Resumen de prensa

jueves, 16 de octubre de 2025



ÍNDICE

#	Medio	Titular	Fecha	
3	El Economista	Santander fusiona su negocio de consumo en Europa con el banco digital Openbank	16/10/2025	8
4	Expansión	CaixaBank reordena su banca privada y se lanza a por ultrarricos y clientes globales	16/10/2025	27
5	El Periódico	El mercado augura que el BBVA se quedará entre el 30% y el 50% en la opa	16/10/2025	18
6	Expansión	Los fondos españoles venden Sabadell en el mercado o esperan a la segunda opa	16/10/2025	25
7	El País	La CNMV se arriesga a demandas por el precio de una segunda opa al Sabadell	16/10/2025	26
8	El Mundo	Cada vez más pueblos sin una sucursal	16/10/2025	20
9	Cinco Días	De ahorrador a inversor: por qué poner el dinero a trabajar	16/10/2025	18
10	Cinco Días	“ “	16/10/2025	19
11	Expansión	La JUR pide reforzar los depósitos ante el éxito de los neobancos	16/10/2025	30
12	El Correo	Gaztenpresa, treinta años de compromiso con el empleo y el emprendimiento	16/10/2025	35
13	La Nueva España	Fiestas y visitas guiadas, ases del programa otoñal de Sidraturismo	16/10/2025	6
14	Levante	Los Premios Levante-EMV rinden homenaje a las víctimas de la dana	16/10/2025	4
15	Levante	“ “	16/10/2025	5
16	Levante	«Este premio reconoce nuestra forma diferente de hacer economía social»	16/10/2025	8
17	Diario de Navarra	Registrados varios incidentes durante la huelga en Pamplona	16/10/2025	21
18	Málaga Hoy	Caja Rural del Sur lanza un nuevo proyecto tecnológico	16/10/2025	16
19	Noticias de Navarra	54 becas para talento joven	16/10/2025	52
20	Diario de Burgos	Cajaviva Caja Rural inaugura una oficina en Severo Ochoa	16/10/2025	14
21	El Día de La Rioja	Cocina con sustancia	16/10/2025	14
22	Diario Jaén	La Monafest llega a Jaén con Morad como reclamo	16/10/2025	36
23	Diario Jaén	Un concurso promociona la mejor croqueta local	16/10/2025	22
24	Diario Jaén	Otra distinción más para Caja Rural	16/10/2025	7
25	La Tribuna de Albacete	Fundación Globalcaja renueva su apoyo a los programas de Asprona	16/10/2025	18

elEconomista

Publicación	El Economista General, 8	Fecha	16/10/2025
Soporte	Prensa Escrita	País	España
Circulación	21 000	V. Comunicación	42 130 EUR (49,004 USD)
Difusión	18 000	Tamaño	490,32 cm² (45,8%)
Audiencia	63 000	V.Publicitario	7684 EUR (8938 USD)

Dossier de prensa unacc

Santander fusiona su negocio de consumo en Europa con el banco digital Openbank

Alemania será el primer mercado en adoptar la marca única, seguido de otros países

Matteo Allievi MADRID.

El Santander avanza en sus planes de transformación digital y anunció ayer la integración de su negocio de consumo europeo en el banco digital Openbank. La operación implica que las entidades legales de Santander Consumer Finance (SCF) y Openbank operarán bajo una única plataforma y estructura jurídica. Alemania será el primer mercado en adoptar la marca única, seguido de otros países del Viejo Continente.

Adelantada por *El Español-Invertia*, la integración de Openbank y SCF se enmarca en la estrategia de simplificación del negocio en la que la entidad presidida por Ana Botín lleva inmersa desde hace tres años, con el propósito de aprovechar de su escala global para reducir costes y mejorar su eficiencia.

Según el plan *One Transformation*, el banco se organiza en torno a cinco áreas globales: banca minorista y comercial; banca de consumo digital (de la que forman parte Consumer Finance y Openbank); banca corporativa y de inversión; pagos; gestión patrimonial y seguros. Desde el Santander señalan que la fusión entre SCF y Openbank "reforzará la capacidad del grupo para ofrecer el mejor servicio y las soluciones de financiación más competitivas a sus socios comerciales, como fabricantes de coches, concesionarios o comercios, y clientes finales".

Alianzas con grandes firmas

Openbank es la marca digital de referencia del grupo cántabro y actualmente opera en cuatro países europeos (España, Alemania, Portugal y Países Bajos). Recientemente, ha iniciado su expansión internacional en Estados Unidos y México. En este último mercado, superó en septiembre los 300.000 clientes apenas seis meses tras su lanzamiento.

De su lado, Santander Consumer Finance es el líder europeo en financiación de automóviles por volumen de crédito (más de 140.000 millones de euros), con operaciones en 18 países. Ambas entidades juntas dan financiación a unos 16.000 nuevos clientes cada día en el Viejo Continente, ya sea para la compra de un coche, un móvil, una lavadora, una vivienda o cualquier otro producto de financiación personal.



Sucursal de Openbank. EE

> Las dos entidades juntas dan crédito a unos 16.000 nuevos clientes cada día en Europa

En los últimos años, la gestión conjunta de Openbank y SCF bajo el negocio global de Digital Consumer Bank ha impulsado el desarrollo de nuevos negocios a través de acuerdos con grandes firmas como Apple, Amazon o Vodafone, en distintos países europeos. Precisamente hace un par de semanas, Santander anunció la llegada a España de la solución de pago aplazado a los clientes de Amazon con la plataforma Zinia, ya implementada en Alemania y Austria.

Con la fusión entre SCF y Openbank, los clientes de ambas entidades accederán a una oferta de productos más amplia a través de una plataforma digital única y simplificada, con un único punto de acceso para sus soluciones de banca, financiación y pagos, apuntan desde el grupo cántabro. "Al combinar la tecnología de vanguardia de Openbank con la experiencia en financiación al consumo de Santander, estamos construyendo un banco digital más eficiente, innovador y preparado para el futuro", afirmó Nitin Prabhu, responsable global de Digital Consumer Bank del grupo, fichado en PayPal a finales de 2024.

Entre otras soluciones, Openbank ofrece un servicio de inversión automatizado Robo Advisor, una plataforma de bróker con herramientas basadas en inteligencia artificial que proporcionan precios objetivo para valores europeos y estadounidenses, y recientemente ha incorporado la compraventa de criptomonedas.

Santander iniciará el proceso fusionando las entidades legales Openbank y Santander Consumer Finance, con sede en España, sujeto a las aprobaciones regulatorias. Al mismo tiempo, el grupo consolidará los negocios de Openbank y Santander Consumer Bank en Alemania para luego desplegar la nueva marca en el resto de mercados europeos.

Expansión

Publicación	Expansión General, 27	Fecha	16/10/2025
Soporte	Prensa Escrita	País	España
Circulación	43 332	V. Comunicación	61 191 EUR (71,176 USD)
Difusión	32 840	Tamaño	354,84 cm² (56,9%)
Audiencia	130 000	V.Publicitario	11 798 EUR (13 723 USD)

Dossier de prensa unacc

CaixaBank reordena su banca privada y se lanza a por ultrarricos y clientes globales

LANZA NUEVA MARCA DE BANCA PRIVADA: CAIXABANK WEALTH MANAGEMENT/ El banco reorganiza su negocio ligado a grandes clientes un año después de la llegada de Belén Martín a la dirección de la división.

Sandra Sánchez. Madrid

CaixaBank reordena su actividad vinculada a grandes clientes un año después del cambio en la primera línea de la dirección de la división. Belén Martín, responsable del negocio de banca privada del grupo desde septiembre de 2024, ha reestructurado los servicios de este negocio y ha abordado un cambio de marca, buscando ganar cuota a nivel internacional y entre clientes de muy altos patrimonios, en su primera decisión de calado al frente del negocio.

El banco, que en el último ejercicio ha sufrido salidas de profesionales de primer nivel de la división, busca ahora posicionar su negocio de banca privada como una actividad de mayor alcance internacional y potenciar su oferta a clientes vip.

Como primer paso, CaixaBank ha cambiado la marca de su negocio de grandes clientes (antes CaixaBank Banca Privada) y lo ha denominado CaixaBank Wealth Management. "Buscamos un nombre internacional para darle carácter global al negocio", explica Martín, que adelanta el objetivo del grupo "de ganar escala internacional".



Belén Martín, directora de CaixaBank Wealth Management.

Internacional

Hasta ahora, la entidad cuenta con una filial en Luxemburgo, CaixaBank Wealth Management Luxembourg, su división internacional, desde donde aglutina el ahorro que sus propios clientes de grandes fortunas tienen domiciliado en otros países distintos a España.

Pero el banco busca ahora acelerar la captación de grandes clientes procedentes de Latinoamérica (ya cuenta con un equipo especializado en estos perfiles desde enero de 2022), que han disparado en los últimos años su apetito por vivir o invertir en España, especialmente en Madrid, y de Europa del Este, donde la entidad detecta un aumento de la necesidad de invertir en *real estate*.

La entidad no descarta abrir una nueva filial internacional para acelerar el crecimiento entre estos clientes globales. La entidad no ha querido desvelar sus planes, pero es habitual que las bancas privadas españolas elijan, además de Luxemburgo, Miami o Suiza como plazas para desarrollar su actividad internacional.

Muy altos patrimonios

CaixaBank se ha marcado el objetivo de atraer un mayor número de clientes con patrimonios elevados, por encima de los 4 millones de euros. El banco prevé reforzar su oferta actual con nuevos productos y servicios más sofisticados que sirvan de gancho para este perfil de cliente.

"Estamos trabajando en una serie de servicios adicionales para perfiles de muy altos patrimonios, con el objetivo de llegar a más clientes, aprovechando las capacidades que hemos generado en los últimos años", explica la directora de CaixaBank Wealth Management.

La división de banca privada prevé comenzar a ofrecer asesoramiento inmobiliario, potenciar su oferta vinculada al patrimonio no financiero de los clientes, y desarrollar productos de mercados privados "con nuestras propias capacidades". Hasta ahora, CaixaBank solo distribuye productos alternativos de terceros entre sus mejores clientes.

Estructura

Bajo la nueva estructura liderada por Belén Martín, la entidad comenzará a reagrupar a sus clientes más exclusivos, por encima de los cuatro millones de euros de patrimonio, en el segmento que a partir de ahora denominará CaixaBank Global Wealth. Lo que la entidad agrupaba antes bajo el servicio de asesoramiento independiente evoluciona hacia un servicio más más global del patrimonio financiero y no financiero del cliente, más en línea con los servicios ofrecidos por un *family office*.

Por debajo de este segmento, el anterior servicio de Indepent Advisory pasa ahora a denominarse Private Wealth, donde se ubican los clientes con patrimonios del millón a los cuatro millones; mientras que CaixaBank Private Banking englobará el negocio de asesoramiento no independiente del banco, indistintamente del volumen gestionado, con el foco en ofrecer servicios a medida.

Bajo el paraguas de la nueva marca, se integran también los negocios de Luxemburgo y OpenWealth, el *family office* del grupo.

Agrupa a clientes con más de 4 millones en CaixaBank Wealth, su marca más prémium

Prepara reforzar su oferta con nuevos servicios para captar clientes con mayor patrimonio

Estrategia

La reordenación del negocio tiene el objetivo de mantener la dinámica de crecimiento de una división que es clave en el nuevo plan estratégico del banco para los próximos años.

A cierre de septiembre, CaixaBank cuenta con un patrimonio en banca privada de 181.684 millones de euros, tras crecer un 13% respecto al año anterior, muy por encima del objetivo marcado por la entidad, que preveía un crecimiento del 6% anualizado de 2025 a 2027.

En este tiempo, CaixaBank ha ganado más de 11.000 clientes de banca privada, hasta superar los 167.000, y cierra el trimestre con 1.142 banqueros privados. La firma ha incorporado al equipo a 41 profesionales, nueve de ellos fichajes de la competencia.

