Resumen de prensa

lunes, 24 de noviembre de 2025



ÍNDICE

#	Medio	Titular	Fecha	
3	El Economista	El ‘Ómnibus’ de Von Der Leyen: año de simplificación sostenible con un final cada vez más cercano	24/11/2025	4
4	El Economista	Fitch ve “sostenible” la rentabilidad de la banca gracias al fuerte empuje del negocio	24/11/2025	11
5	Expansión	Los ‘family office’ de CaixaBank, Santander y Bankinter se disputan 100.000 millones	24/11/2025	13
6	Expansión	Bizum cierra fichajes para crecer en más países	24/11/2025	16
7	El Economista	El Santander fusiona filiales en Brasil para simplificar la estructura y ganar eficiencia	24/11/2025	8
8	Expansión	Las bazas de Iñaki Peralta al frente de Santander Seguros	24/11/2025	17
9	El Economista	BBVA permite a autónomos y pequeñas tiendas vender sus productos a través de redes sociales y WhatsApp	24/11/2025	8
10	Las Provincias	Una jornada para impulsar el liderazgo empresarial	24/11/2025	11
11	Deia	Atraer al talento joven, el reto que define el futuro del cooperativismo en Euskadi	24/11/2025	34
12	Deia	“ “	24/11/2025	35
13	El Periódico de Aragón	La edad media para firmar una hipoteca en Aragón se eleva hasta los 40 años	24/11/2025	6
14	El Periódico de Aragón	“ “	24/11/2025	7
15	El Periódico de Aragón	El comprador se decanta ahora por una hipoteca de tipo fijo o mixto	24/11/2025	6
16	El Periódico Extremadura	Pepe Rodríguez: «El producto de cerdo ibérico debe llevarse por bandera»	24/11/2025	20
17	Ideal Suplemento	La gran noche de las empresas	24/11/2025	4
18	Hoy Badajoz	El jamón ibérico se reivindica en la Feria Espiga como el mejor embajador extremeño	24/11/2025	10
19	El Adelantado	El Otoño Enológico de la Fundación Caja Rural de Segovia une identidad, paisaje, tradición y modernidad en su tercer y último fin de semana	24/11/2025	12
20	El Adelantado	“ “	24/11/2025	13
21	El Adelantado	“ “	24/11/2025	12
22	Diario Jaén	Bélmez de la Moraleda mide el orgullo de las zonas rurales	24/11/2025	17
23	Diario Jaén	El comercio apuesta por la campaña del Black Friday	24/11/2025	40
24	Diario Jaén	Jornadas formativas del Hujase de tenis de mesa	24/11/2025	34
25	Diario de Teruel	Felipe González hablará en Teruel sobre los desafíos políticos y económicos	24/11/2025	6

elEconomista

Publicación	El Economista General, 4	Fecha	24/11/2025
Soporte	Prensa Escrita	País	España
Circulación	21 000	V. Comunicación	48 118 EUR (55,410 USD)
Difusión	18 000	Tamaño	425,29 cm² (39,7%)
Audiencia	63 000	V.Publicitario	6936 EUR (7987 USD)

Dossier de prensa unacc

El 'Ómnibus' de Von Der Leyen: año de simplificación sostenible con un final cada vez más cercano




Silvia Irazoqui / Sofía Galipienso

Equipo de regulación de BBVA

Este noviembre se cumple un año del lanzamiento del paquete de simplificación *Ómnibus* en sostenibilidad por parte de Ursula Von Der Leyen, presidenta de la Comisión Europea. El objetivo es claro: impulsar la competitividad de las empresas europeas, reduciendo la pesada carga burocrática del marco de finanzas sostenibles.

El proceso arrancó con la rápida aprobación de la directiva *stop the clock*, que congeló los plazos de aplicación de la Directiva de Divulgación (CSRD) y la Directiva de Diligencia Debida (CSDDD).

> Aunque sea un paso en la dirección correcta, carece de ambición en ciertos aspectos

Las negociaciones sobre los cambios de contenido de estas dos directivas prosiguen tras el acuerdo alcanzado en el Parlamento Europeo. Mientras el Consejo alcanzó su posición (*general approach*) en junio, la situación en el Parlamento se había convertido en un foco de incertidumbre, tras el rechazo al informe del ponente Warborn (PPE), el pasado 22 de octubre. Con el acuerdo alcanzado en el pleno del pasado 13 de noviembre, se da el pistoletazo de salida para poder iniciar los 'trílogos' o negociaciones interinstitucionales, que permitan dejar cerrado el proceso de simplificación antes de final de año.

El texto aprobado en el Parlamento posee un notable peso político. Además de tratarse del primer *Ómnibus* presentado por la Comisión en el contexto actual de simplificación regulatoria, el acuerdo alcanzado sienta un precedente significativo, al haber sido aprobado gracias al apoyo de los grupos políticos de extrema derecha, rompiendo la coalición de centro (*coalición Von Der Leyen*).

Esto implica que algunos temas sobre los que existían posiciones enfrentadas en la Eurocámara –entre otros, el umbral de aplicación de la CSRD y la obligatoriedad de que las empresas publiquen planes de transición– se han resuelto en un sentido que podría dificultar las negociaciones en trílogos, al alejar el texto del adoptado por el Consejo.

Aunque el *Ómnibus* es un paso en la dirección correcta, muchos consideramos que no está exento de complejidad, y, en ciertos aspectos, de falta de ambición. El marco europeo de finanzas sostenibles va más allá de las directivas de divulgación (CSRD) y debida diligencia (CSDDD), y requiere de reformas más profundas y pragmáticas, como en el caso de la revisión de los estándares de divulgación (ESRS) o en la simplificación del *reporting* de la Taxonomía europea.

Por contra, la simplificación propuesta de la directiva de divulgación es excesivamente ambiciosa en lo que se refiere a la reducción del número de empresas que se verán obligadas a reportar, tras su entrada en vigor. El Parlamento ha aprobado elevar el umbral a empresas de 1.000 a 1.750 empleados, junto con el límite que ya se proponía de 450 millones euros en facturación. Con esta propuesta en España podrían quedar sujetas poco más de 500 empresas. Dicho esto, una pregunta que surge es si las empresas que ya venían publicando dejarán de publicar esta información, o si lo seguirán haciendo de forma voluntaria, aunque finalmente no queden sujetas a la directiva revisada. También queda por ver la transposición que pueda hacer España con la regulación existente.

> Es necesario simplificar la normativa bancaria prudencial en materia de ESG

La disponibilidad de datos de sostenibilidad de las empresas se ha convertido en un punto crítico para las entidades financieras dado que impacta directamente en la capacidad de los bancos para cumplir con sus propias exigencias regulatorias, supervisoras y de gestión de riesgos. En este nuevo contexto, consideramos que será necesario plantear modificaciones profundas de la normativa bancaria prudencial en materia de sostenibilidad, para adaptar dichas exigencias y alinearlas con la simplificación aportada por el *Ómnibus*.

Tampoco debemos de olvidar que, si bien es relevante en términos de disminución de carga administrativa para las empresas, el *Ómnibus* es una de las muchas palancas existentes para promover la competitividad en Europa. La sostenibilidad es en sí misma una fuente de oportunidades que sólo serán aprovechadas si el marco regulatorio proporciona los incentivos adecuados para fomentar la innovación y el desarrollo de las tecnologías necesarias para la transición. Es necesario un marco que asegure la rentabilidad y la bancabilidad de las operaciones que financiarán la transformación de los diferentes sectores de la industria hacia modelos de negocio sostenible.

Por lo anterior, creemos que debemos defender las ventajas de esta simplificación propuesta por la Comisión y animar al legislador a seguir trabajando para lograr un marco regulatorio más pragmático. En este sentido, destacamos la necesaria simplificación de la normativa bancaria prudencial en materia ESG, así como el desarrollo de políticas industriales que favorezcan la transición, como palancas fundamentales para mantener la competitividad de nuestro tejido empresarial y el liderazgo europeo en materia de sostenibilidad.

elEconomista

Publicación	El Economista General, 11	Fecha	24/11/2025
Soporte	Prensa Escrita	País	España
Circulación	21 000	V. Comunicación	48 118 EUR (55,410 USD)
Difusión	18 000	Tamaño	427,40 cm² (39,9%)
Audiencia	63 000	V.Publicitario	6961 EUR (8016 USD)

Dossier de prensa unacc

Fitch ve "sostenible" la rentabilidad de la banca gracias al fuerte empuje del negocio

La actividad generadora de comisiones compensará en 2026 la caída de los tipos

E. Contreras / M. Allievi MADRID.

La buena racha de los bancos en materia de rentabilidad llega para quedarse el próximo año pese a la reducción a la mitad de los tipos de interés. "Consideramos que los niveles de rentabilidad vistos en 2025 probablemente se estabilicen en 2026, a medida que se modere el impacto sobre el margen financiero, continúe un crecimiento saludable del negocio y los riesgos crediticios se mantengan muy contenidos", pronostica Cristina Torrella, Senior Director responsable de Financial Institutions EMEA Group en Fitch Ratings.

Su visión es que los niveles actuales son "sostenibles", gracias a la buena base operativa de las entidades, el dinamismo comercial y "un crecimiento económico entre los más altos de Europa y por un potencial de crecimiento del PIB a medio plazo en torno al 2%". "En este contexto macro, los bancos españoles contarán con un entorno de negocio favorable, con oportunidades de crecimiento; junto con un entorno de tipos de interés razonablemente estable, ello seguirá apoyando buenos niveles de rentabilidad", explica.

La mejora de la rentabilidad se convirtió casi en una obsesión para el sector tras verla comprometida desde la crisis del 2008 y las entidades pusieron foco en ajustar al máximo los costes y empujar los ingresos. La parálisis de la pandemia del Covid hundió la rentabilidad en el -3,3% por las altas provisiones y los grandes bancos se fijaron como meta alcanzar el 12% a medio plazo en su cálculo sobre patrimonio tangible (RoTe), programando metas crecientes después que han cumplido.

Evolución de la rentabilidad en la gran banca

Principales rúbricas de las entidades, en millones de euros

	Beneficio			RoTE (%)		
Entidad	3T 2024	3T 2025	Var. (%)	3T 2024	3T 2025	Var. (%)
Santander	9.309	10.337	11,00	16,2	16,8	0,60 p.p.
BBVA	7.622	7.978	4,70	20,1	19,7	-0,40 p.p.
CaixaBank	4.248	4.397	3,50	16,9	17,8	0,90 p.p.
Sabadell	1.295	1.420	9,67	13,2	15	1,80 p.p.
Bankinter	731,05	811,51	11,01	18,18	19,36	1,18 p.p.
Unicaja*	451	503	11,50	8,3	12,3	4,0 p.p.
Total	23.656	25.447	7,57	15,48	16,83	1,35 p.p.

Fuente: Entidades/*Ajustada a un capital medio sectorial. eE

A finales del pasado mes de septiembre, el RoTE oscilaba entre el 19,7% de BBVA y el 12,3% de Unicaja, que va más rezagada por el pulso de poder derivado de la fusión con Liberbank que condicionó su actividad, aunque quedó atrás y ahora cuenta con una ambiciosa hoja de ruta para recuperar terreno. El RoTE medio de estos seis bancos cotizados rozaba el 17% en septiembre, frente al 15,48% de un año atrás, y en el total del sector bancario español alcanzaba el 14,6% en junio -últimos datos disponibles-, por encima de los principales pares europeos.

