Resumen de prensa

lunes, 22 de diciembre de 2025



ÍNDICE

#	Medio	Titular	Fecha	
3	Expansión	El BCE alerta a los bancos sobre el uso excesivo de SRT	22/12/2025	13
4	La Vanguardia	Bizum ultima una gran integración para conectar a 390millones de europeos	22/12/2025	59
5	La Voz de Galicia	La generación bízum se expande y el efectivo gana peso entre los más jóvenes	22/12/2025	20
6	El Economista	La rentabilidad de la banca española cae levemente en el tercer trimestre	22/12/2025	12
7	El Economista	La banca mediana capta más dinero en fondos que las grandes entidades este año	22/12/2025	18
8	Expansión	“Va a ser difícil que la banca tradicional llegue a la excelencia digital”	22/12/2025	15
9	Expansión	BBVA dispara sus ingresos en banca de inversión el cuádruple que sus rivales	22/12/2025	13
10	El Economista	BBVA Consumer Finance financia el 10% de los vehículos sostenibles a través de la ‘app’ en España	22/12/2025	12
11	Expansión	Santander crea el área ‘High Growth’ para crecer en pymes	22/12/2025	14
12	El Economista	Sabadell y Zurich potencian el seguro de vida y hogar para elevar las ventas un 23%	22/12/2025	11
13	El Economista	Jorge Ramos (Citi): “Esperamos ver más compras apalancadas en EMEA en 2026”	22/12/2025	12
14	Levante	Joves valencians proven que el diàleg és possible en temps de polarització	22/12/2025	20
15	Diario de Navarra	Acuerdo entre Caja Rural y Hospital San Juan de Dios	22/12/2025	20
16	La Voz de Almería	Ecosistema de Innovación Agroalimentaria Cajamar 50 años transfiriendo conocimiento	22/12/2025	11
17	Hoy Badajoz	David Uclés ya tiene el ‘Dulce Chacón’ de novela	22/12/2025	16
18	El Día de Segovia	Papá Noelvuelve a Segovia	22/12/2025	8
19	El Día de Segovia	Diversión bajo techo	22/12/2025	19
20	Diario Jaén	El sentimiento blanco de “El Chato”	22/12/2025	27
21	La Tribuna de Albacete	El belén de navidad de Globalcaja vuelve a llenar las calles de la ciudad de Albacete de ilusión e inclusión	22/12/2025	13

Expansión

Publicación	Expansión General, 13	Fecha	22/12/2025
Soporte	Prensa Escrita	País	España
Circulación	43 332	V. Comunicación	11 769 EUR (13,784 USD)
Difusión	32 840	Tamaño	63,22 cm² (10,1%)
Audiencia	130 000	V.Publicitario	2897 EUR (3393 USD)

Dossier de prensa unacc

El BCE alerta a los bancos sobre el uso excesivo de SRT

Martin Arnold. F.T.

El BCE ha advertido de que tomará medidas si los bancos de la eurozona intentan reducir demasiado sus requisitos de capital mediante los conocidos STR. Se trata de un producto de titulización conocido como Transferencia Significativa de Riesgo, en el que los inversores asumen el riesgo crediticio de una cartera de préstamos.

El BCE dice que se protegerá contra "una toma de riesgos indebida y un debilitamiento de la resiliencia" por la creciente emisión por parte de los bancos de SRT. La advertencia del BCE subraya la creciente preocupación de los reguladores globales por el marcado crecimiento de la emisión de SRT.

El BCE tomará medidas si el creciente uso de SRT por parte de los bancos genera "preocupaciones prudenciales", pero al tiempo presentó planes para acelerar las aprobaciones de SRT por parte de los 113 bancos de la eurozona que supervisa.

Estas transacciones suelen implicar que inversores institucionales asumen el riesgo de pérdidas de una cartera de préstamos a cambio de pagos regulares del banco que transfiere el riesgo. Los acuerdos pueden reducir el capital que los bancos deben asignar a los préstamos entre un 55% y un 80%, según el FMI.

Los bancos europeos dominan el mercado de SRT: representan el 60% de la emisión global en los primeros nueve meses de este año, según datos de SCI Analytics.

Muchos de los mayores emisores del mercado este año han sido bancos europeos, incluidos Banco Santander, BNP, NatWest, Deutsche Bank, Crédit Agricole y UniCredit.

La actividad se ha acelerado este año a medida que los bancos tratan de compensar el impacto de los mayores requisitos de capital tras las normas más estrictas acordadas por los reguladores globales en el Comité de Supervisión Bancaria de Basilea.

La banca de la eurozona emitió SRT sobre 210.000 millones de euros en activos en 2024, En el primer semestre de 2025, la emisión aumentó más del 85 % con respecto al año anterior, según el BCE.