CaixaBank compite por ser la mayor banca privada en España

CaixaBank busca acelerar la captación de grandes clientes y ganar cuota en un segmento de mercado, que cobra importancia en un momento de mercado como el actual. El banco tiene entre sus objetivos prioritarios de su plan estratégico actual impulsar sus servicios de banca privada, un negocio generador de comisiones, clave para las entidades financieras en un contexto de normalización de tipos de interés. CaixaBank quiere crecer entre grandes clientes a nivel internacional, donde tiene margen de mejora, pero también en España. "Queremos ganar escala en volumen en el país", reconoce Belén Martín, responsable de CaixaBank Wealth Management.
El banco, que ha sido pionero en los últimos años dentro del segmento de la banca privada en cuanto a lanzamiento de servicios innovadores, va rezagado en volumen de activos, respecto a Santander, que se encuentra en plena ofensiva por crecer en este negocio y ha reestructurado su equipo, con este cometido.
Según los últimos datos comparables (a cierre del primer semestre), Santander gestionaba 184.700 millones de grandes clientes en España, frente a los 175.633 millones de euros que gestionaba CaixaBank en ese momento.

el Periódico

Publicación	El Periódico de Cataluña General, 18	Fecha	16/10/2025
Soporte	Prensa Escrita	País	España
Circulación	98 977	V. Comunicación	80 085 EUR (93,153 USD)
Difusión	78 168	Tamaño	799,07 cm² (74,6%)
Audiencia	185 000	V.Publicitario	20 734 EUR (24 117 USD)

Dossier de prensa unacc

Cuenta atrás en el sector bancario

El mercado augura que el BBVA se quedará entre el 30% y el 50% en la opa

El precio y las consecuencias de una posible segunda oferta se convierten en el último campo de batalla Algunas voces ya apuntan a 3,39 euros por acción del Sabadell, más que su cotización actual

PABLO ALLENDESALAZAR
Madrid

El resultado oficial de la oferta de compra (opa) del BBVA sobre el Sabadell no se conocerá hasta el próximo viernes, pero el mercado ya se ha formado un criterio predominante. A riesgo de equivocarse, entre los inversores profesionales, el resto de bancos y algunos agentes del entorno de la operación se ha impuesto la impresión de que lo más probable es que el grupo de origen vasco se haya quedado con un grado de aceptación de entre el 30% y el 50% del capital social de la entidad catalana, según diversas fuentes consultadas.

Lo que muchos apuntan en privado lo afirmó ayer en público el director de renta variable ibérica de la gestora Bestinver, Ricardo Seixas, quien vaticinó que el BBVA puede haberse quedado entre el 35% y el 40%. De ser así, el banco tendrá que decidir si desiste o –lo que se juzga más probable en el mercado– se inclina por lanzar una segunda opa para terminar de controlar a su rival. Así las cosas, el precio y las posibles consecuencias de esa segunda oferta se ha convertido estos días en el último campo de batalla de la larga guerra que han mantenido las dos entidades desde hace más de 17 meses.

> Los inversores creen que Torres lanzará otra operación si la necesita para controlar el banco catalán

El Sabadell, en esta línea, decidió desvelar el pasado martes, sin tener obligación de ello, que la inmensa mayoría de los accionistas minoritarios que tienen sus títulos depositados en la propia entidad se han opuesto a la opa: solo ha habido aceptaciones equivalentes al 1,1% del capital social del banco y la ha rechazado el 29,7% del capital restante depositado en la entidad. El mensaje que parece haber tratado de trasladar al BBVA es que debe pensarse dos veces lanzar la segunda opa, ya que sus clientes están en contra de la operación y el negocio podría resentirse.

En el mismo sentido se puede interpretar que en las últimas horas algunas fuentes hayan comenzado a defender que el precio mínimo de esa segunda opa debería ser de 3,3922 euros por acción del Sabadell, como adelantó *Expansión*. Su argumento es que se trataría de la valoración que hizo el BBVA de los títulos al aumentar la oferta hace dos semanas y media. A su juicio, lo confirmaría que es la cifra que ha utilizado el banco de origen vasco como referencia en el folleto de la operación y las publicidades de la oferta.

Lo cierto es que esos 3,3922 euros eran la cantidad que surgía de aplicar la ecuación de canje mejorada de la opa a la cotización de los dos bancos de la sesión bursátil previa. La cantidad, por lo tanto, ha ido variando desde entonces (3,2631 euros ayer). Pero lo más significativo es que es un precio superior a la cotización actual del banco (3,226 euros) y que, además, parece difícil de igualar en las sesiones que quedan hasta que este viernes la Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV) desvele cuál será el criterio para fijar el precio mínimo de la posible segunda opa.

Más costosa

El objetivo de fondo, así, parece ser que el supervisor fije un precio mínimo más alto que el actual para tratar de que al BBVA no le salgan las cuentas para lanzar esa segunda oferta, o al menos le resulte más costosa y más beneficiosa para los accionistas del Sabadell. Con esos 3,3922 euros, la segunda operación costaría al BBVA entre 8.520 y 11.928 millones (en función de si estuviese más cerca del 50% o el 30% en la primera opa), frente a los entre 8.103 y 11.344 millones que resultarían de aplicar la cotización actual de las acciones.

Pese a todo ello, la impresión predominante en el mercado es que el BBVA lanzará esa segunda opa si le hace falta para controlar el Sabadell. Así, por ejemplo, lo consideró probable el ejecutivo de Bestinver, quien estimó que la nueva oferta le permitiría al banco obtener un 5% adicional del capital del Sabadell. Y con ello, añadió, podría tomar el control de la entidad, colocando un equipo directivo de su confianza, para posteriormente ir ampliando su participación poco a poco con compras en bolsa y así preparar la absorción de la entidad cuando venza la condición de no fusión fijada por el Gobierno dentro de entre tres y cinco años.

Remuneración al accionista

Ese escenario, en cualquier caso, también genera incertidumbres sobre sus posibles consecuencias, que siembran dudas sobre la decisión que pueda tomar el

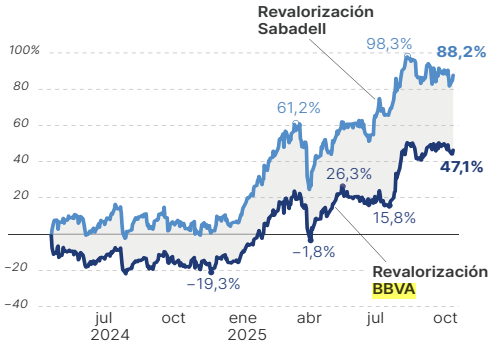
> El banco vasco podría ir luego ampliando su participación con compras en bolsa para preparar la absorción

BBVA llegado el caso. En primer lugar, está por ver si la necesidad de financiar la segunda opa le obligaría a recortar la remuneración que prometió a sus accionistas si seguía en solitario (36.000 millones de euros entre 2025 y 2028), así como su posible impacto en su cotización bursátil.

En segundo lugar, quedaría por despejar si la actual cúpula del Sabadell cedería el poder pacíficamente desde el primer momento o podría producirse una pugna transitoria por el mismo. Y en tercer lugar, el banco de origen vasco asumiría lo que se conoce como un *riesgo de ejecución* elevado: es decir, la posibilidad de que la integración vaya peor de lo que espera por factores internos (como un retraso en lograr las sinergias o una pérdida de clientes mayor de la prevista) o del contexto económico (como la evolución de la actividad económica o de los tipos de interés). ■

REVALORIZACIÓN DE LA ACCIÓN DEL BBVA Y EL SABADELL DESDE LA OPA

El anuncio de la opa fue el 29 de abril del 2024



EVOLUCIÓN DE LAS ACCIONES DEL SABADELL

Desde el anuncio de la opa



EVOLUCIÓN DE LAS ACCIONES DEL BBVA

Desde el anuncio de la opa



Expansión

Publicación	Expansión General, 25	Fecha	16/10/2025
Soporte	Prensa Escrita	País	España
Circulación	43 332	V. Comunicación	68 666 EUR (79,871 USD)
Difusión	32 840	Tamaño	322,25 cm² (51,7%)
Audiencia	130 000	V.Publicitario	11 119 EUR (12 933 USD)

Dossier de prensa unacc

SEMANA CLAVE PARA LA OPA BBVA-SABADELL

Los fondos españoles venden Sabadell en el mercado o esperan a la segunda opa

ESTRATEGIAS/ Los gestores de fondos nacionales evitan acudir a la primera opa para eludir el riesgo de tener su inversión bloqueada hasta la liquidación y a la espera de una segunda oferta en efectivo.

Algunos inversores reconocen haber ido vendiendo acciones desde que comenzó el plazo de aceptación

Prácticamente ningún gestor confía en que BBVA suba el precio en una segunda oferta

Sandra Sánchez. Madrid

Los fondos de inversión españoles toman una doble vía para sus acciones de Sabadell. Los gestores con participaciones en el capital del banco presidido por Josep Oliu han optado por vender sus títulos, o parte de ellos, en el mercado antes de acudir al canje del pasado viernes, y otros aguardan a una segunda opa, esperando a la condición del pago en efectivo o a la posibilidad de canjear su inversión a un precio mayor.

Ayer, la mayor gestora independiente española con más de 7.300 millones de euros en inversiones, Bestinver, accionista de Sabadell durante los últimos años, comunicó que ha vendido sus acciones de la entidad opada antes del viernes 10 de octubre, cuando concluyó el plazo de aceptación, para "evitar riesgos de incertidumbre".

"Hemos liquidado nuestra posición de Sabadell en el mercado, porque las probabilidades que quedan abiertas a partir de ahora no nos parecen interesantes. Hay muchos escenarios posibles donde a partir de ahora tanto las acciones de Sabadell como las de BBVA podrían sufrir", explicó Ricardo Seixas, responsable de inversiones en Bolsa española de la gestora.

Otros gestores españoles consultados por EXPANSIÓN reconocen haber seguido una estrategia similar y han optado por ir vendiendo, al menos parte de sus acciones, desde que comenzó el plazo de aceptación, cuando el precio en el mercado era más alto que el ofrecido por BBVA. Otros prefieren esperar a una posible segunda opa.



Efe

Sucursales de Banco Sabadell y BBVA en Barcelona.

Escenarios

La razón es su convencimiento sobre que BBVA no logrará superar el 50% de aceptación en este primer intento. En esta línea, una de las posibilidades (aunque menor, según apunta el mercado) es que BBVA no alcance el 30% de aceptación, lo que, creen, probablemente provocaría una caída de las acciones de ambos bancos.

Por otra parte, la probabilidad que gana más enteros en el mercado ahora mismo es que BBVA logre entre el 30% y el 50% de las acciones de Sabadell.

Los fondos españoles alcanzaban hasta el 3% del capital de Sabadell antes del canje

En este caso, los fondos nacionales confían en que Carlos Torres, presidente del banco, renunciará al mínimo requerido del 50% de derechos de voto para que la operación sea exitosa y se lanzará a intentarlo en una segunda opa, según explican una amplia representación de gestores nacionales, que prefieren no ser mencionados al reconocer presiones de ambos bancos en las últimas semanas para decantar su voto.

Los inversores institucionales españoles no esperan una mejora del precio de una segunda operación, pero valoran que BBVA tuviera que ofrecer en esa ocasión un componente obligado en efectivo.

De esta manera, evitan el riesgo de iliquidez, al comprometer sus acciones en un canje hasta que se liquide la primera oferta. Y por otra parte, evitan una posible corrección de los títulos de BBVA en el mercado si la entidad se ve obligada a lanzar una segunda opa.

