a personas, entidades, jurisdicciones o países en los que su publicación, disponibilidad, distribución o utilización sea contraria a la legislación o normativa local. Si usted sabe que su acceso a este documento contravendría la legislación aplicable local, nacional o internacional, deberá ignorar su contenido. Cualquier uso que haga de este documento será por su cuenta y riesgo. Si necesita orientación sobre las normas que rigen su uso, por favor, póngase en contacto con un asesor jurídico. Por razones legales y operativas, este documento no está dirigido a personas físicas residentes en los Estados Unidos o personas jurídicas constituidas bajo legislación estadounidense.

La información aquí contenida se ha preparado para su difusión en general y, en ningún caso, tiene en cuenta objetivos específicos de inversión, situación financiera o necesidades de ninguna persona en particular. Ni CaixaBank, S.A., ni sus empleados, representantes legales, consejeros o socios aceptan ninguna responsabilidad por pérdidas que puedan producirse basadas en la confianza o por un uso de esta publicación o sus contenidos o por cualquier omisión. Cualesquiera estimaciones, cifras, etcétera, se consideran fiables en el momento en que se ha redactado el presente documento, pero pueden no ser necesariamente completas, y no se garantiza su exactitud. Debe señalarse que, con carácter general, la inversión en instrumentos financieros y sus rendimientos están sujetos a fluctuaciones del mercado, así cualquier rentabilidad futura puede llegar a ser nula o incluso negativa.

No se aceptará ninguna responsabilidad por el uso de la información contenida en este documento. Este documento no puede ser reproducido (en parte o en su totalidad) sin nuestro permiso previo por escrito.

