

Otra información relevante

De conformidad con lo establecido en el artículo 227 del Real Decreto Legislativo 4/2015, de 23 de octubre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley del Mercado de Valores, se comunica que:

Ibercaja Banco, dentro de su nuevo Plan Estratégico para el periodo 2021-2023, ha establecido los siguientes objetivos financieros: ratio de activos improductivos inferior al 5%, ROTE de al menos el 7% y ratio CET1 Fully Loaded del 12,5%

Se adjunta la nota de prensa relativa al lanzamiento del Plan Estratégico

I.C. de Zaragoza, 14 de abril de 2021

IBERCAJA APUESTA POR CRECER EN EMPRESAS, BANCA PERSONAL Y SEGUROS EN EL PLAN ESTRATÉGICO 2021-2023

- El presidente José Luis Aguirre y el consejero delegado Víctor Iglesias presentan a todos los empleados del Banco las coordenadas del nuevo Plan Desafío 2023, diseñado para superar un 7% de rentabilidad sobre fondos propios (ROTE)
- La experiencia de cliente continúa siendo el foco prioritario de este nuevo ciclo estratégico, que persigue multiplicar por 1,5 las captaciones de nuevos clientes en banca personal y banca privada, así como incrementar un 23% los clientes vinculados en banca de empresas
- Estos planes comerciales permitirán incrementar en 50 puntos básicos la cuota de crédito en empresas; crecer el 8% acumulado anual en gestión de activos (fondos de inversión, planes de pensiones y *unit link*); e incrementar más de un 6% acumulativo anual la cartera de seguros de riesgo
- El Banco continuará reforzando su fortaleza financiera, manteniendo su ratio de capital CET 1 *fully loaded* por encima del 12,5% y un ratio de activos improductivos por debajo del 5%
- El talento, la evolución del modelo tecnológico y una cultura corporativa en torno al propósito corporativo y la sostenibilidad serán determinantes para lograr las metas establecidas
- José Luis Aguirre ha destacado la apuesta de Ibercaja por un proyecto propio e independiente en este nuevo periodo, dando así continuidad a una historia de 145 años de función financiera, económica, social y territorial que ha consolidado el ADN distintivo de la Entidad
- Víctor Iglesias ha mostrado su confianza en la “tenacidad y resiliencia” del Banco para abordar con garantías este nuevo reto, tal y como ha demostrado a lo largo de su trayectoria y, en particular, en este último año de pandemia, en el que Ibercaja ha revalidado su consistencia estratégica, financiera, tecnológica, comercial y de responsabilidad social

Zaragoza, 14 de abril de 2021.- Ibercaja apuesta por crecer en empresas, banca personal y seguros en el Plan Estratégico 2021-2023, cuya hoja de ruta se ha presentado hoy a los más de 5.000 empleados del Banco, mediante un evento digital.

Así lo han trasladado en la rueda de prensa previa a este evento, también realizada de forma digital, el presidente de Ibercaja, José Luis Aguirre Loaso, y el consejero delegado, Víctor Iglesias Ruiz, quienes han expuesto las claves para esta nueva etapa.

José Luis Aguirre ha destacado que Ibercaja continuará reforzando en este nuevo Plan Estratégico 2021-2023, “un proyecto propio e independiente, dando así continuidad a una historia de 145 años de función financiera, económica, social y territorial que ha consolidado el ADN distintivo de la Entidad”.

Por su parte, Víctor Iglesias ha trasladado que “en el ciclo concluido, hemos impulsado una significativa transformación, convirtiéndonos en un Banco más digital, más ágil y flexible, más innovador y con mayor notoriedad y presencia en los principales foros económicos y

empresariales nacionales. Hemos consolidado las bases que nos permiten acometer los retos del presente y del futuro”.

Según ha añadido el consejero delegado de Ibercaja, “la asignatura pendiente es la rentabilidad y, por ello, todos los proyectos que se han configurado en este nuevo Plan Estratégico van encaminados a su mejora”. Iglesias ha mostrado su confianza en la “tenacidad y resiliencia de la Entidad para abordar este nuevo desafío, tal y como ha venido demostrando a lo largo de toda su trayectoria y, en particular, en este último año de pandemia, en el que Ibercaja ha revalidado su consistencia estratégica, financiera, tecnológica, comercial y de responsabilidad social”.

El primer mensaje trasladado por ambos a los empleados del Banco ha sido de agradecimiento por “un comportamiento ejemplar, profesional y personal, mantenido en una coyuntura tan complicada como la que nos encontramos. Contamos con un equipo humano excepcional, cuyo oficio e implicación supone nuestra mayor ventaja competitiva”.