Por último, aunque es una opción poco esperada, los gestores todavía valoran el hecho de que el precio supervisado que BBVA tendría que pagar en una segunda operación sea más alto al de la primera. La CNMV dará a conocer los criterios para calcularlo el viernes, si la aceptación es menor al 50%

Futuro de BBVA

Bestinver reconoció ayer haber aprovechado parte de la venta de sus acciones de Sabadell para reforzar su posición en BBVA, banco del que ya era accionista y donde ve buenas perspectivas de revalorización a largo plazo.

"Si confías en las oportunidades del sector bancario en Bolsa, la lógica es comprar acciones de BBVA en los próximos días, porque sus títulos se han quedado muy rezagados respecto a sus pares, y a largo plazo deberían subir", explica una de las mayores gestoras españolas con participación en Banco Sabadell.

Además, los gestores creen que, tras una segunda opa, BBVA superaría al menos el 45% del capital de Sabadell, con lo que "no tendría problema para tener el control de la junta de accionistas y a partir de ahí tomar decisiones sobre la estrategia de Sabadell (como cambiar los puestos ejecutivos) antes de poder fusionarlo cuando acabe el veto del Gobierno", sugiere otro gestor de fondos.

Participación

La posición de los fondos españoles en el accionariado de Sabadell no es significativa para el resultado de la opa, en comparación con la de otros grandes institucionales internacionales, pero los bancos han peleado su participación, hasta el último día, según reconocen los gestores.

Antes del canje y de que algunos fondos hayan decidido ir al mercado, la posición de las gestoras españolas alcanzaba hasta el 3% del accionariado del banco. Más allá de los fondos españoles, pocos inversores institucionales se han pronunciado sobre qué decisión han tomado en esta operación. Entre los más destacados, ha habido movimientos reconocidos de todo tipo, como el del mexicano David Martínez, que acudió a la opa con todas sus acciones (el 3,86% del capital) o Zurich (con el 4,94%), socio en seguros de Sabadell, que ha preferido preservar sus acciones del banco.

También se ha conocido que BlackRock, el mayor inversor de Sabadell (con el 7,37%), ha acudido con su participación en gestión activa (alrededor de un 0,5% del capital de la entidad) a la opa, aunque ha tenido que reservar buena parte de su participación en Sabadell, a través de sus fondos de gestión pasiva, ante la probabilidad de que Sabadell se mantenga en los índices de Bolsa tras esta primera opa.

EL PAÍS

Publicación	El País Nacional, 26	Fecha	16/10/2025
Soporte	Prensa Escrita	País	España
Circulación	263 667	V. Comunicación	93 329 EUR (108,558 USD)
Difusión	236 522	Tamaño	353,88 cm² (56,6%)
Audiencia	791 000	V.Publicitario	36 421 EUR (42 364 USD)

Dossier de prensa unacc



Vista de una oficina del Banco Sabadell junto a otra del BBVA en una calle de Barcelona el viernes. ALBERTO ESTÉVEZ (EFE)

La CNMV se arriesga a demandas por el precio de una segunda opa al Sabadell

El regulador desvelará mañana qué cotización de referencia tomará para calcular el valor de la oferta que, posiblemente, tenga que poner sobre la mesa el BBVA

ÁLVARO BAYÓN
Madrid

La Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV) echa humo. El regulador de los mercados trabaja para determinar cómo calcular el precio equitativo al que el BBVA tendría que lanzar una segunda oferta sobre el Sabadell, en caso de que finalmente la aceptación de la opa se quede entre el 30% y el 50% cuando se conozca el resultado definitivo de la operación mañana. Frente a ello, *hedge funds*, inversores oportunistas y despachos de abogados se preparan para lanzar posibles demandas al regulador, en el caso de que el precio consignado sea inferior a sus pretensiones, según indican fuentes jurídicas.

La fecha clave será mañana viernes, día 17 de octubre. En esta fecha, el regulador de los mercados comunicará el resultado de la opa hostil del BBVA al Sabadell. La oferta está condicionada a que la acepten dueños de más del 50% del capital, pero el BBVA contempla avanzar en la operación si se queda por encima del 30%. En ese caso, la ley le obligaría a lanzar una segunda oferta, en efectivo y a un precio que la CNMV considerase como equitativo. El regulador publicará también el 17 de octubre cómo se determinará ese precio equitativo, una decisión que ha generado mucha expectación debido a los escasos precedentes de operaciones de este tipo. Lo poco que se conoce es lo que ha dicho el BBVA en el folleto de la opa, en la que aludía al artículo 9.2.e de la normativa de opas como el método para fijar ese precio equitativo. Este establece que se calculará con la media ponderada de cotización en el día de adquisición. No está claro ni qué acción tomar como referencia ni cuál se considera ese día de adquisición. Y esto es lo que la CNMV debe aclarar ahora.

El problema es que la regulación de opas tiene aquí un punto ciego. Fuentes de varios despachos de abogados que suelen trabajar con *hedge funds* apuntan a que su interpretación de la ley es que ese día de adquisición es, como pronto, entre el 20 y el 21 de octubre.

Esto entraña varios problemas. El primero es que, si el resultado de la operación se conoce mañana y el BBVA debe decidir ese mismo día si sigue adelante, el banco vasco tendría que decantarse por lanzar o no la segunda oferta sin conocer a ciencia cierta a qué precio sería.

Hay dudas sobre qué acción tomar como referencia o sobre qué día hacer el cálculo

La operación está condicionada a que la acepte más del 50% del capital

La segunda cuestión es que esto supondría que entre la decisión del BBVA y que se fijase el precio equitativo haya varios días con el mercado abierto, de modo que los inversores pudiesen elevar la cotización del Sabadell y obligar al BBVA a pagar un precio muy alto. En este sentido, la CNMV se guarda el as en la manga de poder alterar el precio de la segunda opa si percibe manipulación del mercado.

Referencia

Solo este asunto, el que el regulador tome de referencia el precio de cotización de un día u otro para fijar un precio equitativo, ya abre la puerta a que se planteen demandas contra la CNMV. Por el lado de los *hedge funds*, porque consideren que fijarlo antes de conocerse el resultado de la opa pueda hacer que la segunda oferta sea a un precio inferior al que debería. A esto se añade el hecho de que todo apunta a que la CNMV libre al BBVA de justificar el precio con un informe de valoración, como sí planteaba en los folletos de las opas de Orange sobre Jazztel o de Greentech sobre Fersa.

Otras fuentes también argumentan que la segunda oferta nunca puede ser al mismo precio que la primera, si bien el BBVA ha afirmado que solo la lanzará si es así. Se agarran a que la misma norma de opas solo libraría al BBVA de lanzar esta segunda oferta si fuese superado por más del 50% del capital. Explican que, cuando redactaron la regulación en los años 2000, se estableció este punto como una fórmula de "validación democrática" de un precio que no fuese avalado previamente por la CNMV como equitativo. Y que si no alcanzaba ese 50% se entendería que el mercado es el que ha considerado, ya que no es lo suficientemente bueno.

Por el lado del BBVA, busca evitar tener que tomar la decisión sobre si lanzar esa segunda oferta sin saber el precio o a uno muy elevado, que desbarate la transacción. Fuentes del banco indican que no han tomado ninguna decisión y que solo lo harán el viernes, cuando conozcan el veredicto de la CNMV. En esta opa ya tienen precedentes de ir a los tribunales para intentar revertir decisiones que consideran que no se ajustan a la ley. Acudieron al Supremo para intentar dejar sin efecto la condición impuesta por el Gobierno, de mantener la independencia de los dos bancos durante entre tres y cinco años.

Tampoco sería la primera opa que causa un problema jurídico a la CNMV. El fondo Polygon acudió a los tribunales por una cuestión sobre la opa de KKR a Telepizza, que precisamente versaba sobre si el precio con el que se la excluyó a la compañía de Bolsa era equitativo o no. Tanto el Supremo como la Audiencia Nacional dieron la razón al regulador.

Bestinver no acudió a la oferta, pero vendió en el mercado

La gestora Bestinver (propiedad de Acciona) explicó ayer que sus fondos optaron por vender los títulos que tenían del Sabadell antes de que concluyera el plazo de aceptación. Los detalles los ofreció en rueda de prensa Ricardo Seixas, responsable de las inversiones en la Península Ibérica. La buena evolución del sector financiero ha revalorizado un 43% este año al fondo Bestinver Bolsa Española. Seixas optó por no acudir a la opa, pero tampoco quiso quedarse con las acciones. "Decidimos ir deshaciendo la posición antes de que concluyera el plazo Vendimos las acciones en mercado porque ya se habían revalorizado mucho", detalla. Una parte del dinero obtenido fue a comprar títulos del BBVA. Seixas argumenta su decisión por la incertidumbre. "El árbol de probabilidad de lo que puede ocurrir ahora es amplio. Hay varios escenarios en los que las acciones del Sabadell y del BBVA pueden sufrir, y hemos pensado que no nos compensaba esperar al desenlace final. Preferíamos reducir el azar". | MIGUEL MORENO MENDIETA

EL MUNDO

Publicación	El Mundo General, 20	Fecha	16/10/2025
Soporte	Prensa Escrita	País	España
Circulación	159 667	V. Comunicación	52 197 EUR (60,714 USD)
Difusión	143 211	Tamaño	105,36 cm² (16,9%)
Audiencia	479 000	V.Publicitario	13 341 EUR (15 518 USD)

Dossier de prensa unacc

POR **RAÚL CONDE**

Cada vez más pueblos sin una sucursal

SOLÍA DECIR MIGUEL DELIBES que «un pueblo sin literatura es un pueblo mudo». Siendo cierto que la identidad cultural puede considerarse una condición indispensable para el arraigo, quizá más perentorio sea contar con empleo e infraestructuras. Bien lo sabía el novelista pucelano, quien denunció la desventaja competitiva de los agricultores de la meseta y aquello que él denominaba la ausencia de confort en villorrios por cuyas callejas aún corrían niños. Ahora en los pueblos hay confort, pero también muchas casas cerradas. Y ello pese a que libros como *Los asquerosos* (Blackie Books), de Santiago Lorenzo, o *La tierra desnuda* (Alfaguara), de Rafael Navarro; o películas como *Alcarràs* o *Suro* le han dado la vuelta al estereotipado relato rural que solo los nostálgicos, a caballo de la ignorancia y la condescendencia, se empeñan en regurgitar. No es literatura lo que falta en los páramos y montañas, sino servicios básicos.

Isabel Díaz Ayuso anunció anteayer, durante el Debate sobre el Estado de la Región, que la Comunidad de Madrid se convertirá en la única autonomía de España con cajeros automáticos en todos sus municipios al extenderlos a 143 localidades de menos de 20.000 habitantes. La iniciativa, en línea con otras administraciones regionales y provinciales, es plausible. Mitiga tanto el edadismo, que discrimina a quienes no tienen internet –o no saben usarlo–, como la exclusión financiera de las zonas menos pobladas. Para las entidades es un *win-win*: se ahorran una costosa malla de sucursales fijas y empleados a cambio de habilitar cajeros, y oficinas móviles, con ayudas públicas. Un paliativo teniendo en cuenta que, desde la crisis de 2008, los bancos han prescindido de alrededor de 28.000 oficinas (el 61% del total). Según el Banco de España, el 30% de las personas que reside en comarcas del interior dice tener problemas para llegar a una oficina bancaria debido a la distancia.

Este hachazo a la asistencia financiera, agudizado desde la extinción de las cajas de ahorros, no solo incomoda a los ancianos que no pueden retirar su pensión. También es un lastre para el tejido productivo que aún sostiene en pie al medio rural. Empresarios a los que se les dificulta el acceso al crédito, titulares de explotaciones agroganaderas que no pueden firmar gestiones bancarias, turistas sin efectivo ante la carencia de cajeros. La transformación digital no puede acabar siendo un cheque en blanco, nunca mejor dicho, para dejar aislados a los custodios del territorio.