El sector se benefició entre 2022 y 2024 de los vientos de cola de la subida de tipos desde el 0% al 4,5%. Pero desde entonces han tenido que lidiar con la bajada de tipos al 2%, que comprimió el margen financiero, y lo han conseguido con mayor volumen de negocio, especialmente crediticio y generador de comisiones. "Aunque existe presión sobre el margen financiero por la bajada de los tipos de interés, el crecimiento de la nueva producción de crédito desde 2024, que se ha acelerado en 2025, está compensando en parte esa presión y actúa como una palanca importante para la rentabilidad de los bancos españoles. A ello se suma la evolución positiva del negocio de comisiones, que también contribuye a amortiguar la presión sobre el margen financiero", señala Torrella, subrayando el fuerte impulso conseguido en la actividad de gestión de activos.

Por otro lado valora que el sector "ha hecho los deberes en términos de eficiencia" y se beneficia de una reducción de la morosidad que alivia la carga en provisiones y también ayuda en la rentabilidad. "Quizá estemos alcanzando un suelo en los niveles de morosidad, a pesar de las buenas perspectivas macroeconómicas, si bien aún podrían producirse mejoras marginales", puntualiza.

> El alza del negocio contribuirá más en la cuenta cuando frene el deterioro del margen financiero

Todos estos parámetros, junto a la mejor evolución de la economía, se han traducido en mejoras de ratings de solvencia de las entidades que ayudarán abaratando también sus costes de financiación.

Expansión

Publicación	Expansión General, 13	Fecha	24/11/2025
Soporte	Prensa Escrita	País	España
Circulación	43 332	V. Comunicación	79 482 EUR (91,526 USD)
Difusión	32 840	Tamaño	348,64 cm² (55,9%)
Audiencia	130 000	V.Publicitario	11 669 EUR (13 437 USD)

Dossier de prensa unacc

Los 'family office' de CaixaBank, Santander y Bankinter se disputan 100.000 millones

EN ESPAÑA/ Los tres bancos, que han lanzado sus propios 'family office', aspiran a controlar un mercado que alcanza los 100.000 millones entre patrimonio financiero, inmobiliario y capital riesgo de grandes clientes.

Sandra Sánchez. Madrid

La banca española intensifica la competencia por los clientes de grandes patrimonios. Las grandes entidades lanzan nuevas iniciativas y diseñan planes de crecimiento de cara a ganar cuota de mercado en este segmento, y una de las palancas de desarrollo más recientes ha sido el lanzamiento de sus propios *multi family office* para prestar servicios a clientes ultrarricos.

CaixaBank, Banco Santander y Bankinter son los tres grandes bancos que han optado, al menos hasta ahora, por lanzar sus propios negocios enfocados a ofrecer servicios de consultoría patrimonial a grandes clientes y se disputan un negocio de alrededor de 100.000 millones de euros en España.

Aunque las entidades no han detallado públicamente sus objetivos de patrimonio supervisado a largo plazo a través de sus filiales de *family office*, calculan que hay un mercado potencial de 100.000 millones en España, de clientes con patrimonios por encima de los 40-50 millones de euros que requieren estos servicios, según fuentes del sector.

El universo de 100.000 millones no corresponde íntegramente a patrimonio puramente financiero o líquido. Aunque es la mayor parte (alrededor del 40% del total), también incluye los activos inmobiliarios de las grandes fortunas y las posiciones de inversión en activos privados o alternativos.

Hay que recordar que, a través de estas unidades, la banca ofrece a clientes individuales *Ultra high Net Worth* (UHNW), grupos familiares, fundaciones o instituciones todos los servicios que un cliente con patrimonios muy elevados puede requerir: servicios como consultoría patrimonial, inmobiliaria, inversiones alternativas, planificaciones a medida, inversión directa, filantropía, etcétera.

Por el momento, las tres entidades han captado negocio valorado, de manera conjunta, en alrededor de 13.000 millones de euros, por lo que el potencial de crecimiento en este segmento es enorme, y los bancos destinan cada vez más recursos a fortalecer sus filiales de consultoría patrimonial.



Sede de CaixaBank.

CAIXABANK
El banco dirigido por Gonzalo Gortázar es líder en este segmento con 10.000 millones de euros bajo supervisión.



Sede corporativa de Santander.

SANTANDER
La entidad ha captado alrededor de 1.000 millones de euros de negocio a través de su 'family office' en España en solo cuatro meses.



Edificio corporativo de Bankinter.

BANKINTER
El banco aspira a controlar alrededor de 2.000 millones de euros de grandes clientes a través de su 'family office' en 2027.

Líder

CaixaBank fue el primer banco español en apostar por este modelo de negocio y lanzó en 2022 OpenWealth, su filial para prestar servicios de consultoría patrimonial independiente a muy grandes patrimonios. El banco no exige un patrimonio mínimo a los clientes, pero carga una comisión explícita a los clientes a partir de los 100.000 euros al año, y no tiene clientes de menos de 50 millones de euros de patrimonio.

La unidad es hoy la mayor consultora patrimonial (hay entidades al margen de los grandes bancos comerciales que han ofrecido este servicio históricamente a grandes clientes). Tiene activos supervisados por encima de los 9.345 millones de euros a cierre del tercer trimestre.

OpenWealth supervisa el patrimonio de 57 clientes y está dirigido por Marta Alonso. Cuenta con 23 empleados, después de haber ido incrementando la plantilla, de acuerdo al fuerte crecimiento del negocio. El equipo arrancó en 2022 con cinco profesionales que ya trabajaban en la banca privada de la entidad.

Al constituir su *family office*, CaixaBank optó por crear una entidad jurídica separada del banco para asegurar su independencia con respecto al negocio de banca patrimonial de la entidad.

Rápido crecimiento

En verano de este año, Banco Santander decidió entrar en este mercado y lanzó Beyond Wealth, su propio *family office* en España, siguiendo un modelo prácticamente idéntico al de CaixaBank, pero con la peculiaridad de que Santander está replicando el negocio en otros mercados donde tiene presencia física (recientemente acaba de estrenarlo en Estados Unidos).

Beyond Wealth también se dirige a patrimonios a partir de 50 millones de euros y presta servicios a través de una filial del grupo para asegurar la independencia.

Tras cuatro meses de actividad, Santander ha alcanzado los 1.000 millones de euros bajo supervisión a través de su *family office* en el mercado español, según datos facilitados por la propia entidad.

El equipo de Beyond Wealth en España se encuentra bajo la dirección de Sol Moreno de Los Ríos, directora de Segmentos Especializados y responsable del área de Grandes Patrimonios de Santander Private Banking, y lo encabeza Javier Lafarga, consejero delegado de la filial, junto a diez profesionales más.

Posicionamiento

A principios de 2024, Bankinter, uno de los bancos españoles más activos en el negocio de banca privada en España, decidió crear su *family office* para dar servicio a clientes con patrimonios por encima de los 40 millones de euros.

De manera similar a lo que hace CaixaBank, Bankinter agrega el patrimonio de las grandes fortunas en una única plataforma multiactivos y multicustodia. Sin embargo, en lugar de optar por crear una filial independiente jurídicamente del banco, la entidad optó por lanzarlo como un negocio dentro de su banca privada.

Bankinter, que se marcó el objetivo en el lanzamiento de alcanzar los 30 clientes, con una cartera de 2.000 millones de euros en 2027 de tamaño para su *family office* (a un ritmo más lento que sus competidores) no desvela cifras de patrimonio. Pero según aseguraba Joaquín Calvo-Sotelo, director de Banca Patrimonial de la entidad, en una entrevista reciente con EXPANSIÓN, "va francamente mejor de lo que esperábamos, tanto en activos, como en número de contratos". "Estamos siendo muy selectivos a la hora de elegir a quién damos este servicio, pero creo firmemente en que es importante ofrecerlo por un tema de posicionamiento", aseguraba.

Expansión

Publicación	Expansión General, 16	Fecha	24/11/2025
Soporte	Prensa Escrita	País	España
Circulación	43 332	V. Comunicación	15 458 EUR (17,800 USD)
Difusión	32 840	Tamaño	94,50 cm² (15,2%)
Audiencia	130 000	V.Publicitario	3805 EUR (4382 USD)

Dossier de prensa unacc

Bizum cierra fichajes para crecer en más países

Nicolás M. Sarriés. Madrid

Los responsables de Bizum creen que la historia de éxito de la plataforma en España, donde ya cuenta con más de 30 millones de usuarios, puede replicarse en otros países en los que no exista una solución de pagos móviles de amplia aceptación.

La compañía dirigida por Ángel Nigorra ya emprendió la aventura internacional en 2022 y logró cerrar acuerdos con las entidades andorranas Andbank, Crèdit Andorrà y Morabanc para ofrecer Bizum como medio de pago. El próximo objetivo es implantar el modelo en mercados más grandes y para ello ha llevado a cabo varias contrataciones para reforzar el crecimiento internacional de la compañía. Es el caso de Isabel Martínez Gayá, procedente de la filial de Santander PagoNxt, que acaba de ser nombrada responsable de Nuevos Mercados de la plataforma.

Bizum ha centrado sus esfuerzos más recientes en darse a conocer en Reino Unido, según explica Fernando Rodríguez Ferrer, director general adjunto de Expansión Internacional de la compañía. En los últimos meses ha mantenido reuniones con el supervisor (Banco de Inglaterra), con el regulador de los pagos británico (PSR), con la infraestructura que proporciona los raíles para las transacciones instantáneas (Pay-UK) y con algunas de las principales entidades bancarias privadas, añade.

Aunque por el momento las conversaciones no se han concretado en nada sólido, Rodríguez Ferrer relata que las autoridades y algunos bancos británicos están "muy interesados por el modelo de Bizum y por entender qué no funcionó en su payM", en referencia a la plataforma de pagos móviles lanzada en 2014 en Reino Unido, que se cerró en 2023 debido a su falta de arraigo en el mercado.

El Banco de Inglaterra, tras estas conversaciones, se ha convencido de la necesidad de revisar sus sistemas de pagos para impulsar una solución digital cuanto antes. En octubre, publicó un documento en el que situaba a Bizum como modelo de éxito gracias al fuerte apoyo del sector bancario español y a su innovación tecnológica, que utiliza el número de teléfono como alias que identifica a cada titular de una cuenta.

Más países

Lo cierto es que Bizum no tiene el foco prioritario puesto en Reino Unido, sino sobre todo en países de la zona euro que no cuentan actualmente con una solución de pagos instantáneos de éxito.

Más allá de la alternativa británica, el equipo de internacionalización de Bizum maneja diversas opciones de crecimiento en nuevos mercados de Europa. Son Irlanda, Austria, Chipre, Malta, los países bálticos y los balcánicos. El perfil de los territorios objetivos es similar: allí donde no existe una aplicación móvil dominante.

elEconomista

Publicación	El Economista General, 8	Fecha	24/11/2025
Soporte	Prensa Escrita	País	España
Circulación	21 000	V. Comunicación	42 130 EUR (48,514 USD)
Difusión	18 000	Tamaño	490,32 cm² (45,8%)
Audiencia	63 000	V.Publicitario	7684 EUR (8848 USD)

Dossier de prensa unacc

El Santander fusiona filiales en Brasil para simplificar la estructura y ganar eficiencia

El banco local absorberá las compañías de gestión y recuperación de impagos y la de 'leasing'

E. Contreras MADRID.

Banco Santander profundiza en la búsqueda de mejoras de eficiencia simplificando su estructura societaria en Brasil. La franquicia brasileña absorberá las filiales Return Capital, compañía adquirida en 2017 para liderar el mercado de la compra de carteras morosas, su gestión y recuperación, y Santander Leasing, volcada en las operaciones de arrendamiento financiero. "Se trata de un proceso habitual de eficiencia corporativa, sin impacto operativo ni en los clientes", explican en la entidad.