Fortalezas para acometer un proyecto propio e independiente

El presidente de Ibercaja ha mostrado su confianza en la capacidad de España para remontar esta crisis que, según ha dicho, ha puesto en valor la función de la banca en la economía y en la sociedad. “Hemos mantenido operativo con fiabilidad y seguridad, en todo momento, el sistema circulatorio de la economía; el sector ha demostrado su robustez financiera, la contundencia de las respuestas y la firme voluntad de ayudar. Todo ello nos reporta un cierto restablecimiento de la reputación perdida a lo largo de la crisis anterior”.

En esta nueva etapa del proceso de consolidación sectorial, José Luis Aguirre ve espacio para “entidades medianas, líderes en sus principales zonas de actuación, bien capitalizadas y gestionadas, con estructuras de coste ajustadas, especializadas en segmentos de negocio con recorrido en volúmenes y márgenes, y que dispongan de un modelo de atención al cliente *omnicanal* de calidad”. Aguirre ha afirmado que Ibercaja cumple con todos estos parámetros.

Adicionalmente, el Banco cuenta con fortalezas históricas para acometer este nuevo ciclo estratégico, tal y como ha remarcado su presidente: “visión de largo plazo y prudencia en la toma de decisiones, liderazgo y arraigo territorial en sus zonas de actuación; expansión comercial consolidada en Madrid y Arco Mediterráneo; Grupo Financiero diferencial; cercanía y vinculación con los clientes; y preparación y máxima implicación de los profesionales”.

Ganar rentabilidad, de manera sostenible, con foco en la experiencia de cliente

Víctor Iglesias ha expuesto la hoja de ruta del nuevo Plan Estratégico, denominado Desafío 2023, cuyo principal objetivo es mejorar la rentabilidad, ya que “de ello depende la sostenibilidad de la Entidad a largo plazo”.

“Queremos reforzar nuestro liderazgo en experiencia de cliente consiguiendo que en cada interacción perciba el valor diferencial que le aportamos”, según Iglesias. La Entidad persigue multiplicar por 1,5 las captaciones de nuevos clientes en banca personal y banca privada, así como incrementar un 23% los clientes vinculados en banca de empresas y duplicar el ritmo anual de captación de nuevos clientes en este segmento”.

Estos planes comerciales permitirán incrementar en 50 puntos básicos la cuota de crédito en empresas; crecer el 8% acumulado anual en gestión de activos (fondos de inversión, planes de pensiones y *unit link*); y aumentar más de un 6% acumulativo anual la cartera de seguros de riesgo.

Todos los proyectos que se van a poner en marcha tienen, como objetivo final, superar en 2023 un 7% de rentabilidad sobre fondos propios (ROTE), con un *payout* del 50%.

El Banco continuará, en paralelo, reforzando su fortaleza financiera, manteniendo su ratio de capital CET 1 *fully loaded* por encima del 12,5% y un ratio de activos improductivos por debajo del 5%.

El talento interno, la cultura corporativa y el modelo operativo constituyen las principales apuestas de este Plan para consolidarse como “una empresa ágil, innovadora, con el cliente en el centro de todas y cada una de las decisiones. Una organización distinguida por su apuesta por la sostenibilidad y guiada por su propósito corporativo”, concluyó Iglesias.

Líneas de trabajo del nuevo Plan Desafío 2023

Este nuevo ciclo se vertebra en torno a dos programas y dos bloques de iniciativas. El primero de los programas se basa en el cliente y su satisfacción, para lo que “toda la organización tenemos que volcarnos en sus necesidades, en su conocimiento y la inteligencia de negocio, desde una aproximación *omnicanal*”, ha trasladado Iglesias. Para ello, se incorporarán herramientas de información y de gestión comercial que permitirán optimizar el tiempo dedicado por los gestores a sus clientes, tanto de manera presencial como digital. El consejero delegado de Ibercaja ha anticipado que “en 2023, los procesos no presenciales originarán casi el 50% de las ventas, frente al 28% actual”. La banca de empresas, la banca personal y los seguros constituyen los segmentos estratégicos prioritarios dentro de esta línea de trabajo.

El segundo programa va encaminado a incrementar la productividad en la gestión comercial; la eficiencia en la creación de soluciones para los clientes. Se mejorarán, además, los diferentes procesos que dotarán a la Organización de una mayor flexibilidad, agilidad y capacidad de respuesta, tanto a nivel operativo como de funcionamiento interno. Mientras, las iniciativas de valor, entre otros objetivos, culminarán el desarrollo y homologación de modelos IRB de riesgo de crédito que el Banco inició en el Plan anterior.