CincoDías

Publicación	Cinco Días General, 18	Fecha	16/10/2025
Soporte	Prensa Escrita	País	España
Circulación	30 782	V. Comunicación	59 286 EUR (68,960 USD)
Difusión	21 772	Tamaño	337,42 cm² (54,0%)
Audiencia	53 000	V.Publicitario	8666 EUR (10 080 USD)

Dossier de prensa unacc

De ahorrador a inversor: por qué poner el dinero a trabajar

El ahorrador español prioriza la seguridad y la liquidez, lo que limita la exposición a activos más rentables a largo plazo ► La educación y el asesoramiento profesional se presentan como herramientas esenciales para que los ciudadanos transformen su ahorro en inversión productiva



PABLO SEGUÍ OLMEDILLA
MADRID

Los españoles mantenían al cierre de 2024 más de un billón de euros en depósitos bancarios –cuentas remuneradas y plazos fijos–. Un ahorro que pierde poder adquisitivo frente a la inflación. Convertir ese dinero en inversión rentable y productiva fue el eje del debate de la última edición del Foro Futuro, el Observatorio de Tendencias Económicas impulsado por el Banco Santander y **CincoDías**. Cuatro expertos coincidieron en el diagnóstico del problema: una mentalidad conservadora frente a la inversión, falta de hábitos de ahorro e insuficientes conocimientos financieros. También fueron unánimes en sus recetas: educación financiera y asesoramiento profesional.

La conversación partió de una premisa compartida: el ahorrador español es excesivamente prudente. Patricia Gabaldón, profesora asociada de IE Business School, lo explicaba así: "Durante mucho tiempo, el ahorrador español estaba acostumbrado a mantener el dinero líquido, principalmente en cuentas corrientes, para tenerlo disponible en todo momento". A su juicio, tanto para el ahorrador como para la economía en su conjunto es necesario que el ahorro sea productivo.

En la misma línea, Luis Megías, responsable de BlackRock para Iberia, defendió el "círculo virtuoso" que genera la inversión: "Una parte se beneficia de la rentabilidad que obtiene y, al mismo tiempo, este dinero puesto a trabajar impulsa el empleo, el crecimiento y la prosperidad del país".

En la preferencia por la liquidez y la preservación de capital del ahorrador español ahondó en su intervención el director de estudios y estadísticas de Inverco, José Luis Manrique: "Al ahorrador hay que educarle en que una cosa es conservar el capital y otra muy distinta es mantener el poder adquisitivo de ese capital". Esa diferencia, subrayó, sigue siendo difusa para buena parte de los ciudadanos, incluso entre quienes acumulan más ahorro.

La profesora del IE destacó que los hábitos de ahorro están condicionados por el consumo: "En clase les pregunto a mis estudiantes: ¿consumen primero y ahorran después, o deciden cuánto ahorrar y luego consumen?". En Estados Unidos, expuso Gabaldón, ni siquiera entienden la pregunta. Para ellos, el ahorro es obligatorio. En cambio, en muchos países del sur de Europa no funciona así: primero se consume y luego se ahorra.

España, añadió Megías, va rezagada respecto a otras economías. Solo el 28% de la población invierte en mercados, frente al 34% de media europea y el 60% de EE UU. Es por ello que "el mercado de capitales estadounidense es el más grande del mundo, y eso resulta muy beneficioso para su economía".

En contraste, el conjunto de las cotizadas españolas representa menos del 1% del total mundial, apuntó Javier Viani, director de productos de ahorro e inversión del Banco Santander. El directivo sostuvo que sí se percibe un cambio de tendencia, aunque avanza lentamente. "Los españoles están empezando a invertir, pero lo hacen todavía en productos muy conservadores. Falta dar ese segundo paso: ir ganando exposición a la renta variable o a activos con más potencial de rentabilidad a largo plazo". Ese cambio, agregó, debe comenzar entre los más jóvenes. "El reto es perder el miedo a invertir desde edades tempranas, incluso con pequeñas cantidades, de 100 o 500 euros". Y "cuanto antes, mejor", insistió. Viani destacó que los jóvenes nativos digitales se acercan a la inversión casi como si fuera un juego, pero sin hábitos sólidos de ahorro. Actualmente los jóvenes invierten de media unos 2.000 euros al año: "Es una cantidad pequeña, pero son inversores que están muy encima de sus posiciones".

"Cambiar el chip"

Sobre los jóvenes, Gabaldón aseveró que tienden a buscar rentabilidad inmediata más que estabilidad a largo plazo. "Hace falta que ese ahorro sea sostenido en el tiempo. Estos jóvenes también se van a jubilar", alertó. Y puso sobre la mesa lo que calificó como "el elefante en la habitación": el futuro de las pensiones. "Ahorrar ya no es una opción. La pensión con la que vas a vivir es incierta y, probablemente, insuficiente". La profesora reconoció, sin embargo, las dificultades de los jóvenes para ahorrar. "Los salarios no son tan altos. Aunque pensamos que ahorrar es apartar 50 o 100 euros al mes, estamos hablando de personas que, en muchos casos, no pueden permitírselo", señaló. Por eso, lograr que el ahorro sea sistemático requiere "cambiar el chip".



"Los hábitos de ahorro están condicionados por el consumo; primero se gasta y luego se ahorra, algo que difiere del enfoque estadounidense"

Patricia Gabaldón
PROFESORA ASOCIADA DE IE BUSINESS SCHOOL



"El inversor se beneficia de la rentabilidad que obtiene y, al mismo tiempo, este dinero impulsa empleo, crecimiento y prosperidad para la economía del país"

Luis Megías
RESPONSABLE DE BLACKROCK PARA IBERIA



"El reto es perder el miedo a invertir desde edades tempranas, incluso con pequeñas cantidades, de 100 o 500 euros. Cuanto antes, mejor"

Javier Viani
DIRECTOR DE PRODUCTOS DE AHORRO E INVERSIÓN DEL BANCO SANTANDER



"Al ahorrador hay que educarle en que conservar el capital no es igual que mantener el poder adquisitivo, una diferencia que sigue siendo difusa incluso entre ahorradores con más dinero"

José Luis Manrique
DIRECTOR DE ESTUDIOS Y ESTADÍSTICAS DE INVERCO

CincoDías

Publicación	Cinco Días General, 19	Fecha	16/10/2025
Soporte	Prensa Escrita	País	España
Circulación	30 782	V. Comunicación	59 286 EUR (68,960 USD)
Difusión	21 772	Tamaño	223,56 cm² (35,8%)
Audiencia	53 000	V.Publicitario	6487 EUR (7546 USD)

Dossier de prensa unacc



Patricia Gabaldón, profesora asociada de IE Business School; José Luis Manrique, director de estudios y estadísticas de Inverco; Javier Viani, director de productos de ahorro e inversión del Banco Santander, y Luis Megías, responsable de BlackRock para Iberia. PABLO MONGE

Todos los expertos coincidieron en que la educación financiera es el punto de partida indispensable para cambiar la mentalidad del ahorrador español. Sin una base sólida de conocimientos –entender qué implica el riesgo, la inflación o el interés compuesto–, es difícil dar el salto de mantener el dinero inmóvil a ponerlo a trabajar.

La educación, no obstante, no puede limitarse a quienes ya están en el circuito bancario. Viani y Gabaldón insistieron en la necesidad de integrar nociones básicas de economía y ahorro en el sistema educativo. "Cuando nosotros íbamos al colegio no estudiábamos economía; mis hijos sí, y eso ya cambia las cosas", dijo el directivo del Santander. Esa formación, alegaron, debe tener un acompañamiento práctico. Las entidades, según Viani, son responsables de guiar a su cliente una vez que empieza a invertir, no solo en el momento de la venta, sino en el seguimiento y la adaptación de sus objetivos. "Invertir no es un acto puntual, sino un proceso que madura con el tiempo", explicó.

Planificación

El segundo gran consenso fue la necesidad de planificar. Megías, de BlackRock, refirió que la inversión no puede abordarse como una búsqueda genérica de rentabilidad, sino como parte de una estrategia vital: "La pregunta no es dónde invertir, sino para qué". La planificación permite asignar un fin concreto a cada ahorro: la jubilación, la educación de los hijos, un fondo de emergencia o la compra de una vivienda. Cada meta exige un horizonte temporal y un nivel de riesgo distinto. Esta visión estructurada, afirmó, ayuda a superar el miedo a invertir y fomenta la disciplina del ahorro periódico.

Viani resaltó el papel del asesor como guía: "Nada mejor que contar con alguien que te acompañe con consejos expertos y te ayude a ajustar esa inversión inicial a los cambios que se producen a lo largo de la vida, para poder cumplir los objetivos financieros definidos desde el principio".

Los expertos convinieron en señalar la regulación y la transparencia como pilares esenciales para reforzar la confianza. "Para convencer al ahorrador medio, que suele ser cortoplacista y valora la liquidez, hay que ofrecerle garantías", apuntó Gabaldón. No se trata, matizó, de prometer rentabilidades, también de asegurar que podrá disponer de su dinero y que los productos sean claros y comprensibles. "El cliente debe sentir que su entidad es un aliado, no alguien del que deba desconfiar", observó. A su juicio, la regulación europea "ha reforzado la seguridad y mejorado la relación entre cliente y banco".

La formación financiera, un reto pendiente

► **Encuesta.** **La falta de nociones financieras básicas sigue siendo uno de los obstáculos principales para fomentar una cultura del ahorro y la inversión. Los resultados de la Encuesta de Competencias Financieras muestran que solo el 19% de los españoles respondió correctamente a las tres preguntas del sondeo, referidas a conceptos tan elementales como la inflación, el interés compuesto y la diversificación. "Estos datos ponen los pelos de punta", lamentó José Luis Manrique (Inverco). "En la cuestión sobre inflación, por ejemplo, el 40% no sabe qué es ni cómo funciona", reflexionaba. Esta brecha de conocimiento tiene efectos directos sobre la capacidad de las personas para tomar decisiones sobre su dinero y planificar su futuro financiero. "Las entidades están haciendo un trabajo magnífico en los últimos años, pero el ciudadano medio sigue teniendo carencias importantes. Queda mucho camino por recorrer", advirtió Manrique, que subrayó la necesidad de perseverar en la formación financiera desde edades tempranas.**

Expansión

Publicación	Expansión General, 30	Fecha	15/10/2025
Soporte	Prensa Escrita	País	España
Circulación	43 332	V. Comunicación	21 759 EUR (25,309 USD)
Difusión	32 840	Tamaño	260,43 cm² (24,3%)
Audiencia	130 000	V.Publicitario	5291 EUR (6154 USD)

Dossier de prensa unacc



JMCadenas

Dominique Laboureix, presidente de la JUR.

La JUR pide reforzar los depósitos ante el éxito de los neobancos

Nicolás M. Sarriés. Bruselas

El fuerte crecimiento que neobancos como Revolut están registrando en Europa pueden ser el detonante para que las autoridades comunitarias finalmente apuesten por mutualizar la garantía de los depósitos en toda la zona euro. Así lo planteó ayer el presidente de la Junta Única de Resolución (JUR), Dominique Laboureix, en una rueda de prensa previa a la conferencia anual que se celebra hoy en Bruselas.

"El mercado está cambiando", explicó Laboureix, que recordó que en toda la zona euro existe una protección a los depósitos de hasta 100.000 euros por persona y banco, pero en el caso de que un neobanco fallase y no cayese en resolución, sino que fuese liquidado, entonces sería el fondo de garantía de depósitos nacional el organismo encargado de proteger a los depositantes.

En el caso de Revolut, por ejemplo, el fondo de garantía de depósitos está localizado en Lituania, aunque el neobanco cuenta con una base de más de 50 millones de usuarios repartidos por todo el continente.

Situaciones como ésta, según el presidente de la JUR, pueden llevar a la paradoja de que millones de clientes en un país como Alemania tengan que recurrir en una hipotética liquidación a la protección de los de pósitos de estados como Lituania o Chipre, con una teórica menor capacidad fiscal.