La integración de la plataforma de gestión de crédito moroso supondrá absorber una compañía con un patrimonio de 8.460 millones de reales (unos 1.380 millones de euros) en valor neto contable conforme a la tasación efectuada por PricewaterhouseCoopers, y en buena parte conformado por activos financieros. Con la incorporación de Santander Leasing busca unificar las actividades de la filial en este tipo de financiación, una vez reciba la correspondiente autorización del Banco Central de Brasil. Ambas operaciones deben ser aprobadas aún en junta extraordinaria de accionistas convocada para el próximo 28 de noviembre, aunque será un trámite al ser ya propiedad del banco y no requerir ampliación de capital para su ejecución.

Filial adquirida en 2017

En el orden del día se justifican ambas transacciones para simplificar la estructura societaria, con la consecuente reducción de los costes administrativos, en particular los relacionados con obligaciones legales y contables, al tiempo que consolida el negocio al incorporar sus capacidades técnicas y humanas.

En Return Capital irrumpió en 2017, con la compra del 70% de la empresa de recuperación de deuda de Ipanema, que rebautizaría con su nombre actual. Su ambición era alcanzar el liderazgo de un mercado que movía entre 20.000 y 30.000 millones de reales anuales en el país (3.200-4.900 millones de euros) y había estado dominado por entidades como Itaú y Bradesco. Un año después adquirió el 30% restante a Ipanema, pero había permanecido con operativa independiente. En 2024, la compañía adquirió el 20% que Santander no controlaba en el especialista en recuperación de deuda del sector agro Gira, con el que se fusiona, simplificando esta actividad de recobro en una sociedad y ahora procederá a la integración en el banco.



Banco Santander en Brasil. REUTERS

> Integra una firma que adquirió en 2017 para liderar el mercado de carteras de deuda

El movimiento se enmarca en la estrategia *One Transformation*, lanzada en 2023, y por la que el grupo se rige por negocios globales y no por países buscando maximizar las sinergias intragrupo (de ahorros de costes y mejora de ingresos extendiendo las mejores prácticas), y optimizando la gestión de capital.

Simplificación en el grupo

Desde entonces el grupo se organiza en cinco grandes negocios desplegados por toda Europa y América (Retail & Commercial y Digital Consumer Bank; Corporate & Investment Banking, Wealth Management & Insurance y Payments), y ha puesto foco en simplificar tanto las estructuras societarias, como el organigrama en el grupo y filiales, como la oferta –entre 2022 y 2024 redujo, por ejemplo, el catálogo de productos de 10.100 productos al cierre de 2022 a 5.200–, al tiempo que unifica la oferta entre países y se apalanca en plataformas globales para producir economías de escala.

Entre las simplificaciones societarias, una de las más relevantes es el reciente anuncio de la fusión en Europa de la financiera Santander Consumer y Openbank, pasando a operar bajo la denominación de Openbank.

Entre los objetivos del plan estratégico 2023 y 2025 figuraba lograr un retorno sobre el capital tangible (RoTE) del 15-17% y una ratio de eficiencia de aproximadamente el 42% en 2025. En septiembre la eficiencia se situaba en el 41,1% y el RoTE en el 16,9%, con la franquicia brasileña en lugar destacado. Su negocio allí, que aporta 72,8 de los 178 millones de clientes del grupo y construye un 15,37% del beneficio del grupo, tiene un ratio de eficiencia del 32,4% y un RoTE del 17,4%. Hasta septiembre ganó 1.589 millones, solo superado por el negocio en España, con 3.233 millones.

Expansión

Publicación	Expansión General, 17	Fecha	24/11/2025
Soporte	Prensa Escrita	País	España
Circulación	43 332	V. Comunicación	36 131 EUR (41,605 USD)
Difusión	32 840	Tamaño	202,30 cm² (32,5%)
Audiencia	130 000	V.Publicitario	7038 EUR (8105 USD)

Dossier de prensa unacc

RELEVO/ EL TODAVÍA CONSEJERO DELEGADO DE SANITAS, HASTA EL PRÓXIMO 31 DE DICIEMBRE, LLEGARÁ A LA FILIAL DEL BANCO CON EL BAGAJE DE GESTIONAR LA ASEGURADORA MÁS RENTABLE EN ESPAÑA.

Las bazas de Iñaki Peralta al frente de Santander Seguros



Iñaki Peralta.

ANÁLISIS por E. del Pozo

Iñaki Peralta recalará a principios de 2026 en Santander Seguros como su nuevo consejero delegado en sustitución de Francisco Giménez Bosch, que deja el cargo de mutuo acuerdo con el banco. Se encargará también de impulsar el seguro global de salud de Grupo Santander y formará parte del comité de dirección de Santander España.

Peralta es, hasta el próximo 31 de diciembre, consejero delegado de Sanitas y de Europe & Latin America de la británica Bupa, dueña de la firma española.

Esta posición –que incluye México, Brasil, Chile, Perú, Ecuador, Bolivia, Miami, Polonia y Turquía– es una de las bazas en su nueva etapa profesional.

Además, Sanitas es la aseguradora más rentable en el mercado español, algo que puede tener reflejo en su gestión al frente de la mayor aseguradora del grupo presidido por Ana Botín.

Sanitas logró el año pasado un ROE (beneficio sobre patrimonio) del 51,3%, según la consultora Afi, muy por encima de la media del 16% del sector. Ganó 177 millones de euros, la mayor cota alcanzada por una aseguradora española filial de un grupo internacional.

Santander Seguros ganó 158 millones, aunque comparar la evolución del beneficio de las dos compañías puede arrojar una fotografía desenfocada. Su negocio está centrado en el seguro de ahorro a largo plazo, con el acento puesto en la cobertura de la jubilación, un segmento en el que el banco quiere ganar posiciones. Ahora es la segunda mayor aseguradora con un ahorro gestionado de 16.200 millones de euros.

Santander y Bupa, dueña de Sanitas, son socios en el seguro de salud

Son aseguradoras con negocios diferentes, aunque tengan puntos de conexión, y sus accionistas pueden tener objetivos diferentes en cuanto a resultados y gestión de sus filiales. Bupa es una mutua de seguros, y como tal no cuenta con accionistas ante los que rendir cuentas y a los que retribuir mediante dividendos.

Como primer ejecutivo de Bupa Europe & Latin America, Peralta acumula un bagaje en el seguro sanitario de esa zona que, sin duda, va a aportar valor a Santander, cuya experiencia en este terreno cuenta con mucho recorrido.

El banco tiene entre sus objetivos intensificar su posición en "los negocios de no vida de alto crecimiento, como los seguros de salud", señalan desde la entidad.

En España, el banco está aliado con la holandesa Aegon en este segmento, a través de una filial conjunta integrada en Santander Seguros.

En otros países, Grupo Santander está asociado precisamente con Bupa. Ambas corporaciones firmaron un acuerdo en 2023 para ir de la mano en el seguro sanitario en Reino Unido en la modalidad de reembolso de gastos.

Santander y Zurich, socios de bancaseguros en varios países de América Latina, han firmado este mismo mes de noviembre un acuerdo con Bupa.

El pacto se focaliza en el lanzamiento de una cobertura de salud para trabajadores de pymes. Se materializa a través de un coaseguro por el que ambos socios comparten la prima, los riesgos y el beneficio de este negocio.

El sector asegurador es uno de los que más puntos de colaboración tiene entre sus actores principales dentro del mundo financiero.

Esto hace que Peralta tuviera pactos de colaboración con Mapfre, en su etapa en Sanitas, y mantenga conexión con esta aseguradora en su nueva posición en Santander Seguros.

En la trayectoria que este ejecutivo cerrará a final de año firmó acuerdos con Mapfre para construir dos hospitales, en Barcelona y en Baleares.

En la etapa que está a punto de abrir, va a tener a Mapfre como socia de bancaseguros en los ramos de automóviles, responsabilidad civil y pymes.

Esta filial conjunta trabaja en el seguro de ciberriesgos, otro negocio en el que el banco quiere enfocarse.

elEconomista

Publicación	El Economista General, 8	Fecha	24/11/2025
Soporte	Prensa Escrita	País	España
Circulación	21 000	V. Comunicación	12 522 EUR (14,419 USD)
Difusión	18 000	Tamaño	170,06 cm² (15,9%)
Audiencia	63 000	V.Publicitario	3724 EUR (4288 USD)

Dossier de prensa unacc

BBVA permite a autónomos y pequeñas tiendas vender sus productos a través de redes sociales y WhatsApp

E. C. MADRID.

BBVA ayudará a empresas, autónomos y pequeños negocios a vender sus productos y servicios a través de redes sociales, sin necesidad de disponer de una página web. El banco lanza en España Social Pay, una solución integrada en su TPV Virtual que permitirá a pymes, autónomos, profesionales y organizaciones sin ánimo de lucro (ONG) crear enlaces o código QR personalizados fáciles de compartir por ellos mismos o sus clientes en redes sociales, WhastApp o correo electrónico.

El servicio ofrece a los comercios la posibilidad de construir un perfil propio –con imagen corporativa o logo, datos de contacto– y añadir artículos con fotos, descripciones detalladas, precios y unidades disponibles. Con dicha información, la herramienta Social Pay genera de forma automática enlaces de pago y códigos QR para que pueda publicarlos y compartirlos Instagram, Facebook, TikTok u otra redes sociales, así como a través de catálogos digitales e incluso en soportes físicos. Los clientes podrán realizar la compra o donación en el caso de ONG en pocos clics y pagando con tarjeta o Bizum, mientras que el comercio recibirá los ingresos mediante una liquidación diaria en su cuenta.

Las empresas, los autónomos y los comercios podrá gestionar sus pedidos, cobros y devoluciones desde un único entorno gracias a que la solución realiza la gestión integral desde el portal Social Pay, una especie de central operativa donde podrán realizar un seguimiento de *stock*, activar promociones con fecha de caducidad, personalizar las páginas de producto y fijar los importes, en función de las necesidades del negocio.

"Con Social Pay, queremos ayudar a los pequeños comercios y profesionales a aprovechar el potencial de las redes sociales para llegar a nuevos clientes y vender de una forma sencilla y segura", señaló el director de Soluciones de Adquirencia para Comercios de BBVA España, Antonio Macías. El lanzamiento se enmarca dentro de las soluciones impulsados por el banco para democratizar el comercio digital y ayudar a los pequeños negocios a digitalizarse.