Finalmente, la Entidad ha identificado tres palancas habilitadoras que permitirán impulsar los bloques anteriores. La evolución del modelo tecnológico, completando la transformación realizada en el Plan Estratégico 2018-2020; las personas, con un nuevo sistema de gestión basado en el talento y en la asignación óptima de perfiles a los diferentes puestos requeridos; y la integración de la sostenibilidad en todos los ámbitos de la actividad financiera del Banco, son las tres iniciativas habilitadoras.

El Plan Estratégico 2018-2020: palanca de impulso de la actividad comercial

Los logros conseguidos en el Plan 2018-2020 “hablan por sí mismos y sirven al Banco para afianzar las bases de la importante aceleración de crecimiento de la actividad comercial que queremos conseguir en el nuevo ciclo estratégico”, tal y como ha trasladado el consejero delegado de Ibercaja.

Así, el número de clientes particulares “bien vinculados” ha pasado a ser de 585.000 al finalizar 2020, frente a los 544.000 de 2017 y, en el caso de empresas, la cifra ha alcanzado los 62.000 desde los 55.000, en estas mismas fechas.

La transformación digital llevada a cabo en este periodo, una de las líneas clave en este ciclo, ha impulsado el número de clientes digitales, pasando de 630.000 en 2017 a 840.000 en el final del trienio.

La actividad del Grupo Financiero, una de las fortalezas diferenciales de Ibercaja, ha sido especialmente destacada durante estos tres años. Así, el saldo administrado de fondos de inversión ha sumado 3.000 millones de euros a final de 2020, lo que supone un 23% superior al

de final de 2017, con una ganancia de cuota de mercado de 81 puntos básicos, hasta superar el histórico 5,50% actual. “De hecho, Ibercaja Gestión ha recibido 2 de cada 10 euros de las entradas netas en fondos de inversión en España, entre 2018 y 2020”, según apuntaba Iglesias.

Los fondos de pensiones han incrementado su volumen un 10%, 647 millones de euros, avanzando su cuota de mercado en el sector en 18 puntos básicos. Por otro lado, la cartera de primas de seguros de riesgo ha registrado un crecimiento del 8% en el periodo contemplado.

Por el lado del crédito, Víctor Iglesias destacaba los 6.400 millones de euros de nuevas operaciones de financiación a clientes formalizadas en 2020 frente a los 5.500 millones de euros de 2017.

El consejero delegado trasladaba, también, la inversión realizada en infraestructuras y proyectos tecnológicos, que ha sido de 50 millones de euros en estos tres años.

Este ciclo ha permitido al Banco reforzar su solidez financiera gracias, por un lado, a la relevante reducción del volumen de activos improductivos, que ha pasado de 4.100 millones de euros en 2017 a 1,600 millones de euros en 2020, lo que supone un descenso acumulado del 60%. El ratio de activos improductivos sobre el conjunto de las inversiones crediticias del Banco ha disminuido desde el 11,8% hasta el 5,1% de 2020.

En cuanto al ratio de capital CET 1 *fully loaded*, éste se ha situado en el 12,6% a finales de 2020, frente al 10,5% del inicio del Plan y al 12,5% fijado como objetivo en el anterior Plan Estratégico. Por su parte, el ratio de Capital Total *fully loaded* se ubica ya en el 17,3% frente al 12,7% con el que se iniciaba el trienio.

Iglesias ha añadido que, en estos tres últimos años, además de la gran evolución tecnológica que se ha producido y la optimización de procesos operativos y administrativos del Banco, se han dado pasos muy relevantes en el ámbito de las personas, “que constituye el factor decisivo y diferencial de nuestra empresa”, desplegando un modelo propio de liderazgo inspirador “que responde a nuestros valores y nuestro estilo de gestión”.

Como hitos de este ciclo concluido, Iglesias se refería también a la definición realizada del propósito corporativo “*ayudar a las personas a construir la historia de su vida porque será nuestra historia*”, que enmarca nuestra cultura corporativa, nuestros valores y nuestra identidad”, así como al establecimiento de una nueva Política de Sostenibilidad que recoge los principios para implantar, progresivamente, los criterios ASG en la estrategia corporativa global del Banco, en su oferta de productos y servicios, en la gestión de activos y de inversiones, y en la gestión de los riesgos crediticios.