Para minimizar cualquier potencial riesgo para los clientes de los neobancos y para garantizar un trato igual a todos los depositantes en la zona euro, Leboureix cree que el nuevo entorno refuerza la necesidad de mutualizar los fondos de garantía para que actúen de forma solidaria.

Revolut cuenta con más de 50 millones de usuarios y a sus depositantes los protege Lituania

"Solo digo que hoy la realidad del mercado podría crear las condiciones para que se mutualicen los fondos de garantía, para asegurar que todos los clientes por igual estarán protegidos. Esto incrementará la resistencia del sistema y protegerá al contribuyente", argumentó.

Extender la regulación

El presidente de la JUR defendió también la conveniencia de ampliar el alcance de la supervisión y la regulación para cubrir el sector de la banca en la sombra, que en los últimos años ha ganado peso en el sector financiero.

"No digo que tengamos que regularlo todo ni empujar a todos a la misma regulación, pero si estos actores, en caso de que caigan, pueden crear un contagio que afecte al sistema financiero, quizás deberíamos pensar en regularlos al menos un mínimo", opinó.

Laboureix abogó por una regulación que obligue a una gestión de los riesgos dentro del sector de las entidades desreguladas. "No se trata de regular a todos, solo a los sistémicos. Si uno de estos grandes actores cae, ¿qué hacemos? Mejor establecer unas reglas mínimas", insistió.

El Correo

Publicación	El Correo Extra, 35	Fecha	16/10/2025
Soporte	Prensa Escrita	País	España
Circulación	72 544	V. Comunicación	9 232 EUR (10,738 USD)
Difusión	55 524	Tamaño	259,63 cm² (41,6%)
Audiencia	209 000	V.Publicitario	3749 EUR (4361 USD)

Dossier de prensa unacc

Inma Ramos Laboral Kutxa

Gaztenpresa, treinta años de compromiso con el empleo y el emprendimiento



B-Venture celebra este año su décimo aniversario como el mayor evento de emprendimiento del norte del Estado. Y, como desde su primera edición, la Fundación Gaztenpresa vuelve a estar presente, reafirmando su compromiso con las personas emprendedoras. No es casualidad, Gaztenpresa, impulsada por Laboral Kutxa como su fundación para el empleo, lleva más de treinta años trabajando para que ninguna buena idea de negocio se quede sin su oportunidad.

Desde sus orígenes en los años 90 como un concurso de ideas para combatir la destrucción de empleo provocada por la reconversión industrial, Gaztenpresa ha evolucionado hasta convertirse en un referente del emprendimiento en Euskadi. Su propósito sigue intacto: ayudar a las personas a encontrar su camino a través del autoempleo, con un modelo de acompañamiento integral que pone a la persona en el centro.

Los datos avalan su trayectoria. En 2024, la Fundación ayudó a crear 348 nuevas empresas que generaron 696 empleos. En total, desde sus inicios, Gaztenpresa ha posibilitado la creación de 7.246 negocios y 13.371 puestos de trabajo, que reflejan el impacto real de una labor que va mucho más allá de la financiación: se trata de acompañar, formar, asesorar y consolidar.

En palabras de su presidente, Ibon Urgoiti, «todo proyecto parte de una idea, pero lo que realmente marca la diferencia es la persona que está detrás». Por eso, Gaztenpresa cuida con especial atención el capital humano, ofreciendo programas como el Mentoring, que conecta a personas emprendedoras con profesionales experimentados, o los talleres de consolidación, que en 2024 contaron con más de 1.000 participantes.

Este año, además, la Fundación refuerza su apuesta por la continuidad empresarial con el programa 'Legado', una iniciativa que busca evitar el cierre de negocios viables por falta de relevo generacional. El objetivo es claro: preservar el tejido empresarial existente y ofrecer nuevas oportunidades a quienes desean emprender sobre bases sólidas. Junto a 'Legado', el programa 'Transforma' impulsa la evolución hacia modelos de economía social, fomentando estructuras cooperativas más resilientes y sostenibles.

La presencia de Gaztenpresa en B-Venture no es solo institucional, no se trata de un patrocinio al uso con un retorno de imagen: es una declaración de principios. Porque emprender es una aventura que requiere apoyo, visión y compromiso. Y en estos diez años de B-Venture, Gaztenpresa y LaboraL Kutxa han querido estar presentes en esta iniciativa tan útil para nuestro ecosistema emprendedor y que ayuda a lograr un mayor y mejor progreso social,

Así es, treinta años después de su nacimiento, Gaztenpresa sigue dando pasos firmes hacia una sociedad más justa, cohesionada y emprendedora. Como decía Arizmendiarrieta, «siempre hay un paso más que dar». Y Gaztenpresa está firmemente decidida a seguir avanzando.

La Nueva España

Publicación	La Nueva España Gijón, 6	Fecha	16/10/2025
Soporte	Prensa Escrita	País	España
Circulación	15 251	V. Comunicación	1 467 EUR (1,706 USD)
Difusión	13 877	Tamaño	237,59 cm² (22,2%)
Audiencia	46 229	V.Publicitario	608 EUR (707 USD)

Dossier de prensa unacc

Fiestas y visitas guiadas, ases del programa otoñal de Sidraturismo

Amagüestu y Halloween, citas estrella de la propuesta, a celebrar hasta el 30 de noviembre

Un programa de actividades apoyado en la «experiencia diferenciadora». Con esa carta de presentación vuelve la iniciativa «Mayando con Sidroturismo», el «evento estrella que celebra la cultura sidrera asturiana por todo lo alto», impulsado por la Asociación Club de Producto Sidraturismo Asturias. La propuesta, que incluirá actividades como dos amagüestus, una fiesta de Halloween y visitas guiadas –por Gijón, Oviedo, a llagares y pomaradas– se desarrollará entre el 17 de octubre y el 30 de noviembre.

«En la búsqueda de la desestacionalización del turismo, qué mejor que compartir la identidad de Asturias, que creemos que es lo que busca el visitante que viene a disfrutar del turismo rural», manifestó Ana Soberón, vicepresidenta del Clúster de Turismo Rural, que subrayó esa intención de ofrecer «experiencias diferenciadoras» en la presentación, que tuvo lugar en el Llagar Piñera de Deva, en Gijón. En el acto estuvo José Luis Piñera, presidente de la DOP Sidra de Asturias y del colectivo Sidraturismo, a la par que líder de la instalación. El máximo representante de la asociación animó a la ciudadanía a participar en «Mayando» en esta época del año, «en la que se disfrutan días agradables para tirarse a la piscina y pasar un buen rato con las propuestas de la programación», en especial, dijo, con «las visitas que van desde ir a las pomaradas hasta descubrir cómo es un llagar».

De la misma opinión fueron Javier Nievas y Martín Lebrón, representantes de Caja Rural de Asturias, que se integra en la asociación –de la que también forma parte la Sociedad Pública de Gestión y Promoción Turística y Cultural del Principado– como socio honorífico. «El sector primario es un eje diversificador de la economía; este es un magnífico proyecto, en un magnífico momento, en un paraíso natural. Es una oportunidad única para el visitante», precisó Nievas. **O. L.**

Marcos Léon



Por la izquierda, Ana Soberón, José Luis Piñera, Martín Lebrón y Javier Nievas, ayer, en el Llagar Piñera.

Levante
EL MERCANTIL VALENCIANO

Publicación	Levante EMV General, 4	Fecha	16/10/2025
Soporte	Prensa Escrita	País	España
Circulación	27 977	V. Comunicación	15 382 EUR (17,892 USD)
Difusión	23 099	Tamaño	425,65 cm² (68,3%)
Audiencia	84 000	V.Publicitario	3198 EUR (3720 USD)

Dossier de prensa
unacc

F. Bustamante, M. Montesinos, J. M. López, F. Calabuig, P. Iborra, D. Tortajada y G. Caballero



Aitor Moll (consejero delegado de Prensa Ibérica), Luis Martí Bonmatí, Enrique Fayos, María Victoria Ten, José María Rubert, Juan Antonio Delgado, Javier Quiles, Pablo Mazo, Javier Moll (presidente de Prensa Ibérica), Arantza Sarasola (vicepresidenta de Prensa Ibérica), Amparo Roig, Ramón Estarlich, Juan Pedro Font de Mora, Juan Molpeceres, Ainhoa Moll (directora editorial de Prensa Ibérica) y Andrés Sánchez (director general de Prensa Ibérica en la Comunitat Valenciana).

Los Premios Levante-EMV rinden homenaje a las víctimas de la dana

El recién inaugurado Roig Arena (Premio del Año) y Ona Botella (reconocimiento extraordinario), nacida el pasado 29 de octubre en el Hospital de la Ribera, destacan en la novena edición de los galardones

JAUME VIDAGAÑ
València

Levante-EMV celebró ayer su gala de premios anual con la que reconoce a aquellas entidades, instituciones y personas físicas que, con su labor, han logrado contribuir a la excelencia en el desarrollo social, cultural y económico de la Comunitat Valenciana. Este año, el foco estuvo puesto en la tragedia que vivió València el pasado 29 de octubre.

A pocos días de cumplirse el primer aniversario de la dana, los Premios Levante-EMV 2025 rindieron homenaje a todas las víctimas de la riada en las comarcas de l'Horta Sud, la Hoya de Buñol, la Ribera Alta, Los Serranos, Utiel-Requena y el Camp de Turia con un reconocimiento extraordinario, con el patrocinio de Porcelanosa, personificado en Ona Botella Martínez, nacida el 29 de octubre de 2024 en el Hospital de la Ribera a las 20.15 horas, unos pocos minutos después de que sonara la alarma de Protección Civil a causa de la dana.

El reconocimiento a la pequeña Ona levantó una sonora ovación por parte de los más de mil invitados que llenaron, un año más, el auditorio del Palacio de Congresos de València durante la ceremonia, que cuenta con el patrocinio de Iberdrola, Hidraqua, Cervezas Turia, Aqualia y la colaboración de Omoda, la Federación de Caza de la Comunitat Valenciana (FCCV) y Hefame.

El acto, que fue presentado por la directora de Relaciones Institucionales de Prensa Ibérica en Valencia, Silvia Tomás —quien lució un vestido de Isabel Sanchis para la ocasión—, contó con el discurso de bienvenida del presidente de Prensa Ibérica, Javier Moll, quien enalteció la ardua y rigurosa labor de investigación periodística que llevó a cabo la redacción de *Levante-EMV* desde el pasado 29 de octubre. «Ustedes han sido testigos, como lectores, del compromiso de este periódico con la verdad de los hechos y con la ciudadanía valenciana», resaltó. Además, el presidente de Prensa Ibérica aseguró que «queremos ser parte de la reconstrucción, poniendo lo que sabemos hacer, la información, al servicio del bienestar y el progreso de todos».

Once reconocimientos

En este punto se procedió a la entrega de los once galardones, que dio inicio con el premio en la categoría de Educación, con el patrocinio de la Universitat Politècnica de València (UPV), a la Escuela Superior de Música de Alto Rendimiento (Esmar) de l'Eliana, enfocada en aportar formación musical orientada a la empleabilidad y a la adquisición de las competencias necesarias para ejercer la profesión musical en el siglo XX. La alcaldesa de València, María José Catalá, entregó el galardón al director académico de Esmar, Ramón Estarlich.

El segundo galardón en entrar en liza fue el de Cultura, con el patrocinio de la Universitat de València (UV), que recayó en la Fira del Llibre de València, que celebra este año su 60º aniversario y que se ha convertido en una de las ferias literarias más grandes de España, sólo superada por Madrid. El director de *Levante-EMV*, Joan-Carles Martí, hizo entrega del galardón al presidente del Gremi Llibrers de València, Juan Pedro Font de Mora. En la categoría de Sostenibilidad, con el patrocinio de TM Grupo Inmobiliario, se reconoció a la planta de Heineken en Quart de Poblet, que cumple medio siglo con el objetivo de llegar a ser cero emisiones en toda la cadena de valor en 2040 a nivel global. El director de Relaciones Institucionales Heineken España, Pablo Mazo, recibió el premio en manos del presidente de la Diputación de Valencia, Vicent Mompó.