LAS PROVINCIAS

Publicación	Las Provincias Comarcas, 11	Fecha	24/11/2025
Soporte	Prensa Escrita	País	España
Circulación	2507	V. Comunicación	11 126 EUR (12,811 USD)
Difusión	1973	Tamaño	325,69 cm² (52,2%)
Audiencia	12 300	V.Publicitario	3123 EUR (3596 USD)

Dossier de prensa
unacc



Actividad formativa organizada por la Cátedra de Empresa y Humanismo de la Universitat de València. LP

ENCUENTRO. Organizada por la entidad y la Cátedra de Empresa y Humanismo de la UV

UNA JORNADA PARA IMPULSAR EL LIDERAZGO EMPRESARIAL

Alzira acoge el próximo jueves una cita formativa dirigida a los equipos directivos de empresas y que abordará retos sobre transformación y competitividad

ALZIRA

Extras. Caixa Popular, en colaboración con la Cátedra de Empresa y Humanismo de la Universitat de València (UV), organiza una nueva jornada formativa dirigida a los equipos directivos de empresas del entorno valenciano, con el objetivo de abordar los retos más actuales en materia de liderazgo y gestión en un contexto marcado por la transformación tecnológica y la competitividad global.

La sesión, que se celebrará el próximo jueves 27 de noviembre a las 9:30 horas en el Restaurante Vistoso de Alzira, llevará por título 'Liderazgo 3.0: Personas, tecnología y resultados'. Este encuentro está especialmente diseñado para directores generales, gerentes, responsables de áreas funcionales y responsables de sostenibilidad, que buscan actualizar sus conocimientos y herramientas para liderar con éxito en la nueva era digital. La entrada es libre hasta completar aforo con inscripción previa en el siguiente enlace: https://www.caixapopular.es/va/form/jornadabancaempresa. El ponente será José Juan Aguado, licenciado en Ciencias Empresariales y MBA, profesor colaborador en liderazgo en instituciones de prestigio como la Universitat de València, ESIC, EDEM Business School y la Universitat d'Alacant (UA). Aguado compartirá las claves más recientes para dirigir equipos en entornos complejos, donde la tecnología, la innovación y la gestión del talento son factores determinantes para alcanzar resultados sostenibles.

Durante la jornada se abordarán cuestiones como cómo integrar la tecnología en la gestión de personas sin perder el enfoque humano, estrategias para mejorar la competitividad empresarial en mercados cambiantes, o herramientas para potenciar el liderazgo adaptativo y la toma de decisiones en entornos digitales.

Con esta iniciativa, Caixa Popular reafirma su compromiso con el desarrollo empresarial y la formación continua de los equipos directivos, contribuyendo a fortalecer el tejido económico valenciano y a impulsar modelos de gestión basados en la sostenibilidad y la innovación.

Publicación	Deia Regional, 34	Fecha	24/11/2025
Soporte	Prensa Escrita	País	España
Circulación	16 676	V. Comunicación	23 769 EUR (27,370 USD)
Difusión	12 014	Tamaño	459,28 cm² (76,1%)
Audiencia	38 000	V.Publicitario	4566 EUR (5258 USD)

Dossier de prensa
unacc





Decenas de jóvenes asistieron a la jornada KOOPAKETA, donde participaron en mesas de trabajo y dinámicas para acercarse al mundo del cooperativismo. *Fotos: Oskar González*

Atraer al talento joven, el reto que define el futuro del cooperativismo en Euskadi

La jornada KOOPAKETA abrió un diálogo entre la nueva generación y este modelo que busca ganar visibilidad entre la juventud y mostrarles las oportunidades que pone a su alcance

Un reportaje de ***Irene Mireia Vera Pérez***

Conseguir que un segmento de la población conecte con algo que no le resulta conocido puede ser un poco complicado, y en el caso del cooperativismo vasco sucede exactamente lo mismo. A pesar de que el modelo es firme y está en constante expansión, muchas de sus ventajas no suelen llegar con claridad a las generaciones más jóvenes. El pasado 20 de noviembre, el espacio Dock de Bilbao acogió KOOPAKETA, una iniciativa impulsada por KONFEKOOP y KOOPERATIBEN KONTSEILUA con el propósito de acercar el movimiento cooperativista a la juventud y, al mismo tiempo, facilitar que las organizaciones del sector escuchen de primera mano las inquietudes de quienes tomarán el relevo en los próximos años.

Los encargados de conducir este evento fueron Helena Gorroño, vicepresidenta de la Red de Jóvenes Cooperativistas de Europa de la ACI impulsada desde KONFEKOOP y Jonkass, periodista y músico euskaldun. Ponencias de valor, interactividad e intercambio de ideas fueron tres de los ingredientes clave en esta propuesta. "El objetivo de hoy es que podamos entender el contexto cooperativo actual y que tengamos unas bases compartidas. A partir de ahí nos sentaremos por grupos en unas mesas de trabajo", adelantó Gorroño al inicio.

Precisamente, el cooperativismo vasco está considerado un referente nacional e internacional debido a su impacto socioeconómico. A nivel territorial, el cooperativismo tiene un peso especial en Gipuzkoa, donde se aglutina el 53% del empleo de este modelo. "En Euskadi existen 1400 cooperativas distribuidas en casi 2.800 establecimientos, lo que equivale a 63.000 empleos en total. De hecho, unos 1,6 millones de habitantes son socios de alguna cooperativa", señaló la representante.

Según el Consejo Superior de Cooperativas de Euskadi - Kooperatiben Kontseilua, las comarcas que concentran mayor densidad cooperativa presentan una menor tasa de desigualdad, mayor igualdad de género y mejores indicadores de estabilidad laboral. "Cada año, se crean más de 120 nuevas cooperativas en la CAV. El potencial de futuro de este modelo está demostrado, pero es necesario que haya un relevo generacional. Todos somos importantes, y en una o dos décadas todavía estaremos aquí, así que tenemos derecho a alzar nuestra voz", argumentó.

UN GIRO MÁS ALLÁ DE LO PROFESIONAL Y hablando de voces, la primera invitada que inauguró este encuentro fue la divulgadora e influencer Marina Vargas, de la Cooperativa Ecooo (@guapa.lista.y.cooperativista en Instagram), quien se subió al escenario para compartir cómo se vive el cooperativismo desde su cotidianidad. "Llegué a este modelo un poco por casualidad. De hecho, mi padre estaba en una cooperativa, pero eso nunca me había llamado la atención. Yo estudié un grado de Ingeniería de Energías Renovables y después di varios tumbos por el ámbito capitalista antes de entrar en el mundo cooperativo", explicó.

Ese cambio marcó un punto de inflexión no solo en su trayectoria profesional, sino también en lo personal. "No tener un jefe y tomar las decisiones en conjunto te transforma la vida. La autogestión y la responsabilidad me han enseñado mucho, y me han dado más libertad. En una empresa tradicional solo se enriquecen unos pocos, mientras que en una cooperativa los beneficios se reparten entre los socios y se invierten en otros proyectos para el bien común", expuso. "Los jóvenes vienen con energía fresca y ganas de dar guerra. En las cooperativas ese espíritu se valora. Justamente, empecé a hablar sobre mi experiencia en redes para acercar este modelo a personas que nunca antes se lo habían planteado, porque el relevo generacional es más necesario que nunca", recalcó.

EL IMPULSO DEL MAÑANA La siguiente ponencia estuvo a cargo de Lorea Argarate de la cooperativa Tazebaez, que invitó a todos los asistentes a imaginarse futuros cooperativistas en los que la esperanza y el progreso sean los ejes centrales. "Os lanzo una pregunta. ¿Por qué es más fácil pensar en el fin del mundo que en el fin del capitalismo? Pues porque los seres humanos necesitan seguridad y certeza, es ahí donde estamos cómodos. Tiramos de estadísticas", afirmó, y como demostración utilizó el cono de Voros para hablar sobre escenarios viables, probables y deseables. En su visión particular, la realidad que está por venir engloba la digitalización, las personas como epicentro y el bien común. Con este planteamiento, Argarate fue encauzando la sesión hacia una de las dinámicas grupales en las que el público participó más tarde.

En la misma línea, el programa incluyó dos mesas redondas que ofrecieron perspectivas diversas. En la primera participaron Itxi López, al frente de las relaciones institucionales de Koopera, y Maddalen Agirre, responsable del área de personas de Danobatgroup, quienes abordaron el cooperativismo como un enfoque innovador desde ambas posiciones: como empleadas y como consumidoras "La población joven busca un propósito y no concibe el trabajo del mismo modo que lo

Publicación	Deia Regional, 35	Fecha	24/11/2025
Soporte	Prensa Escrita	País	España
Circulación	16 676	V. Comunicación	23 769 EUR (27,370 USD)
Difusión	12 014	Tamaño	454,36 cm² (75,3%)
Audiencia	38 000	V.Publicitario	4532 EUR (5219 USD)

Dossier de prensa
unacc

"El modelo cooperativo es más que una manera de trabajar o consumir: debemos integrarlo en todos los ámbitos como estilo de vida"

HELENA GORROÑO
Vicepresidenta de la Red de Jóvenes Cooperativistas de Europa

"En una empresa tradicional solo se enriquecen unos pocos, mientras que en una cooperativa los beneficios se reparten"

MARINA VARGAS
@guapalistay.cooperativista

"Tenemos que visibilizar el cooperativismo, fomentar que los jóvenes sepan que pueden crecer en la compañía"

ITXIAR LÓPEZ
Responsable de las relaciones institucionales de Koopera

"HaziKoop Up! es un compromiso con la innovación cooperativa y con una Euskadi más inclusiva y resiliente"

MARTA AREIZAGA
Directora general de HAZIKOOP - Elkarlan

"Yo destacaría la autogestión, la responsabilidad, la pertenencia a un proyecto y el impacto social"

XABIER BERNEDO
Es socio y trabajador de Caja Laboral Popular



Segunda mesa redonda con Eider Murgoitio, el docente Josu Bizkarra de Lauaxeta Ikastola y Sare Valencia y Jone Zabala. *Foto: Oskar González*

hacen sus padres. No tienen la idea de entrar en una empresa y seguir allí hasta jubilarse sin aportar mayor valor", defiende López. Durante su intervención, recordó cómo fueron sus inicios en una cooperativa. "Lo que más me sorprendió fue la coherencia que predominaba, porque los valores de la empresa no se quedaban solo en el papel. Sentía que podía participar y que mi opinión se tenía en cuenta", matizó.

RELEVO GENERACIONAL Respecto a los retos a superar en los próximos años, la captación y retención del talento juvenil volvieron a encabezar la lista. "Tenemos que visibilizar el cooperativismo, fomentar que los jóvenes sepan que pueden crecer en la compañía y darles acompañamiento a través de la formación necesaria", amplió. Por su parte, Agirre explicó que son conscientes del desafío demográfico actual. "Es importante cultivar el compromiso de los jóvenes mediante propuestas atractivas". Así pues, señaló que, aunque la industria en la que se enmarca Danobatgroup está "muy masculinizada", desde la cooperación están apostando por planes de igualdad que ayuden a darle la vuelta a la situación". Ambas coincidieron en que el cooperativismo no se limita al ámbito profesional, sino que también se ejerce desde el papel de consumidoras. "Yo hago un consumo responsable de productos de cooperativas y mis hijos estudian en un centro educativo cooperativa", declaró López.

