

EMBARGADO HASTA EL SÁBADO, 29 DE DICIEMBRE

"la Caixa" recupera su denominación fundacional para proyectar su compromiso social

- La entidad estrena, coincidiendo con el final del año, una campaña de comunicación con la que recupera su denominación original, "la Caixa", para referirse al compromiso social que dio origen a la misma en el año 1904.
- Los beneficiarios de distintos programas ponen voz a los conceptos que definen las iniciativas de la primera fundación privada de España y una de las más importantes del mundo: solidaridad, investigar, compromiso, acompañar, progreso, aprender, excelencia... «"la Caixa" es una fundación. La fundación es "la Caixa"», concluye la campaña.
- En 2018, "la Caixa" ha contado con un presupuesto de 520 millones de euros destinados a acción social, investigación, educación y divulgación cultural. En total, con la eficiencia y la focalización en los programas transformadores como principios rectores, se han impulsado más de 50.000 iniciativas que han llegado a más de 12 millones de beneficiarios.
- El presupuesto de 2019 alcanzará los 545 millones de euros, que incluyen una partida extraordinaria de 15 millones destinados a reforzar el apoyo a la investigación biomédica, a la construcción de CaixaForum Valencia y a la renovación de la sala permanente de CosmoCaixa.

- «El que fue el fundador, en 1904, de la Caja de Pensiones para la Vejez y de Ahorros, Francesc Moragas, solía simplificar en sus textos el nombre de la entidad con dos palabras, enfatizadas siempre en mayúsculas: LA CAIXA. Así, se anticipó y creó una marca que hoy pertenece un poco a todos. El nombre de nuestro compromiso social», explica Isidro Fainé, presidente de la Fundación Bancaria "la Caixa".

28 de diciembre de 2018. «Yo lo llamo confianza», «Yo lo llamo trabajo», «Yo lo llamo oportunidad», «Yo lo llamo compartir»... Las voces de los beneficiarios de distintos programas de la entidad definen la que es la primera fundación privada de España y una de las más importantes del mundo: "la Caixa". Se trata del *leitmotiv* de su nueva campaña de comunicación. «"la Caixa" es una fundación. La fundación es "la Caixa"», concluye el spot.

La entidad estrenará, coincidiendo con el final del año, una campaña de comunicación con la que recupera su denominación fundacional, "la Caixa", que será la que emplee a partir de ahora para referirse al compromiso social que dio origen a la misma en el año 1904.

La campaña, que tendrá presencia en prensa, radio, televisión y medios digitales, coincide con el **150º aniversario del nacimiento de Francesc Moragas**, fundador de la Caja de Pensiones para la Vejez y de Ahorros, "la Caixa", en 1904. Con su creación, nació el primer gran proyecto de promoción social del país.

En 2018, "la Caixa" ha contado con un presupuesto de 520 millones de euros destinado a acción social, investigación, educación y divulgación cultural. En total, se han impulsado más de **50.000 iniciativas que han llegado a más de 12 millones de beneficiarios**, con el objetivo de cambiar presentes y construir futuros. Todo ello con la eficiencia y la focalización en los programas verdaderamente transformadores como principios rectores.

El presupuesto de la **Fundación Bancaria "la Caixa"**, presidida por **Isidro Fainé** y dirigida por **Jaume Giró**, alcanzará los **545 millones de euros en 2019**, que se desglosan en 530 millones de euros de presupuesto recurrente – el mayor en la historia de la entidad- a los que se añade una **partida**

extraordinaria de 15 millones de euros que se destinará, entre otros proyectos, a reforzar el apoyo a la investigación biomédica, la construcción de CaixaForum Valencia o a la renovación de la sala permanente de CosmoCaixa.

«Moragas, que era un hombre práctico, solía simplificar en sus textos el nombre de la entidad con dos palabras, enfatizadas siempre en mayúsculas: LA CAIXA. Así, se anticipó y creó una marca que hoy pertenece un poco a todos. El nombre de nuestro compromiso social», explica **Isidro Fainé**, presidente de la Fundación Bancaria "la Caixa", con motivo del lanzamiento de la campaña.

«A principios del siglo XX, "la Caixa" se identificaba con homenajes a la vejez, bibliotecas o colonias de verano. Hoy, este nombre es sinónimo de atención a colectivos vulnerables, investigación de excelencia, educación de calidad y propuestas culturales de primer nivel al alcance de todos los ciudadanos. Las necesidades sociales han cambiado, pero los valores de "la Caixa" son los mismos», ha añadido Fainé.

La campaña de comunicación está protagonizada por beneficiarios reales de programas como los dirigidos a luchar contra la pobreza infantil (**más de 60.000 menores vulnerables atendidos** en 2018); a facilitar un empleo a personas en situación de vulnerabilidad (**36.000 puestos de trabajo conseguidos**); a promover el envejecimiento activo (**cerca de 800.000 personas mayores** han participado en **16.000 actividades**); a la atención psicosocial al final de la vida (asistencia a **casi 25.000 enfermos avanzados**); al apoyo a la ciencia y la educación (**más de 75 millones de euros invertidos** en investigación y formación de excelencia), así como a la divulgación de la cultura (**más de 6 millones de visitantes** a las propuestas culturales de la entidad).

Área de Comunicación de "la Caixa"

Marina Teixidó: 934 044 092 / 608 099 023 mteixido@fundaciolacaixa.org

Sala de Prensa Multimedia: <http://prensa.lacaixa.es/obrasocial>

 [@FundlaCaixa](https://twitter.com/FundlaCaixa)