> La nueva casa del Valencia Basket, el recién inaugurado Roig Arena, recibe el Premio del Año

Por su parte, el Casal de la Pau recibió el galardón en la categoría de Acción Social, con el patrocinio de Nealis. Esta asociación ofrece atención y apoyo a personas reclusas o ya en libertad, mayores, enfermos, extranjeros sin familia, enfermos de VIH o personas con problemas de salud mental. El presidente del Casal de la Pau, Juan Molpeceres, subió al escenario a recibir el premio por parte de la vicepresidenta de la Generalitat Valenciana, Susana Camarero.

En la categoría de Ocio, con el

Levante EL MERCANTIL VALENCIANO

Publicación	Levante EMV General, 5	Fecha	16/10/2025
Soporte	Prensa Escrita	País	España
Circulación	27 977	V. Comunicación	15 382 EUR (17,892 USD)
Difusión	23 099	Tamaño	421,78 cm² (67,7%)
Audiencia	84 000	V.Publicitario	3178 EUR (3697 USD)

Dossier de prensa unacc

patrocinio de Fotur, los Premios Levante-EMV reconocieron a los hermanos Enrique y M. Ángeles Fayos, gerentes de Olympia Metropolitana, así como de otras salas como el Teatre Talia, el Auditori de Torrent, el Auditori de La Vall d'Uixó y el Teatre Auditori de Catarroja TAC. El director general de Prensa Ibérica, Sergi Guillot, hizo entrega del galardón a Enrique Fayos, director de Olympia Metropolitana.

Asimismo, en el apartado de Salud, con el patrocinio de Novotel, el ganador del premio fue el doctor Luis Martí Bonmatí, director del Área Clínica de Imagen Médica del hospital La Fe, presidente del comité ejecutivo de la Fundación Imaging y asesor de Investigación en Imagen Biomédica en Quirónsalud Valencia. El doctor Bonmatí recibió el premio por parte de la delegada del Gobierno en la Comunitat Valenciana, Pilar Bernabé.

En este punto se dio paso al director de *Levante-EMV*, Joan-Carles Martí, quien dirigió unas palabras al público en las que alertó sobre las dificultades que existen en la actualidad para distinguir la información de la desinformación: «En este contexto, el papel del periodismo cobra un valor esencial». En relación a ello, el director de esta cabecera anunció el lanzamiento de la campaña 'Levante-EMV: detrás de la verdad' para poner en valor la apuesta de esta cabecera por el periodismo responsable, veraz y comprometido frente a los bulos y la desinformación.

Tras ello, prosiguió la entrega de premios con la estatuilla en la categoría de Deportes, con el patrocinio de IMED, que recayó en Ricardo Ten, cuyo palmarés contempla 21 oros mundiales en natación, además de 25 medallas mundiales y 14 Campeonatos del Mundo de ciclismo. María Victoria Ten, hermana de Ricardo Ten, fue la encargada de recibir el galardón en manos de la directora editorial de Prensa Ibérica, Ainhoa Moll.

En la categoría de Cooperativismo, con el patrocinio de Caixa Popular, la compañía ganadora fue Consum, que celebra este año medio siglo de historia con más de mil tiendas en la Comunitat Valenciana, Cataluña, Castilla-La Mancha, Región de Murcia, Andalucía y Aragón. La ministra de Innovación, Diana Morant, entregó el premio al director de Relaciones Extrenas de Consum, Javier Quiles.

José María Rubert recogió de manos del consejero delegado de Prensa Ibérica, Aitor Moll, el premio en la categoría de Trayectoria Empresarial, con el patrocinio de Simetría, por su dilatada carrera profesional al frente de Zenithbr, una agencia de publicidad y medios valenciana independiente vinculada a Publicis Groupe.

El premio en Economía, con el patrocinio de Cajamar, se lo llevó Stadler, la industria metalúrgica decana de la Comunitat Valenciana que es, además, una referencia mundial en la fabricación de vehículos ferroviarios. Juan Antonio Delgado, director de Relaciones Institucionales de Stadler Valencia, recibió el premio por parte de la vicepresidenta de Prensa Ibérica, Arantza Sarasola.

Por último, el momento más esperado de la gala llegó con la entrega del Premio del Año, con el patrocinio de Iberdrola, que este año fue para el recién inaugurado Roig Arena que, con una capacidad de hasta 20.000 espectadores y una tecnología visual y acústica única en España, está listo para albergar cualquier tipo de espectáculo internacional, evento deportivo o empresarial y seguir siendo la casa del Valencia Basket. El presidente de Prensa Ibérica, Javier Moll, hizo entrega de este reconocimiento a la arquitecta Amparo Roig.



El presidente de la Generalitat, Carlos Mazón, a su llegada a la gala, junto a Arantza Sarasola, Javier Moll y Aitor Moll.



Un cuarteto de cuerda de la Esmar puso el broche final a la gala.

Presencia multitudinaria

Por último, un cuarteto de cuerda de la Esmar puso el broche de oro a la ceremonia con la interpretación de la Serenata Italiana de Hugo Wolf, que dio paso al cóctel con el que se cerró la gala.

Más de 1.000 personas acudieron fieles a su cita anual con los Premios Levante-EMV y disfrutaron tanto de la gala como del cóctel posterior. Además de las distintas personalidades que participaron en los diferentes momentos de la entrega de los galardones, no faltaron otras del ámbito político como el presidente de la Generalitat, Carlos Mazón; el vicepresidente segundo y conseller de Reconstrucción, Francisco José Gan Pampols; la consellera de Justicia, Núria Martínez; el conseller de Educación, Cultura, Universidades y Ocupación, José Antonio Rovira; el conseller de Agricultura, Agua, Ramadería y Pesca, Miguel Barrachina; el conseller de Medio Ambiente, Infraestructuras y Territor, Vicente Martínez Mus; la secretaria de Organización Nacional del PSOE, Rebeca Torró; el síndic en las Corts de Compromís, Joan Baldoví; los senadores Enric Morera, José Antonio Sagredo, Estela Darocas; el diputado en el Congreso, Fernando de Rosa; o la alcaldesa de Xirivella y presidenta de la Federación Valencia Municipios y Provincias (FVMP), Paqui Bartual.

Tampoco faltaron a la cita las nuevas Falleras Mayores de València, Carmen Prades y Marta Mercader, así como representantes del Ayuntamiento de València como Juan Carlos Caballero, María José Ferrer San Segundo, José Luis Moreno, Carlos Mundina y Rocío Gil, del PP; Papi Robles, Pere Fuset y Lucía Beamud, de Compromís; y Javier Mateo, Elisa Valía, Borja Santamaría y Nuria Llopis del PSPV.

> Ona Botella nació pocos minutos después de que sonara la alarma de Protección Civil

De Prensa Ibérica, acudieron a los Premios Levante-EMV el presidente de Prensa Ibérica, Javier Moll; la vicepresidenta de Prensa Ibérica, Arantza Sarasola; la adjunta a la Presidencia y directora editorial de Prensa Ibérica, Ainhoa Moll; el consejero delegado de Prensa Ibérica, Aitor Moll; el director general de Prensa Ibérica, Sergi Guillot; el director general de Prensa Ibérica en la Comunitat Valenciana, Andrés Sánchez; el director de *El Periódico* y director general de Contenidos de Prensa Ibérica, Albert Sáez; el director general de Contenidos de Prensa Ibérica en la Comunitat Valenciana, Juan Ramón Gil; el director de *Información*, Toni Cabot; el director comercial local de Prensa Ibérica 360, Ángel San Martín; el director general audiovisual y editorial de Prensa Ibérica, Adrián Ivorra; el director comercial regional de Prensa Ibérica en la Comunitat Valenciana, Víctor San Bartolomé; y el gerente financiero de Prensa Ibérica en la Comunitat Valenciana, Francisco Pineda.

También estuvo ampliamente representado en la cita el mundo empresarial. Acudieron a la cita el el presidente de AVE y de Boluda Corporación Marítima, Vicente Boluda; presidente de la Cámara de Comercio de Valencia, José Vicente Morata; el presidente de la CEV, Salvador Navarro; la presidenta de la CEV Valencia, Eva Blasco; el delegado de Iberdrola en la Comunitat Valenciana, Iban Molina; el director general de Nealis, José Luis Vilar; el director territorial de Cajamar en Valencia, Jesús García; el director de la Territorial Este de Banco Sabadell, Fernando Canós; el presidente y la directora general de Caixa Popular, Rosendo Ortí y Alicia Soler; el presidente de Fevama, Alejandro Bermejo; el presidente de la Unió Gremial, Mauro Lorenzo; el secretario general de UGT-PV, Tino Calero; la secretaria general de CC OO, Ana García Alcolea; o el secretario general de AVE, Diego Lorente.

Por último, también acudieron destacados representantes de la sociedad valenciana como Mavi Mestre, rectora de la UV; el vicerrector de la UPV, José F. Monserrat; el presidente de la Fundación Bancaja, Rafael Alcón; el director del CaixaForum Valencia, Álvaro Borrás; o la directora del Palacio de Congresos, Sylvia Andrés, entre otros. ■

Levante
EL MERCANTIL VALENCIANO

Publicación	Levante EMV General, 8	Fecha	16/10/2025
Soporte	Prensa Escrita	País	España
Circulación	27 977	V. Comunicación	2 526 EUR (2,938 USD)
Difusión	23 099	Tamaño	80,91 cm² (13,0%)
Audiencia	84 000	V.Publicitario	1047 EUR (1218 USD)

Dossier de prensa
unacc

PREMIO COOPERATIVISMO | Consum



Firma

El director de Relaciones Externas de Consum, Javier Quiles, recibe los aplausos del público y de la ministra de Innovación, Diana Morant.

«Este premio reconoce nuestra forma diferente de hacer economía social»

Consum recibió el Premio Levante-EMV 2025 al Cooperativismo, con el patrocinio de Caixa Popular, en reconocimiento a su trayectoria, coincidiendo con su 50 aniversario. La firma del sector de la distribución arrancó como una cooperativa de consumo con la apertura de su primer establecimiento en Alaquàs.

Desde esta localidad un pequeño grupo promotor y un colectivo de 600 socios consumidores iniciaban una aventura empresarial que medio siglo después es un modelo de éxito en la distribución comercial en España. Actualmente, pertenece a sus 24.000 socios-trabajadores y cinco millones de socios clientes. ■

DIARIO DE NAVARRA

Publicación	Diario de Navarra General, 21	Fecha	16/10/2025
Soporte	Prensa Escrita	País	España
Circulación	35 333	V. Comunicación	5 873 EUR (6,831 USD)
Difusión	28 955	Tamaño	507,34 cm² (47,4%)
Audiencia	106 000	V.Publicitario	2486 EUR (2892 USD)

Dossier de prensa unacc



Un policía antidisturbios tras un grupo de jóvenes que cortó una vía de la Avenida del Ejército. MIGUEL OSÉS

Registrados varios incidentes durante la huelga en Pamplona

Parte de los manifestantes lanzaron objetos, mobiliario de terrazas y volcaron contenedores entre Sancho el Fuerte y la avenida Bayona

I.S. / L.D. Pamplona

La normalidad predominó en la huelga general en favor de Palestina en la capital navarra, pero hubo momentos de tensión y algunos incidentes que pusieron la nota negativa. Los más destacados fueron los incidentes registrados a medio día entre la avenida Bayona y Sancho el Fuerte. Por la tarde los antidisturbios también actuaron ante jóvenes que cortaban la circulación en la Avenida del Ejército.