Educando las mentes del futuro

La segunda mesa redonda se multiplicó en cuanto a número de participantes, puesto que reunió a la socia-consumidora de Goiener y miembro del Consejo Rector Eider Murgoitio, el docente de la cooperativa Lauaxeta Ikastola y a las alumnas de sexto de Primaria del centro, Sare Valencia y Jone Zabala. Las dos últimas ofrecieron un testimonio intergeneracional sobre lo que supone vivir el cooperativismo desde el colegio. "Desde pequeñas nos han enseñado la importancia de los valores y tenemos la oportunidad de conseguir que se escuche nuestra voz y nuestra opinión", compartieron Sare y Jone.

> KOOPAKETA funtsezko ideia batetik abiatzen da: **kooperatibismoa eredu iraultzailea da,** gazteek dituzten erronka guraikide askori aurre egiteko gai dena

> Respecto a los retos a superar en los próximos años, la captación y retención del **talento juvenil** volvieron a encabezar la lista

Las charlas se alternaron con dos sesiones prácticas en las que el público se organizó en varias mesas de trabajo. En estos ejercicios, los organizadores de KOOPAKETA animaron a la gente a intercambiar sus ideas para identificar qué valores definen a una cooperativa y cómo sería el cooperativismo del mañana. De este brainstorming brotaron conceptos como "igualdad", "personas en el centro", "compartir derechos y deberes", "democracia" o "una persona, un voto", que después fueron puestos en común.

LA CONCIENCIA SOBRE COOPERATIVISMO, UNA MATERIA PENDIENTE El perfil de los asistentes fue de lo más diverso. Una de ellas fue Naia Bollain, perteneciente a la cooperativa Ausolan. Relata que viene de un entorno en el que ni siquiera conocía lo que era una cooperativa. Estudió Empresariales y es allí cuando descubrió una especialización sobre cooperativismo que le despertó interés. "Me pareció otra forma de negocio, otra manera de gestionar una empresa, otra forma de entenderlo todo", afirmó. "Lo que más me atrae de una cooperativa es la democracia interna que hay, es decir, una persona equivale a un voto y yo tengo el mismo peso en las decisiones que el director financiero, por ejemplo. A nivel económico, no suele haber grandes diferencias salariales y además, hay muchas oportunidades de crecimiento profesional", aseguró.

A su vez, Xabier Bernedo es socio de Caja Laboral Popular y trabaja en el departamento de organización. "Ha sido una sesión súper interesante porque, aunque pensemos que los jóvenes están inclinándose más hacia el individualismo, estamos viendo que esos valores que están presentes en el modelo cooperativo se ensalzan mucho y son una alternativa atractiva al modelo de empresas del capital tradicional", sostiene. "Yo destacaría la autogestión, la responsabilidad, la pertenencia a un proyecto y el impacto social. Lo que más me motiva personalmente es que hay un propósito más allá del productivo-laboral".

Otra de las participantes fue Amaia Pinedo, que lleva casi dos años trabajando en una cooperativa del sector automovilístico. "Creo que la ventaja principal del cooperativismo es poder ser parte de una organización con la que compartes valores y poder vivir en coherencia con ello. En mi caso, priorizo los valores de justicia e impacto social y me importa que las personas estén en el centro", comparte. Reconoce que falta mucho camino por recorrer en materia de concienciar a los jóvenes. Este sentimiento también lo manifiesta Ane L., que admite "no tener mucha idea de qué implica estar en una cooperativa", por lo que nunca lo había visto como una opción viable para ella.

El broche final de este evento lo puso Marta Areilzaga, que dio a conocer en primicia la iniciativa HaziKoop Up!, pensada para acompañar a cooperativas tecnológicas de nueva creación. "Es un compromiso con la innovación cooperativa y con una Euskadi más inclusiva y resiliente", detalló. Nos quedamos con una de sus frases como motor impulsor: "Activa tu idea, acelera tu impacto, hazla cooperativa".

el Periódico de Aragón

Publicación	El Periódico de Aragón General, 6	Fecha	24/11/2025
Soporte	Prensa Escrita	País	España
Circulación	7473	V. Comunicación	15 882 EUR (18,288 USD)
Difusión	4640	Tamaño	333,85 cm² (53,6%)
Audiencia	23 246	V.Publicitario	3072 EUR (3538 USD)

Dossier de prensa unacc

EL MERCADO INMOBILIARIO EN LA COMUNIDAD

La edad media para firmar una hipoteca en Aragón se eleva hasta los 40 años

Los aragoneses esperan a disponer de estabilidad laboral y ahorros suficientes antes de decidirse a adquirir un hogar en propiedad ● El perfil mayoritario busca vivienda libre en barrios bien situados

ISRAEL SALVADOR
Zaragoza

La edad media de la persona que contrata una hipoteca ha ido elevándose en Aragón, como viene observándose en el resto de España, hasta niveles alrededor de los 40 años. La comunidad autónoma ha cambiado el perfil del comprador de vivienda, que espera a disponer de estabilidad laboral y ahorros suficientes antes de decidirse a adquirir un hogar en propiedad.

El retraso en la emancipación y cursar estudios universitarios más largos, incluida la formación de posgrado, tampoco ayuda a rebajar la edad de adquisición. Esa seguridad económica previa al endeudamiento implica disponer de efectivo para afrontar la entrada y los gastos asociados.

El perfil del solicitante de crédito es el de una persona solvente, con ahorros suficientes (equivalentes al 20% del importe de la vivienda más gastos). «Son mayoritariamente solteros y con estudios universitarios en el 50% de los casos», explica Santiago Martínez, jefe de Análisis Económico y Financiero de Ibercaja.

Gran parte de la demanda sigue correspondiendo a compradores que adquieren vivienda por primera vez y que necesitan financiación. «Ese incremento de demanda y precios está provocando que muchos compradores tomen decisiones más rápidas y que la capacidad de negociación del cliente medio sea inferior», añade.

La gente joven busca viviendas de protección oficial o viviendas de segunda mano, mientras que el perfil mayoritario de nuevos hipotecados es en 2025 el comprador de mediana edad: «La vivienda libre y en barrios mejor situados son adquiridas por estos compradores, que venden su residencia actual y compran otra de mayor calidad y precio en mejores zonas de las ciudades», apunta por su parte Alejandro Lanuza, director de Zona de Caja Rural de Aragón.

Se da la circunstancia de que esa vivienda de segunda mano es a la que aspira el mercado joven que «no puede acceder directamente a pisos de mayor precio en mejores sitios», incide.

Otro factor a considerar son los cambios sociales y demográficos. Existe una demanda creciente por factores como la inmigración y la proliferación de hogares unipersonales.

Miguel Ángel Gracia



Una de las viviendas en construcción en el barrio de Arcosur, uno de los polos de expansión de Zaragoza.

Última década. Vuelco en el tipo de interés

Mayor financiación

El papel de las entidades financieras se ha hecho, si cabe, más relevante. Existe mayor necesidad de financiación: al incrementarse los precios, un mayor porcentaje de los compradores necesita hipoteca y con condiciones de empleo estables para acceder al préstamo. «Con una buena información y un acompañamiento profesional, como el que ofrece Ibercaja, contratar una hipoteca en Aragón puede hacerse con plena confianza y seguridad», destaca Martínez.

El importe medio de una hipoteca para la compra de vivienda ha aumentado en una década en Ara-

el Periódico de Aragón

Publicación	El Periódico de Aragón General, 7
Soporte	Prensa Escrita
Circulación	7473
Difusión	4640
Audiencia	23 246
Fecha	24/11/2025
País	España
V. Comunicación	15 882 EUR (18,288 USD)
Tamaño	150,66 cm² (24,2%)
V.Publicitario	1796 EUR (2068 USD)

Dossier de prensa unacc

gón, entre agosto de 2015 y el de este año, último en el que hay registros, un 31%, hasta situarse en 134.950 euros. Aragón es así la segunda comunidad, tras Extremadura, en la que menos ha aumentado el precio de la hipoteca en la última década.

El importe medio de las hipotecas se suele comportar a largo plazo de forma similar al precio de la vivienda, si bien, se pueden producir divergencias temporales según la evolución del tipo de interés. «Cuando suben, el importe medio suele aumentar menos que el precio de la vivienda, ya que, para el mismo importe, aumenta la cuota mensual, y esto limita su capacidad de endeudamiento. Cuando bajan, como en el último año, suele suceder lo contrario», indica Martínez.

En el caso de Aragón se trata de un crecimiento razonable. Representa en torno a un 3 % de crecimiento anual, muy en línea de la inflación durante ese mismo periodo. «El resto del país experimenta un comportamiento distinto debido a otros motivos que han influido en ese crecimiento», aporta Lanuza.

Tener seguridad económica implica tener efectivo para la entrada y los gastos asociados

La demanda sigue correspondiendo a compradores que adquieren vivienda por primera vez

La cuota mensual

El coste de las hipotecas con el mismo endeudamiento se ha reducido respecto a 2015, ya que han bajado los tipos de interés. En agosto, según los datos del INE, el tipo de interés de las nuevas hipotecas era del 2,89%, (-35 puntos básicos respecto al mismo mes de 2015).

La caída ha sido especialmente llamativa en las hipotecas a tipo fijo, que se concedían al 4,30% en agosto de 2015 y solo al 2,85% en el mismo mes de 2025: «Si consideramos estos valores y que los plazos medios de las hipotecas concedidas han subido de 23 a 25 años, la cuota mensual de una hipoteca de 102.038 euros (importe medio de agosto de 2015) sería de unos 525 euros, mientras que una hipoteca de 134.950 euros (importe medio de agosto de 2025) llevaría a una cuota de unos 630. Esto supone una subida de 105 o, en términos porcentuales, del 20%, que es algo menos de lo que han subido los salarios en Aragón desde 2015 (23%)», relata el jefe de Análisis Económico y Financiero de Ibercaja.

Los tipos de interés en los últimos años han ido fluctuando mucho. Cuando los tipos de interés bajan, automáticamente se incrementa la demanda de compra de vivienda. «Incluso con el Euribor al 4% como llegó a estar el año pasado, hubo una alta demanda de compra de vivienda, y por tanto de financiación. Los tipos de interés son un aspecto importante, pero es más relevante aún el precio de la vivienda y la oferta disponible», manifiesta el director de Zona de Caja Rural de Aragón.

El factor del turismo

En Aragón, el aumento del precio de la hipoteca en la última década ha sido menor. Hay factores que explican esta situación. El aspecto más diferencial es el turismo. En las zonas más turísticas hay un volumen muy importante de compradores extranjeros, con rentas elevadas y que buscan una vivienda en zonas costeras o grandes ciudades por la mejor calidad de vida que encuentran generalmente en España. «Unos vienen a pasar temporadas en una segunda residencia, y otros se mudan a vivir cuando llegan a la jubilación», considera Lanuza.

A una mayor demanda provocada por este perfil de compradores se suma una menor oferta de pisos vinculada al crecimiento de casas y apartamentos de alquiler turísticos. «Estos aspectos, unidos a un ritmo de construcción bajo, han provocado que en esas zonas el incremento del coste de la vivienda haya sido muy superior al de Aragón», termina.

Por parte de Ibercaja, otro de los motivos que dan respuesta al incremento en Aragón es la menor subida de los precios de la vivienda: «Según los datos de las tasaciones que ofrece el Ministerio, en el primer semestre, los precios de la vivienda habían subido en Aragón un 26% respecto al mismo periodo de 2015, mientras que el aumento en el conjunto de España era del 41%».