Tras la manifestación sindical de la mañana que concluyó en Antoniutti, un grupo de jóvenes -según fuentes oficiales- accedió al local de Carrefour en la avenida de la capital navarra y tiró botes de humo en el interior. Al parecer, llegaron en un coche y consiguieron huir del lugar. Después, los objetivos de algunos manifestantes fueron los escaparates de Burger King y Caja Rural de Navarra. Ahí, la protesta siguió la línea habitual de pegado de pegatinas con una bandera de Israel tachada y lanzamiento de pintura de color rojo, principalmente.

Fuera de estas acciones, lo más reseñable fue la intervención de agentes de la Policía Nacional después de que un grupo de encapuchados volcara y quemara contenedores en Sancho el Fuerte. Además, estos manifestantes lanzaron distintos objetos como mobiliario urbano y desplazaron mesas y sillas de la terraza de la hamburguesería.



Contenedores tirados en el barrio de San Juan. JUAN MENDOZA

En el edificio de Casa Seminario dos jóvenes encapuchados ascendieron por el andamio que cubre toda la fachada hasta el segundo piso. Tras cortar la red oscura, colocaron una pancarta de apoyo a la resistencia palestina. Tres trabajadores de la construcción la retiraron.

Incidentes en la UPNA

La Universidad Pública de Navarra también fue lugar de protesta. La Policía Foral recibió a las 07.52 horas el aviso del bloqueo del acceso al aparcamiento del Aulario por parte de un piquete de estudiantes.Una hora después, un grupo reducido de estudiantes se dedicó a recorrer cada planta del edificio universitario tocando puertas de aulas mientras se impartía clase y realizando unas veinte pintadas en puertas, paredes e incluso una pizarra. También visitaron la biblioteca antes de volver al Aulario, donde se juntaron una veintena de jóvenes para realizar el mismo recorrido, pero esta vez con petardos y desplazando bancos y papeleras.

En otros centros educativos de Secundaria algunos estudiantes también llevaron a cabo acciones reivindicativas por la mañana.

Málaga hoy

Publicación	Málaga Hoy General, 16	Fecha	16/10/2025
Soporte	Prensa Escrita	País	España
Circulación	7802	V. Comunicación	2 299 EUR (2,673 USD)
Difusión	5913	Tamaño	92,46 cm² (14,8%)
Audiencia	21 000	V.Publicitario	994 EUR (1156 USD)

Dossier de prensa unacc

Caja Rural del Sur lanza un nuevo proyecto tecnológico

R. L.

Caja Rural del Sur ha lanzado un nuevo proyecto en colaboración con TOPdigital Consulting -empresa perteneciente al Grupo Empresarial TOPdigital-, la Universidad de Málaga, Alumni UMA y Sage, con el objetivo de impulsar la digitalización, la formación y la competitividad de los autónomos, ha señalado la entidad bancaria en un comunicado. Dicho proyecto se iniciará en Málaga y posteriormente se ampliará al resto de provincias andaluzas. La entidad ha señalado que con ella ofrecerán a los nuevos clientes de Caja Rural del Sur "una oportunidad única de acceso a herramientas tecnológicas y formación especializada". La iniciativa tiene una duración inicial de dos meses y busca fomentar la digitalización empresarial, la formación continua y el uso de herramientas homologadas que faciliten la adaptación a las próximas leyes: Ley Antifraude y Ley Crea y Crece.

Para TOPdigital Consulting, empresa colaboradora del proyecto, "este acuerdo refuerza nuestra unión con Caja Rural del Sur y refuerza el compromiso de la entidad bancaria, y también nuestro, con el tejido empresarial andaluz. Desde TOPdigital Consulting buscamos siempre impulsar la formación y la transformación digital desde una perspectiva práctica y accesible".

Como parte del lanzamiento, Caja Rural del Sur ha anunciado que subvencionará a los 250 primeros usuarios que abran su nueva cuenta multiproducto, ofreciéndoles un pack exclusivo, que incluye: un curso de Sage 50, un E-book de Sage 50 con acceso durante un año, una licencia del programa Sage 50 (homologado con la Ley Antifraude y la Ley Crea y Crece) durante 4 meses, una masterclass sobre las nuevas leyes empresariales y fiscales, una inscripción a la Academia Legal y Fiscal de Sage durante un año y una Tablet Lenovo. Además, quienes no se encuentren entre los primeros 250 beneficiarios, podrán acceder igualmente a este completo programa con un precio ventajoso para clientes procedentes de Caja Rural del Sur han detallado.

Diario de Noticias

Publicación	Diario de Noticias de Navarra General, 52	Fecha	16/10/2025
Soporte	Prensa Escrita	País	España
Circulación	25 333	V. Comunicación	6 643 EUR (7,727 USD)
Difusión	20 742	Tamaño	414,02 cm² (39,4%)
Audiencia	76 000	V.Publicitario	1839 EUR (2139 USD)

Dossier de prensa unacc



Los becados y becadas posan con los representantes del Gobierno de Navarra, de la Fundación Miguel Induráin y de Caja Rural. *Foto: Javier Bergasa*

54 BECAS PARA TALENTO JOVEN

POLIDEPORTIVO LA FUNDACIÓN MIGUEL INDURÁIN Y CAJA RURAL DE NAVARRA PREMIAN EN EL NAVARRA ARENA A DEPORTISTAS DE 17 DISCIPLINAS DIFERENTES

PAMPLONA – Caja Rural de Navarra reconoció en la tarde de ayer miércoles el talento, el esfuerzo y los logros de los y las jóvenes deportistas navarros en un acto de entrega de becas celebrado en el Navarra Arena de Pamplona. Estas ayudas complementan las Becas Jóvenes Talentos 2025 otorgadas por la Fundación Miguel Induráin Fundazioa (FMIF), duplicando su cuantía y reforzando el compromiso de Caja Rural con el deporte base y la formación deportiva.

Originalmente diseñadas para premiar a 50 deportistas, las becas se ampliaron a 54 debido a los empates en los resultados de los jóvenes durante 2024, año de referencia para la concesión. La asignación se prorrateó para garantizar un reparto justo entre quienes compartieron posiciones destacadas en los campeonatos nacionales.

De las 54 becas, el 59 % fueron para mujeres y el 41 % para hombres, destacando especialmente los deportes de equipo como balonmano y sófbol. En el acto de ayer se entregaron primero 16 becas para jugadores y jugadoras de balonmano, baloncesto y deportes de invierno; después otras 15 para deportistas de béisbol y sófbol; más tarde 11 para deportistas de ciclismo, atletismo y lucha olímpica; y las 12 últimas fueron para deportistas de ajedrez, boxeo, halterofilia, waterpolo, natación y natación con aletas, pádel, patinaje y taekwondo.

Presidió la ceremonia Rebeca Esnaola, consejera de Cultura, Deporte y Turismo del Gobierno de Navarra, que estuvo acompañad de Jorge Aguirre, director-gerente del INDAF y presidente del comité ejecutivo de la FMIF; Miguel Induráin, presidente honorífico de la FMIF; Juan Mari Ayechu, del departamento de Acción Social de Caja Rural de Navarr; Ricardo Goñi, director de relaciones institucionales de Caja Rural de Navarra; y Natxo Arbeloa, gerente de la Fundación Miguel Induráin Fundazioa.

Diego Reyero, director del Centro de Estudios, Investigación y Medicina del Deporte (CEIMD) ofreció una breve charla a los y las presentes sobre los aspectos clave del dopaje en el deporte, reforzando la importancia de la formación y la ética deportiva. – ***Diario de Noticias***

Diario de Burgos

Publicación	Diario de Burgos General, 14	Fecha	16/10/2025
Soporte	Prensa Escrita	País	España
Circulación	19 666	V. Comunicación	1 999 EUR (2,324 USD)
Difusión	10 125	Tamaño	166,85 cm² (26,8%)
Audiencia	59 000	V.Publicitario	969 EUR (1127 USD)

Dossier de prensa
unacc



edro

Cajaviva Caja Rural inaugura una oficina en Severo Ochoa

Cajaviva Caja Rural ha inaugurado una nueva oficina en Burgos capital, la Urbana 11, ubicada en la calle Severo Ochoa. Con esta nueva incorporación, que se enmarca dentro del plan de expansión y modernización de la entidad financiera, Cajaviva suma ya 12 oficinas en la ciudad, que se integran en una red de 91 repartidas por Castilla y León, Cantabria y Lleida. En el último año y medio, este enfoque ha impulsado la apertura y renovación de una decena de oficinas en su ámbito operativo. El acto contó con el Director General de la entidad, Ramón Sobremonte. / DB

El Día de La Rioja

Publicación	El Día de la Rioja General, 14	Fecha	16/10/2025
Soporte	Prensa Escrita	País	España
Circulación	4960	V. Comunicación	1 863 EUR (2,166 USD)
Difusión	4960	Tamaño	370,39 cm² (59,4%)
Audiencia	13 000	V.Publicitario	974 EUR (1133 USD)

Dossier de prensa unacc

ACADEMIA RIOJANA DE GASTRONOMÍA | GALARDONES



El presidente de la Academia Riojana de Gastronomía, Pedro Barrio, durante su intervención en la gala de entrega de premios. / ÓSCAR SOLORZANO

COCINA CON SUSTANCIA

La Academia de Gastronomía reivindica el papel de la cocina riojana como motor cultural, social y económico y premia a la DOCa Rioja, al bar Blanco y Negro y a la empresa Martínez Somalo

EL DÍA / LOGROÑO

La Academia Riojana de Gastronomía reivindica el papel de la cocina riojana como motor cultural, social y económico. El mensaje lo puso de manifiesto ayer *9durante la entrega de sus IV Premios, en el Centro de la Cultura del Rioja, con la asistencia de unas 150 personas entre académicos, profesionales, instituciones y empresas relacionadas con el sector de la gastronomía, la restauración y el vino. Los premios de este año han recaído en Martínez Somalo, la Denominación de Origen Calificada Rioja (DOCa Rioja) y el bar Blanco y Negro de la calle Laurel. Las tres entidades superan el siglo de historia y han sido reconocidas por su trayectoria, continuidad y aportación a la gastronomía riojana, informa Europa Press.

El acto lo presentó el periodista José Ribagorda y contó con las intervenciones del presidente del Gobierno de La Rioja, Gonzalo Capellán de Miguel, el alcalde de Logroño, Conrado Escobar, y el presidente de la Academia Riojana de Gastronomía, Pedro Barrio.

El presidente de la Academia subrayó la importancia de la gastronomía como herramienta de promoción y desarrollo regional, y recordó los fines de la institución.



Premiados, organizadores y autoridades. / Ó. SOLORZANO

«La Academia quiere promocionar La Rioja a través de su gastronomía; realzar y dar a conocer nuestros productos y a nuestros productores; ayudar a transmitir hacia fuera una imagen de calidad que potencie nuestra industria gastronómica y trasladar hacia dentro un mensaje de autoexigencia que sirva de estímulo para seguir mejorando en calidad y servicio».

Barrio añadió que «la gastronomía es mucho más que cocinar y comer. Es una fuerza transformadora, un motor de actividad con un gran impacto económico, cultural y social, con múltiples vinculaciones en otros ámbitos».

El presidente destacó también que los premios nacieron «para reconocer a aquellas personas, establecimientos y organizaciones que, dentro del amplio ámbito gastronómico, destacan por la calidad de su trabajo y por el efecto positivo y enriquecedor que generan en nuestra sociedad y en la imagen de La Rioja».

Los responsables de recoger los galardones fueron Elena Martínez Garnica, consejera delegada de Martínez Somalo; Raquel Pérez Cuevas, presidenta del Consejo Regulador de la DOCa Rioja; y Andrés Fernández y Marian Mendoza, propietarios del Blanco y Negro.

Los premios cuentan con el patrocinio del Gobierno de La Rioja, el Ayuntamiento de Logroño, la Acción Social de Caja Rural de Navarra y UNIR, Universidad Internacional de La Rioja.