En opinión de los expertos, los precios de la vivienda van a seguir subiendo y el importe medio de las hipotecas va a mantener una tendencia similar, ya que no esperan grandes cambios. ■

el Periódico de Aragón

Publicación	El Periódico de Aragón General, 6
Soporte	Prensa Escrita
Circulación	7473
Difusión	4640
Audiencia	23 246
Fecha	24/11/2025
País	España
V. Comunicación	3 272 EUR (3,767 USD)
Tamaño	72,07 cm² (11,6%)
V.Publicitario	1086 EUR (1251 USD)

Dossier de prensa unacc

El comprador se decanta ahora por una hipoteca de tipo fijo o mixto

En los últimos años se ha tendido a preferir las hipotecas fijas, algo coherente con la evolución de los tipos de interés (han bajado mucho más los tipos de interés de las hipotecas a tipo fijo que de las variables). En 2015, solo un 6% de las hipotecas concedidas eran de tipo fijo, mientras que en 2025 sube hasta el 66%: «Con el alza en los tipos registrada desde 2022, se dio un notable incremento de las hipotecas fijas y mixtas.

I. SALVADOR
Zaragoza

Para el comprador aragonés, esto supone mayor previsibilidad de cuota que en las hipotecas variables y, por tanto, mayor tranquilidad y estabilidad», explica Santiago Martínez desde Ibercaja.

Cuando los tipos de interés bajan, la mayor parte se formalizan a tipo fijo, aprovechando la oportunidad. «El producto hipotecario más relevante de la última década han sido las hipotecas mixtas, a 3, 5, 7 o 10 años, donde una parte de la hipoteca es a tipo fijo, y el resto a tipo variable. Se han usado sobre todo en momentos de tipos de interés un poco más altos, o con expectativas de que puedan bajar en el futuro. Es un producto más que ha complementado a los dos tradicionalmente existentes: los de tipo fijo y variable», dice Alejandro Lanuza.

Sobre la duración, en Caja Rural de Aragón no han experimentado una variación significativa en la duración media de las hipotecas: «En los últimos diez años, prácticamente todas las operaciones hipotecarias de vivienda se realizan a una duración de entre 20 y 30 años».

Por su parte, Ibercaja detalla que la duración se ha incrementado de 23 a 25 años, si bien, sigue por debajo de los máximos del ciclo anterior, que era de 28 años). ■

el Periódico Extremadura

Publicación	El Periódico de Extremadura General, 20	Fecha	24/11/2025
Soporte	Prensa Escrita	País	España
Circulación	4171	V. Comunicación	3 494 EUR (4,023 USD)
Difusión	3182	Tamaño	190,54 cm² (30,6%)
Audiencia	24 000	V.Publicitario	1009 EUR (1162 USD)

Dossier de prensa
unacc

II FERIA AGROALIMENTARIA ESPIGA ORGANIZADA POR CAJA RURAL DE EXTREMADURA

Pepe Rodríguez: «El producto de cerdo ibérico debe llevarse por bandera»

Uno de los cocineros más famosos del país y presentador del programa MasterChef destaca el papel de la carne de bellota como «sello de identidad»

REBECA PORRAS
Badajoz

Uno de los cocineros de mayor prestigio a nivel nacional, conocido por su papel como presentador y jurado del programa MasterChef, Pepe Rodríguez, se convirtió ayer en el centro de atención durante la II Feria Espiga de Badajoz, que celebró su tercera jornada agroalimentaria en las instalaciones de Ifeba. Allí, puso en valor los sabores de Extremadura y su producto estrella: el ibérico.

«En eventos como este das a conocer al gran público y a profesionales todo lo bueno que se está haciendo en una región. Surgen ideas, contactos, negocios... es un escaparate único». Para el chef, la Feria Espiga permite descubrir productos que muchas veces no llegan a los hogares, como aceites o patés, que pueden inspirar nuevas elaboraciones culinarias. Entre los productos locales que más le atraen, Pepe mencionó sin dudarlo a la chacina extremeña. «He probado sopas de tomate, sopas de ajo, migas... pero la chacina es maravillosa y podéis presumir siempre de ella», aseguró. Para él, lo que distingue a la gastronomía de Extremadura es, sobre todo, el producto ibérico de cerdo, un sello que, según Rodríguez, debe llevarse por bandera.

El chef resaltó también la relevancia del restaurante Atrio -en Cáceres, con tres estrellas Michelin- como impulsor del reconocimiento de la región a nivel nacional e internacional. «Ha situado a Extremadura en el mapa gastronómico. Ahora otros jóvenes audaces están despuntando, pero la sombra de Atrio es muy alargada», comentó. Para él, la presencia de cocineros de alto nivel es clave para proyectar la gastronomía extremeña más allá de sus fronteras.

Jota Granado



El cocinero Pepe Rodríguez, ayer.

Sobre emprender un primer restaurante, Pepe se mostró sincero: «No tienes que montar Atrio, eso está fuera del alcance de cualquiera. Pero con sentido común, ilusión y mucho esfuerzo, incluso una cocina modesta puede poner a Extremadura en el nivel más alto». Su experiencia personal -desde un pequeño mesón familiar hasta un restaurante de referencia mundial- sirve como ejemplo de constancia y pasión por la cocina.

Rodríguez se refirió además a las últimas tendencias en cocina: «Siempre existirán las modas pero, yo me recreo más en preservar y modernizar los sabores de siempre». Incluso en su vida cotidiana, la cocina tradicional tiene un lugar especial. «A mi familia suelo hacerle fideos con costillas y cuando mi hija pequeña me dice que le encanta y que es mi mejor plato, eso vale más que cualquier reconocimiento», terminó con una sonrisa.

Con su visita a Badajoz, Pepe Rodríguez no solo puso la mirada mediática sobre la Feria Espiga, sino que también recordó la riqueza y el potencial de la gastronomía extremeña, poniendo en valor a productores, jóvenes cocineros y restaurantes de referencia como Atrio.

El chef hizo entrega en el escenario principal de los Premios Espiga Jamón D.O. Dehesa Extremadura junto a Enrique Sa Pessoa, cocinero con dos estrellas Michelin en Portugal, mientras que, de forma paralela, se celebró un taller infantil de cocina con 35 niños que elaboraron una 'burguer pizza', unas perrunillas y un hojaldre relleno de queso. La actividad en la feria continúa hoy, aunque el acceso estará reservado exclusivamente a profesionales del sector.■

IDEAL

Publicación	Ideal Suplemento, 4	Fecha	24/11/2025
Soporte	Prensa Escrita	País	España
Circulación	20 624	V. Comunicación	17 916 EUR (20,630 USD)
Difusión	16 809	Tamaño	471,27 cm² (75,6%)
Audiencia	60 000	V.Publicitario	2494 EUR (2872 USD)

Dossier de prensa unacc

La gran noche de las empresas

¿Quién es quién? La gala reunió a más de cuatrocientos invitados del tejido empresarial granadino

REPORTAJE GRÁFICO: ARIEL C. ROJAS

La gala 'Quién es quién' se ha consolidado como la gran noche de las empresas granadinas. El evento presentó la cuarta edición del ambicioso directorio empresarial editado por IDEAL junto con la escuela de negocios referente en Andalucía, San Telmo Business School, editado un año más con el patrocinio global de Caja Rural de Granada.

La puesta de largo de la revista reunió a cerca de 400 protagonistas del tejido económico granadino en el auditorio de Caja Rural Granada y se retransmitió en directo a través de la web de IDEAL. Tras la gala, los invitados disfrutaron de un cóctel que permitió compartir experiencias y networking en la sede de Caja Rural de Granada.

El equipo directivo al completo de la entidad financiera granadina, encabezado por su presidente Antonio León y su director general Jerónimo Luque, estuvieron una vez más al lado de las empresas. Por parte de IDEAL, el director general Antonio González y el director Quico Chirino encabezaron una amplia representación del equipo redaccional y de la comercializadora. Tampoco se perdió la gran cita una importante representación de San Telmo Business School, con su director general Juan Pérez al frente.

La gala contó además con un fuerte respaldo institucional que se evidenció con la presencia del subdelegado del Gobierno en Granada, José Antonio Montilla, los tenientes de alcalde de Rosario Pallarés y Vito Epíscopo del Ayuntamiento de Granada, así como el delegado de la Junta en Granada, Antonio Granados, también acompañado por el delegado territorial de Hacienda, Fondos Europeos y de Industria, Energía y Minas, Gumersindo Fernández Casas.

El homenaje de la noche fue para la empresa Grupo Melfosur. La consejera delegada Victoria López Cuéllar y su padre, Antonio López fundador de la compañía, recogieron el premio 'Quién es quién' arropados tanto por la familia como por el equipo humano de la empresa.



Víctor Herrero, subdirector de Riesgos, José Antonio Carmona, director de Administración, Juan Laborda, responsable de Banca Privada, y José Aurelio Hernández, director de Negocio de Caja Rural de Granada.



Javier Paya y César Penalva.



Antonio González, José Antonio Montilla, Antonio Granados, Juan Pérez Gálvez, Quico Chirino, Antonio León y Vito Epíscopo.



Vicente Tovar y Cristian Carbone.



Víctor García y Alfredo González.



Beatriz Pérez, Olga Cara, Patricia López, Mª Jesús Fernández, Pilar Castillo y Gonzalo Asensio, del equipo de Banca de Empresas de Caja Rural de Granada.



La familia y el equipo de Melfosur, la empresa premiada en la gala.



Alfredo García Amado y Lucas Alcaraz del Granada CF.

HOY

Publicación	Hoy Badajoz, 10	Fecha	24/11/2025
Soporte	Prensa Escrita	País	España
Circulación	12 667	V. Comunicación	5 133 EUR (5,910 USD)
Difusión	11 444	Tamaño	337,32 cm² (54,1%)
Audiencia	38 000	V.Publicitario	1649 EUR (1899 USD)

Dossier de prensa unacc



Un momento del concurso de cortadores de jamón ayer domingo en Badajoz. HOY

El jamón ibérico se reivindica en la Feria Espiga como el mejor embajador extremeño

Pepe Rodríguez, Toño Pérez y Henrique Sa Pessoa, con seis estrellas Michelin en total, alabaron este producto típico de la rgión en la Feria Espiga

J. LÓPEZ-LAGO

BADAJOZ. El viernes, durante la inauguración de la II Feria Espiga, el chef de Atrio, Toño Pérez, lanzó una pregunta para ensalzar uno de sus productos favoritos: ¿os imagináis el mundo sin jamón ibérico? Este domingo los cuartos del cerdo volvieron a ser protagonistas del evento gastronómico que hoy lunes –ya solo para profesionales– culmina en Ifeba, Badajoz.



Pepe Rodríguez le entregó el premio al cortador Daniel Acedo. HOY

Para entregar el premio Gran Espiga al mejor jamón de Denominación de Origen Dehesa de Extremadura que concede cada año Caja Rural la organización trajo a seis estrellas Michelin en total. El presentador, Phil González, preguntó a todas ellas qué les sugieren las palabras 'jamón' y Extremadura'. Henrique Sa Pessoa, chef portugués con dos estrellas habló de «grasa», «excelencia» y «territorio» y reconoció que lo usa mucho en su restaurante pese a que allí el bacalao es la estrella. Después intervino Pepe Rodríguez, con una estrella al frente de El Bohío y conocido por su faceta televisiva en el concurso de TVE 'Masterchef'. Y entonces recordó cómo cuando él era chico llegaron a su Illescas natal unos amigos de Zafra y en casa de uno de ellos, hace más de cuarenta años, probó una presa de cerdo ibérico que no olvida. «¿Pero de dónde sale esto?, no podía creer que saliera de un cerdo y desde entonces en mi restaurante hay colgada todo tipo de chacina», contó ayer antes de señalar a Toño Pérez, tres estrellas con Atrio, como «el mejor embajador del mundo del cerdo». El cacereño, que llama a esta materia prima «cochinito feliz» y habla de su «grasa bendita», reveló ayer que le bastaba ir a los sitios con una torta del Casar en una mano y un plato de jamón en la otra para que le abrieran todas las puertas.

Cortar y también comunicar

En este ambiente se entregaron ayer los premios D.O. Dehesa de Extremadura, no sin antes recordar el presentador, de origen francés, que el jamón conviene probarlo en España porque en otros países no saben cortarlo.

Según el presidente de la Asociación Nacional de Cortadores de Jamón, el pacense Moisés Monroy, «cada vez se demandan más cortadores de jamón en el extranjero y nosotros nos estamos ofreciendo siempre teniendo en cuenta que el jamón y su corte es cultura cien por cien española y cien por cien extremeña». De esta reflexión sale parte del formato de otro certamen que espera se consolide, el de cortadores de jamón organizado en el marco de esta Feria Agroalimentaria Espiga. Ayer participaron dos mujeres –de Sevilla y Santiago de Compostela– y cuatro hombres –de Cáceres, Fuentes de León, Mérida y Almendralejo–. Ganó Daniel Acedo Cruz, natural de Hornachos, residente en Almendralejo y al frente de Jamón Exclusive junto a su padre. El segundo puesto fue para Javier Fernández Gómez, y el tercero para David Galván, que también ganó len a modalidad 'plato creativo'.

Los jamones, de cebo de campo 50% raza ibérica, los aportó la empresa Jamón y Salud (Llerena) y el jurado estaba compuesto por tres campeones de España, incluido el vigente ganador Antonio González Cárdeno. Según Monroy, «este concurso se decidió que fuera diferente para rebajar la subjetividad del jurado, así que se ha puesto en valor el consenso en cada una de las puntuaciones. Además, también se premia la comunicación y que cuenten qué y cómo están cortando porque pensamos que así se hace pedagogía y se revaloriza este producto tan extremeño».

Dehesa de Solana se hace con la Gran Espiga al mejor jamón

Ahora mismo el mejor jamón ibérico viene de Dehesa de Solana, producido por Agropecuarias Cañas y Labrados S. L., con sede en Cáceres, que se ha hecho en este 2025 con el premio Gran Espiga al mejor jamón D. O. Dehesa de Extremadura que concede Caja Rural.

La entrega del galardón tuvo lugar ayer en la Feria Espiga, en Ifeba, Badajoz. La Espiga de Oro se la llevó Embutidos Morato, de Los Santos de Maimona y cuyo ganadero es Santiago Pérez. La Espiga de Plata fue a parar a Jamón y Salud, de Llerena con Ana Isabel Aceituno como ganadera. En cuanto a la Espiga de Bronce el galardón fue a Embutidos Mota, de Cabeza la Vaca, con Juan Luis Medina como ganadero.

EL ADELANTADO DE SEGOVIA

Publicación	El Adelantado de Segovia General, 12	Fecha	24/11/2025
Soporte	Prensa Escrita	País	España
Circulación	3159	V. Comunicación	12 015 EUR (13,836 USD)
Difusión	2652	Tamaño	294,41 cm² (48,3%)
Audiencia	10 000	V.Publicitario	1770 EUR (2038 USD)

Dossier de prensa unacc

El Otoño Enológico de la Fundación Caja Rural de Segovia une identidad, paisaje, tradición y modernidad en su tercer y último fin de semana

EL ADELANTADO

La Fundación Caja Rural de Segovia volvió a apostar por la difusión del patrimonio vitivinícola de nuestra provincia en el último fin de semana del Otoño Enológico, organizando el sábado 22 a las 09 h. la visita a Severino Sanz, una bodega de la Ribera del Duero segoviana en Montejo de la Vega de la Serrezuela.

Los asistentes descubrieron la historia, tradición y cultura de esta bodega situada en el Parque Natural Hoces del Río Riaza, un enclave privilegiado donde la familia lleva generaciones cuidando la tierra y elaborando vinos de altura.

Para comenzar la jornada, se realizó una visita guiada al viñedo, de la mano de José Félix y Begoña, quienes transmitieron a los asistentes todo el saber heredado de generaciones y a continuación, se realizó un recorrido íntimo por la bodega, donde las emblemáticas vigas de lagar recuerdan la arquitectura popular del vino como patrimonio cultural.

La "Cata especial de otoño" fue conducida por Teresa Sanz, que aportó una mirada muy enriquecedora, sensible y poética a la experiencia y al mundo del vino.

Llegó el momento de disfrutar el Menú de temporada, diseñado por el chef Gonzalo Gelos, con entrantes variados destacando el torrezno de Soria, dos platos principales, - marmitako de bonito del norte y carne de caza guisada - y postre.

Una propuesta que combinó magníficamente raíces castellanas y vascas, que definen los orígenes de Severino Sanz.



Bodega Severino Sanz

FOTOS: DIEGO GÓMEZ

Los protagonistas de la jornada fueron sin duda dos vinos que son dos joyas de la casa:

Murón Albillo Mayor, un blanco fermentado en barrica procedente de cepas centenarias, sabroso y equilibrado, con un final largo y persistente y Murón Edición Limitada 2021, un tinto reserva de la Ribera del Duero que ha obtenido 92 puntos en la Guía Peñín. Criado con paciencia, refleja la esencia del paraje de "El Arenal" y se distingue por su elegancia, profundidad y carácter mineral.

Ambos vinos fueron ejemplo de cómo el trabajo artesanal y el respeto por el entorno se traducen en botellas que cuentan historias y nos hablan de identidad y paisaje.

El público asistente destacó la importancia de conocer el patrimonio vitivinícola de nuestra tierra para valorarlo y apoyar a bodegas familiares como Severino Sanz, reforzando el vínculo con la cultura que nos une.

EL ADELANTADO DE SEGOVIA

Publicación	El Adelantado de Segovia General, 13	Fecha	24/11/2025
Soporte	Prensa Escrita	País	España
Circulación	3159	V. Comunicación	12 015 EUR (13,836 USD)
Difusión	2652	Tamaño	290,55 cm² (47,6%)
Audiencia	10 000	V.Publicitario	1751 EUR (2016 USD)

Dossier de prensa unacc

EL ADELANTADO

Para poner el broche de oro a la jornada, el Otoño Enológico de la Fundación Caja Rural despedía su último fin de semana el sábado 22 con un viaje al corazón del Champagne en el Molino de la Venta con A la Volé, un recorrido por la Champaña francesa

La importadora segoviana A la Volé, fundada en 2014 por cuatro apasionados del Champagne (Álvaro, Manuel, Nacho y Goyo), volvió al Otoño Enológico con una propuesta cargada de honestidad y personalidad. En poco más de diez años A la Volé se ha consolidado como la mayor escuela de formación sobre Champagne en habla hispana y como referente nacional en la distribución de champagnes naturales de pequeños productores. Esa es su filosofía, salirse de los estándares comerciales y ofrecer vinos que reflejen el trabajo de personas auténticas que miman la tierra sin intervención química. Con más de 30.000 seguidores y presencia en más de 700 restaurantes de España, su propósito es ofrecer "descorches únicos" y demostrar que el champagne es un vino versátil, perfecto para acompañar todo tipo de elaboraciones.

El menú, elaborado con productos de proximidad por el equipo de Venta Magullo con Oscar Calle y Ángel Peña al timón, incluyó cinco propuestas de nivel como la croqueta cremosa de boletus edulis, coca de bacalao con alioli de ajo negro y chupito de irlandés de cebolla, arroz meloso de pato del Carracillo, taco de merluza de Burela con calamar de potera, canelón de carrillera de ternera con cremoso de castaña y una torrija caramelizada con yogur y naranja. Un auténtico festival de sabores y texturas. Cada plato fue espectacularmente maridado con un champagne singular de un pequeño productor, tratando de representar (y embotellar) las peculiaridades de las cuatro principales zonas de la champaña: Montaña de Reims; Valle del Marne; Cote des Blancs y Cote des Bar.



Molina de la Venta. FOTOS: DIEGO GÓMEZ

Durante esta cita, una de las más esperadas por los amantes del Otoño Enológico, se descorcharon las siguientes referencias:

Olivier Horiot Coteaux Champenois Yétinte Magnum, un vino blanco tranquilo elaborado con uvas tintas 100 % Pinot Noir,

Heri Hodie Solera Premier Cru, elaborado principalmente con Meunier en la Montaña de Reims, muy potente y con mucha personalidad.

Doyard Vendimiarie Blanc de Blancs Premier Cru, un elegante Chardonnay de la Côte des Blancs, con un estilo más clásico y mucha finura.

Laherte Freres Rosé de Meunier Extra Brut, un rosé único que combina tres estilos de vinificación y derrocha frescura.

Robert Barbichon 4 Cepages Demi Sec, un champagne biodinámico con cuatro variedades y un toque semidulce para acompañar al postre.

Luisa Pérez y Pájaro Juárez rindieron homenaje a Edith Piaf y otras grandes artistas de la canción francesa arrancando los aplausos de un público que, por una noche, viajó a Francia y descubrió por qué el Champagne es el vino más reconocido del mundo.

La cita en el Molino de la Venta fue un magnífico ejemplo del buen hacer de nuestra hostelería y de cómo, desde Segovia, se puede acercar al público experiencias gastronómicas de primer nivel.

El próximo jueves Viña Sastre pondrá el broche al décimo sexto Otoño Enológico de la Fundación Caja Rural en el restaurante Villena después de 21 días en los que más de 1500 personas han disfrutado de 28 experiencias únicas con el vino como protagonista.

EL ADELANTADO DE SEGOVIA

Publicación	El Adelantado de Segovia General, 12	Fecha	24/11/2025
Soporte	Prensa Escrita	País	España
Circulación	3159	V. Comunicación	7 299 EUR (8,405 USD)
Difusión	2652	Tamaño	142,29 cm² (23,3%)
Audiencia	10 000	V.Publicitario	1079 EUR (1243 USD)

Dossier de prensa unacc

La jornada del sábado 22 continuó en La Cocina de Segovia del Hotel Los Arcos convirtiéndose, una vez más, en epicentro de una velada del Otoño Enológico de la Fundación Caja Rural

EL ADELANTADO

Este clásico de la cocina segoviana, dirigido con entrega por Juan Pablo Zahonero y reconocido por su excelencia y tradición, acogió el sábado 22 a las 20:30 h. una de las catas más distendidas y festivas del Otoño Enológico.

El ambiente familiar y acogedor invitó a disfrutar sin prisas de una propuesta culinaria que sorprendió por la acertada combinación de creatividad y tradición, señas de identidad de Los Arcos.