Al término del acto se ha ofrecido una propuesta gastronómica titulada 'Interpretación de los pinchos riojanos', elaborada por el restaurante ARSA, cuyos fundadores, Beatriz y Rodrigo, han creado siete pinchos innovadores a partir de los bocados más tradicionales de las calles de la región que ha puesto el colofón a la velada reiterando el homenaje a la comida de pinchos tan afamada y practicada en La Rioja.

UNA ESCULTURA DE OLARTE. El Premio de la Academia Riojana de Gastronomía está representado por la escultura 'Gestos', obra del artista riojano José Antonio Olarte. Cada trofeo es una pieza única en hierro forjado sobre base de madera, en la que figura el logotipo grabado a fuego junto al nombre del destinatario.

DIARIO JAEN

Publicación	Diario Jaén General, 36	Fecha	16/10/2025
Soporte	Prensa Escrita	País	España
Circulación	3771	V. Comunicación	2 115 EUR (2,460 USD)
Difusión	4377	Tamaño	252,82 cm² (40,5%)
Audiencia	19 000	V.Publicitario	1106 EUR (1286 USD)

Dossier de prensa unacc



CARTEL. *María Espejo, concejala de Cultura y Turismo, posa con el cartel junto a los organizadores del festival.*

La Monafest llega a Jaén con Morad como reclamo

El festival llevará a cabo una nueva edición coincidiendo con Halloween

ÁLEX ROIG

Jaén acogerá el próximo 31 de octubre una edición especial del festival *La MonaFest* con temática de *Halloween*. Esta se llevará a cabo en el pabellón de Ifeja y está organizada por la empresa Aceituneros del Show, que cuenta además con la colaboración del Patronato municipal de Cultura, y con el patrocinio de Caja Rural. La concejala de Cultura y Turismo, María Espejo, junto a la promotora Cristina Toro, acompañada de Paco Toro y la directora de la oficina principal de Caja Rural Jaén, María José López Quesada, presentaron esta nueva iniciativa que supone el primer festival de *Halloween* celebrado en la provincia y que aspira a reunir a unos 10.000 jóvenes en esta edición.

El cartel de este evento está encabezado por Morad, un artista de fama mundial —más de 13 millones de oyentes al mes en Spotify— Además junto a él, también volverán Pepe y Vizio, dos jóvenes andaluces inspirados en el reguetón clásico, tras haber estado presentes en el éxito rotundo que supuso la primera edición de La MonaFest, celebrada en 2023. El resto del cartel de este festival lo compondrán artistas como J Abecia, JP Fernández, Pedro Calderón y Yapi.

Cristina Toro explicó que esta nueva edición de la *MonaFest Halloween* viene propiciada por el éxito que supuso la pasada celebración en el mes de abril. "El festival mantiene su programación artística en la línea en la que demandan los jóvenes de hoy día con artistas como Morad, y otros grandes" destaca Cristina. También quiso dirigirse a todos los jóvenes interesados: "Animamos a todo el público a que vengan, se disfracen y vivan un día que, sin duda, será para no olvidar, donde además haremos sorteos y habrá muchas sorpresas", afirmó la promotora. Además, también anunció un nuevo concierto que se realizará en la capital durante este año. "En diciembre tendremos también en Jaén a Niña Pastori y estamos muy agradecidos a esta ciudad porque, a pesar de ser pequeña, a nosotros nos está respondiendo muy bien con todos los eventos que estamos organizando" concluyó.

Por su parte, María Espejo quiso de igual manera agradecer a Cristina y a su empresa Aceituneros del show por apostar por Jaén y valoró el hecho "de que el nombre de este festival se le haya dado a raíz de la figura de "la mona", situada en un friso gótico de la Catedral de Jaén"

Por último, María José López, destacó que "es un orgullo poder colaborar con iniciativas tan maravillosas como esta, lo cual pone de manifiesto nuestro compromiso con la sociedad jiennense y en especial con la juventud".

DIARIO JAEN

Publicación	Diario Jaén General, 22	Fecha	16/10/2025
Soporte	Prensa Escrita	País	España
Circulación	3771	V. Comunicación	1 647 EUR (1,915 USD)
Difusión	4377	Tamaño	173,74 cm² (27,8%)
Audiencia	19 000	V.Publicitario	861 EUR (1002 USD)

Dossier de prensa
unacc



DINAMIZACIÓN. *Paola Gener, Ana Belén Molina y Purificación Muñoz, con los carteles.*

Un concurso promociona la mejor croqueta local

La campaña promocional de la asociación empresarial ASEM implica a veintitrés negocios un mes y medio

JUAN RAFAEL HINOJOSA

La Asociación Empresarial Marteña (ASEM), en colaboración con la Diputación y el Ayuntamiento, y el patrocinio de la Caja Rural, pone en marcha el concurso "La mejor croqueta de Martos y el mejor cóctel". En la competición participan veintitrés establecimientos de hostelería.

La presidenta de ASEM, Ana Belén Molina, explica sobre la iniciativa: "Ponemos en marcha una campaña novedosa en nuestra ciudad, con la que pretendemos poner en valor la cocina de Martos. Hemos querido dar un largo periodo de tiempo para que dé tiempo a recorrer y degustar el mayor número de croquetas y cócteles posibles". Agradeció el apoyo institucional y de la entidad financiera a la convocatoria.

Por su parte, Paola Gener, secretaria de la asociación detalla cómo se desarrolla la iniciativa, en marcha desde ayer. Las personas participantes en la promoción deben aportar al menos tres tiques de consumición para participar en el sorteo que previsto al término de la campaña, el 30 de noviembre. Los premios, adjudicados mediante sorteo, consisten en cuatro cestas de Degusta Jaén y tres cenas valoradas en cien euros para gastar en los establecimientos participantes. Purificación Muñoz, la concejala de Comercio anima a los marteños a participar en esta original campaña que nos ayudará a descubrir la cocina de algunos establecimientos de hostelería, ya que por costumbre siempre vamos a los mismos locales, además con ella conoceremos la alta calidad de la restauración de la ciudad.

DIARIO JAÉN

Publicación	Diario Jaén Extra, 7	Fecha	16/10/2025
Soporte	Prensa Escrita	País	España
Circulación	3771	V. Comunicación	4 354 EUR (5,063 USD)
Difusión	4377	Tamaño	439,25 cm² (70,3%)
Audiencia	19 000	V.Publicitario	1605 EUR (1867 USD)

Dossier de prensa unacc



Juan Espejo, Lorenzo Canales, Vicente Martínez, Juan Gallego, Carlos Borja, Carlos Abellán, Cándida Zafra y Ángel Utrera.

Otra distinción más para Caja Rural

La Asociación Amigos de los Viernes nombra a la entidad como Socio de Honor en la feria

JUANFRAN PAREDES

La Asociación Cultural y Gastronómica Amigos de los Viernes quiso distinguir, como siempre hace durante la feria, a Caja Rural de Jaén como socios de honor de esta asociación, siguiendo así la estela de los reconocidos el año pasado, Diario JAÉN y Canal Sur, quienes también estuvieron presentes en el acto con las figuras del director, Juan Espejo, y el delegado territorial en Jaén, Lorenzo Canales, respectivamente.

Un entrañable acto en el que la presidenta de la asociación, Cándida Zafra, se mostró muy satisfecha de poder contar con la entidad como socios de honor. Cedió el honor de expresar unas palabras sobre la Caja Rural al secretario de la asociación, Carlos Borja, quien señaló que era "un verdadero honor" reconocer a una entidad "con un firme compromiso hacia el entorno rural y la provincia jiennense, especialmente la agricultura".

Asimismo, Borja enfatizó en que la a especial distinción "no es por capricho, sino el reconocimiento a una entidad cuyo objetivo principal es cumplir con esa misión tan importante de contribuir al desarrollo económico y social de nuestra tierra, una capital y provincia tan olvidada por las administraciones que necesita todo el apoyo posible para salir adelante".

Cogió el testigo entonces Juan Gallego, director de Sucursales y Recursos de Caja Rural de Jaén, quien manifestó que para Caja Rural "es un orgullo que la asociación Amigos de los Viernes se haya acordado de nosotros para hacernos socios de honor", así como destacó: "Tenemos mucha relación, mucha vinculación, es una asociación que lleva existiendo muchísimos años, creo que más de cuarenta, y este año nos han ofrecido la posibilidad de hacernos socios de honor y nosotros encantados de poder recoger este premio con mucho cariño y mucho orgullo".

Los motivos de este nombramiento son la contribución social y económica hacia Jaén

Al hilo de las palabras del secretario, Gallego recordó la misión de la Caja Rural, "estar al lado de la sociedad jiennense, como lo recogen nuestros estatutos y nuestro propio ADN". Y agregó que parte del éxito de la entidad es la cercanía de la familia de la caja con la ciudadanía.

Otro momento muy especial de este íntimo acto de distinción fue cuando la presidenta quiso hacer un reconocimiento al dueño del catering de la caseta, Ángel Utrera, por "el acompañamiento de tantos años".

Dicho recuerdo se lo entregó a un emocionado Utrera el presidente de la sección joven de la asociación, Carlos Abellán. El propietario del catering fue muy escueto en su agradecimiento, pero señaló con mucho sentimiento que "tiene una habitación dedicada a este tipo de reconocimientos", signo de una labor profesional encomiable.





A la izquierda: Juan Gallego se dirige al público tras recoger la distinción de socio de honor en nombre de la Caja Rural. A la derecha: Ángel Utrera recibe un recuerdo.

La Tribuna de Albacete
ALBACETE

Publicación	La Tribuna de Albacete General, 18
Soporte	Prensa Escrita
Circulación	3617
Difusión	2991
Audiencia	16 000
Fecha	16/10/2025
País	España
V. Comunicación	1 967 EUR (2,288 USD)
Tamaño	143,28 cm² (23,0%)
V.Publicitario	603 EUR (701 USD)

Dossier de prensa unacc

Fundación Globalcaja renueva su apoyo a los programas de Asprona

Ambas entidades colaboran en la extensión a todo el territorio albacetense del programa de asistencia a personas adultas con discapacidad intelectual

REDACCIÓN / ALBACETE

El presidente de la Fundación Globalcaja, Herminio Molina, y la presidenta de Asprona, María Dolores Olivares, mantuvieron ayer una reunión de trabajo sobre varios programas de ámbito provincial en los que colaboran ambas entidades.

En una nota de prensa, destacan que, entre las más recientes, está el programa de soporte técnico para mejorar las intervenciones que los profesionales realizan con las personas con discapacidad intelectual o del desarrollo que son usuarias de los distintos servicios que ofrece la asociación.

Esta nueva colaboración permitido a Asprona hacer una evaluación más precisa y diseñar planes de apoyo personalizados en su intervención con personas con discapacidad intelectual que ya están en la edad adulta, que presentan dificultades en su conducta, diagnósticos de TEA o demencias o deterioros cognitivos.

De esta forma, se consigue mejorar su calidad de vida y promover una mayor participación de las personas usuarias en su día a día.

Asprona ha extendido este soporte técnico, del que estiman se beneficiarán unas 500 personas usuarias, a todos sus centros de atención, situados en Albacete, Almansa, Caudete, Hellín, La Roda y Villarrobledo.

Otros proyectos sobre los que intercambiaron impresiones fueron el programa de ocio estival que ha permitido que 85 usuarios de Asprona, de entre 12 y 65 años de edad, hayan podido disfrutar este verano de actividades de tiempo libre adaptadas. Desde Asprona, agradecido a la Fundación Globalcaja su compromiso y su implicación con el colectivo de persona con discapacidad intelectual, apoyando y haciendo posible el desarrollo de proyectos que mejoran su calidad vida y promueven su plena inclusión social.



María Dolores Olivares y Herminio Molina. / GLOBALCAJA

Unión Nacional de Cooperativas de Crédito
Alcalá 55 28014 Madrid
T 917 81 94 18
http://www.unacc.com

© unacc 2025. Todos los derechos reservados