La cata estuvo elegantemente dirigida por Luis Miguel Prada Gómez de Distribuciones Prada y Elena López, sumiller de Los Arcos, que explicaron a los asistentes los secretos del maridaje perfecto con los vinos de la bodega Marqués del Atrio (D.O. Rioja), presentando las referencias Crianza y Edición Limitada, que sin duda aportaron el carácter y la elegancia de los vinos riojanos.

Elaborados con variedades Tempranillo y Graciano, estos vinos destacaron por su "intensidad, complejidad aromática y excelente estructura", convirtiéndose en el complemento ideal para el menú degustación con Rollito de salmón con queso fresco y aceite de cebollino, Rape envuelto en tocino ibérico con jugo asado y Morritos de cerdo estofados con boletus edulis.

Las propuestas gastronómicas de la Sumiller de Los Arcos estuvieron pensadas para resaltar las cualidades de los vinos, creando una sinfonía de sabores que conquistó todos los sentidos.

Para redondear la velada, el acompañamiento musical de Los Sabuesos, con la siempre fantástica Álida Jiménez (voz) y Fernando Martín (guitarra) que, con su buena energía y repertorio animado, consiguieron poner la nota festiva y convirtieron la cata en una auténtica celebración.

Música en vivo, buen vino y deliciosos bocados: los ingredientes perfectos para una velada redonda en el último fin de semana del Otoño Enológico.



Hotel Los Arcos.

DIARIO JAEN

Publicación	Diario Jaén General, 17	Fecha	24/11/2025
Soporte	Prensa Escrita	País	España
Circulación	3771	V. Comunicación	3 893 EUR (4,482 USD)
Difusión	4377	Tamaño	381,65 cm² (61,1%)
Audiencia	19 000	V.Publicitario	1462 EUR (1684 USD)

Dossier de prensa unacc



ACTUACIÓN. *Los componentes del coro y la rondalla "Panaceite" durante su actuación en la segunda edición del "Orgullosos de Ser Rurales".*

Bélmez de la Moraleda mide el orgullo de las zonas rurales

Las jornadas se clausuran entre gastronomía, música y recuerdos

PABLO ESPINOSA LUNA

La lluvia que azotó la provincia el pasado fin de semana hizo que muchas de las actividades y actos programados tuvieran que suspenderse para evitar los chaparrones. Una de esas iniciativas fue la jornada de clausura de la segunda edición del "Orgullosos de Ser Rurales" celebrado en Bélmez de la Moraleda, que tuvo que retrasar hasta ayer su último día de celebraciones. En el Parque del Nacimiento, se dieron cita vecinos y visitantes para disfrutar del programa preparado para la ocasión por la Asociación Cultural y Deportiva "A Pie de Mágina", con el objetivo de reivindicar sus orígenes, tradiciones y razón de ser. Las actividades, elaboradas con el apoyo del Ayuntamiento del municipio, la Asociación para el Desarrollo Rural "Sierra Mágina" y la Caja Rural de Jaén, comenzaron con una ruta por la memoria, que consistió en un recorrido urbano por los antiguos oficios que un día poblaron las calles del municipio. Además, también se expusieron materiales tradicionales, a través de distintos lugares emblemáticos que dan forma a su identidad.

Además, a partir de las 12:30 se pudo disfrutar de diferentes talleres para niños y adultos en los que se ofrecieron degustaciones, exposiciones de ganchillo, bordados, espartos e incluso embutidos, con los que se abrió el apetito a los curiosos. Tras la hora del almuerzo, se produjo la actuación del coro y la rondalla "Panaceite" que amenizó la tarde con sus danzas y músicas tradicionales, interpretando coplas y romances, además de villancicos de Jaén y su provincia. Al escenario también se subieron varios grupos de baile tradicional que llegaron de toda la comarca de Sierra Mágina, incluido el propio de Bélmez de la Moraleda, que estrenó su recuperada jotilla.

El éxito de estas segundas jornadas "Orgullosos de Ser Rurales" comenzó a fraguarse el pasado fin de semana, con la inauguración llevada a cabo por los escolares del CEIP "Torre del Lucero", quienes leyeron un manifiesto en favor del ruralismo. Además, el pasado sábado, la historia se hizo hueco con la charla-coloquio pronunciada por el profesor de la Universidad de Granada, Manuel Amezcúa, sobre un antiguo horno de vidrio del siglo XII.





MANJARES. *La implicación de los vecinos fue fundamental en la celebración del "Orgullosos de Ser Rurales", con la instalación de diversos expositores.*

DIARIO JAEN

Publicación	Diario Jaén General, 40	Fecha	24/11/2025
Soporte	Prensa Escrita	País	España
Circulación	3771	V. Comunicación	3 479 EUR (4,006 USD)
Difusión	4377	Tamaño	245,47 cm² (39,3%)
Audiencia	19 000	V.Publicitario	1083 EUR (1247 USD)

Dossier de prensa unacc

PREPARATIVOS DE LA NAVIDAD

■ El Black Friday es el preámbulo de la campaña de Navidad de ASEM, unas fechas en las que la asociación pone toda la carne en el asador para ayudar a los negocios del municipio, en una de las fechas en las que las compras marcan los máximos del año, algo que se nota especialmente en el ámbito de la alimentación, en el textil y en los regalos. Esa promoción tendrá una presentación propia.



CARTEL. *Paola Gener, Purificación Muñoz, Ana Belén Molina y Otilio del Arco, en la presentación.*

El comercio apuesta por la campaña del Black Friday

Promoción del colectivo ASEM con el patrocinio de la Caja Rural de Jaén

JUAN RAFAEL HINOJOSA

La presidenta de Asociación Empresarial Marteña (ASEM), Ana Belén Molina, presentó la promoción del Black Friday, organizada por el colectivo en colaboración con el Ayuntamiento y la Caja Rural de Jaén. Molina estuvo acompañada de la secretaria de la entidad, Paola Gener; la concejal de Comercio, Purificación Muñoz, y el director de entidad financiera, Otilio del Arco.

Según explicó la máxima responsable de ASEM, la campaña se desarrolla entre el jueves y el sábado de la presente semana. Dentro de la campaña, se sorteará un televisor de 55 pulgadas. La iniciativa animará a realizar las compras, durante estas fechas otoñales, en los comercios marteños, que han preparado grandes ofertas para la ocasión.

Gener fue la encargada de explicar que para participar en el sorteo hay que realizar una compra por un importe igual o superior a veinte euros y el tique, junto con el nombre y el teléfono. Hace falta dejarlo bien en el establecimiento o entregarlo a las oficinas de ASEM hasta el viernes día 5 de diciembre.

Otilio del Arco reiteró el respaldo de Caja Rural de Jaén a cuantas campañas y acciones organiza ASEM. Por su parte, Purificación Muñoz, invito a la población del municipio a participar en la campaña y adelantar sus compras navideñas en los comercios, en los que, dijo, se encuentra todo lo necesario y a unos precios bastante competitivos.

A la promoción del Black Friday se suman negocios pertenecientes a diferentes segmentos, lo que aumenta el impacto de esta campaña promocional. El Black Friday, también conocido como Viernes Negro, está considerado como la jornada en la que se inaugura la temporada de compras navideñas con significativas rebajas en muchas tiendas minoristas y grandes almacenes. Su origen se encuentra en Estados Unidos. De hecho, se conmemora un día después del de Acción de Gracias —cuarto jueves de noviembre—. Durante los últimos años, se ha extendido por diferentes países dado el proceso de globalización.

En el caso de Martos, lleva varios años en marcha. Fruto de su buena acogida es la cantidad de establecimientos que se adhieren a esta convocatoria empresarial. Para ASEM, el Ayuntamiento y la Caja Rural de Jaén se trata de una forma de compaginar el apoyo al comercio tradicional marteño con oportunidades de compra ventajosa para los clientes.

DIARIO JAEN

Publicación	Diario Jaén General, 34	Fecha	24/11/2025
Soporte	Prensa Escrita	País	España
Circulación	3771	V. Comunicación	1 829 EUR (2,105 USD)
Difusión	4377	Tamaño	104,60 cm² (16,8%)
Audiencia	19 000	V.Publicitario	607 EUR (699 USD)

Dossier de prensa unacc



Jornadas formativas del Hujase de tenis de mesa

El Hujase Jaén inició un nuevo ciclo de jornadas formativas, programa dentro de su proyecto deportivo que tiene como objetivo acompañar la evolución técnica, física y personal de los deportistas. Estas jornadas se desarrollan gracias al apoyo decidido de la Fundación Caja Rural de Jaén, cuya colaboración es fundamental para que este tipo de actividades puedan llevarse a cabo.

Diario de Teruel

Publicación	Diario de Teruel General, 6	Fecha	24/11/2025
Soporte	Prensa Escrita	País	España
Circulación	3530	V. Comunicación	1 849 EUR (2,129 USD)
Difusión	3320	Tamaño	231,30 cm² (37,1%)
Audiencia	8000	V.Publicitario	751 EUR (865 USD)

Dossier de prensa unacc

Felipe González hablará en Teruel sobre los desafíos políticos y económicos

ADEA reúne al expresidente con Ignacio Urquizu en un foro moderado por Rodrigo

Redacción
Teruel

La Asociación de Directivos y Ejecutivos de Aragón (ADEA) celebrará el próximo 1 de diciembre en el sentro sociocultural de San Julián de Teruel un Foro ADEA excepcional. que contará como invitado principal con Felipe González, expresidente del Gobierno de España.

El encuentro reunirá a directivos, empresarios y representantes institucionales en una conversación cercana y reflexiva sobre los grandes retos del presente: los desafíos políticos y económicos, las transformaciones sociales y los elementos que marcarán el futuro del país. Será una conversación a tres voces.

El formato del foro consistirá en un diálogo moderado por Fernando Rodrigo, presidente de ADEA, quien conversará con Felipe González y con el sociólogo y profesor Ignacio Urquizu, una de las voces analíticas más relevantes de Aragón. La jornada se desarrollará de 12:00 a 14:00 horas.

Urquizu, natural de Alcañiz, es profesor de Sociología en la Universidad Complutense de Madrid, colaborador habitual de *El País* y *eldiario.es*, y ha sido alcalde de Alcañiz (2019-2023), además de diputado tanto en las Cortes de Aragón como en el Congreso de los Diputados y senador por Teruel. Su trayectoria académica incluye estancias de investigación en universidades como Harvard, el Instituto Universitario Europeo o Essex, y es autor de varios ensayos sobre política, sociedad y representación democrática. Su participación aportará una mirada aragonesa, académica y profundamente contextualizada sobre los temas que se abordarán en la sesión.



El expresidente del Gobierno de España, Felipe González

Felipe González, presidente del Gobierno de España entre 1982 y 1996, lideró una etapa de modernización del país y es reconocido internacionalmente por su papel en la consolidación democrática y por su firme compromiso con Europa y América Latina. Su presencia en Teruel supone una oportunidad única para escuchar un análisis de fondo sobre el momento político y social actual.

La asistencia al Foro ADEA es gratuita, pero requiere inscripción previa a través de la página web de la asociación.

ADEA agradece especialmente el apoyo de los patrocinadores que hacen posible este encuentro: Ibercaja, Santander, CaixaBank, Itesal, Audi Zaragoza, Grupo Piquer, Endesa, AON, Deloitte, Caja Rural de Teruel, Numéricco, Saphir, Hoteles Palafox, Ayuntamiento de Teruel y Grupo Térvalis.

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