LA VANGUARDIA

Publicación	La Vanguardia General, 59	Fecha	22/12/2025
Soporte	Prensa Escrita	País	España
Circulación	121 667	V. Comunicación	136 118 EUR (159,425 USD)
Difusión	118 870	Tamaño	479,39 cm² (76,9%)
Audiencia	365 000	V.Publicitario	27 062 EUR (31 696 USD)

Dossier de prensa unacc

Cambios en las finanzas domésticas

Bizum ultima una gran integración para conectar a 390 millones de europeos

Los bancos adelantan al BCE al crear el mayor espacio de pagos del continente

IÑAKI DE LAS HERAS
Madrid

Mientras los reguladores europeos llevan años sin dar con la clave para alcanzar la unión bancaria, una solución tecnológica tan sencilla como compartir directorios de teléfonos está a punto de convertirse en la primera plataforma paneuropea de pagos gratuitos e instantáneos. El avance supone un salto cualitativo en una actividad especialmente sensible, en la que la UE y el Banco Central Europeo (BCE) intentan rebajar la dependencia de operadores americanos como Visa y MasterCard.

Bizum y sus homólogos europeos están a punto de firmar un memorando de entendimiento para permitir que en el 2026 cerca de 390 millones de europeos de 16 países puedan hacerse pagos con el teléfono móvil. Son el 84% de la población de la UE y Noruega. "La idea es cerrarlo en el primer trimestre del 2026 e iniciar los pagos en el mismo año", afirma Fernando Rodríguez, director general adjunto de expansión internacional de Bizum y uno de los directivos clave de este proyecto.

La medida llega en un momento en el que Bizum ha despertado interés por el anuncio de la Agencia Tributaria de que a partir del 1 de enero controlará los pagos realizados por autónomos y pymes a través de plataformas de este tipo. La medida, dirigida a combatir el fraude fiscal, no se aplicará a las operaciones entre los particulares, ha confirmado el Ministerio de Hacienda. Tampoco afectará al

La nueva empresa debe elegir sede, en un debate en el que Barcelona y Madrid tienen opciones

proyecto de conectividad europea, alineado con las distintas jurisdicciones legales.

Con la puesta en marcha de un Bizum europeo, los bancos se adelantan al BCE y su proyecto de euro digital, cuyo desarrollo legislativo está previsto para el 2026 y del que no se espera el arranque hasta el 2029. "Los pagos se están convirtiendo en un activo estratégico", explica Rodríguez.

La firma del memorando contempla la creación de una nueva empresa con personal propio y un director general. Será la encargada de aportar a los Bizum nacionales una capa de integración europea, de fijar unas reglas comunes y de designar al proveedor técnico de la nueva plataforma. Tendrá un nuevo nombre, pero no reemplazará la marca local, al menos en España. Bizum conservará su identidad, muy popular y un caso de éxito. Sí irá asociado a algún tipo de referencia que informe a los usuarios de que pueden hacer pagos a personas de casi toda Europa.

Uno de los aspectos que se están

En el primer trimestre del 2026 se integrarán los dos grandes bloques europeos de pagos

definiendo estos días es dónde se ubicará la nueva empresa. Rodríguez no da pistas, aunque hay un debate entre los que defienden una sede cerca de los grandes centros de poder político y financiero, como Bruselas o Frankfurt, y los que abogan por ciudades con costes más bajos. Barcelona o Madrid entrarían en esta ecuación.

Desde el verano, Bizum está conectado con la italiana Bancomat y con la portuguesa MB BAY. Ha formado además un consorcio conocido como Alianza Europea de Pagos (EuroPA) junto a Vipps MobilePay, que se usa en Dinamarca, Suecia, Finlandia y Noruega, y la polaca Blik. En unas semanas, este consorcio se unirá a la otra gran plataforma continental, la Iniciativa Europea de Pagos (EPI), formada por Francia, Alemania, Bélgica, Holanda y Luxemburgo. Será el momento en que nazca el nuevo operador paneuropeo. Hay además una larga lista de países candidatos. Salvo Chipre, Malta y Croacia, toda la UE se encuentra implicada.

Uno de los grandes retos es el de trascender la zona euro, lo que obligará a aplicar el cambio a coronas suecas, coronas noruegas o zlotys polacos. Otro es el de afinar toda la integración basada en el número de teléfono, ya que hay países donde el equivalente a Bizum se ha desarrollado a partir de tarjetas bancarias. Conforme al plan trazado, entre el 2027 y el 2028 será posible hacer un *bizum* en comercios europeos físicos y electrónicos. Será todo un desafío a Visa, MasterCard o PayPal.

"Lo que estamos haciendo ahora es construir algo que pueda resistir el paso del tiempo", señala el director general adjunto de Bizum. Ahora las conexiones con Italia y Portugal son entre particulares, pero al unirse con Francia y Alemania se quiere ir "más allá". Nacerá un "modelo de negocio nuevo para la operación transfronteriza", indica. "Esto no será solamente que yo pueda enviarle dinero a un portugués, sino que pueda ir a Lisboa, Italia o París y pagar en un comercio".

Una vez formada la empresa, se invitará a entrar a Grecia, Eslovenia, Rumanía, Bulgaria o Irlanda.

Hacienda empezará a controlar en enero los pagos de Bizum relacionados con la actividad económica

Reino Unido queda fuera de la iniciativa. "Digamos que nosotros estamos siguiendo el mandato del Eurosistema", que defiende vías de pago soberanos, señala Rodríguez.

La potencia adicional de Bizum, que ya suma más de 30 millones de usuarios en España, puede dificultar el negocio de los neobancos que no cumplan los requisitos para participar en el directorio. No es el caso de Revolut o N26, que ya ofrecen Bizum. Hay un debate abierto sobre la apertura de estos requisitos.●



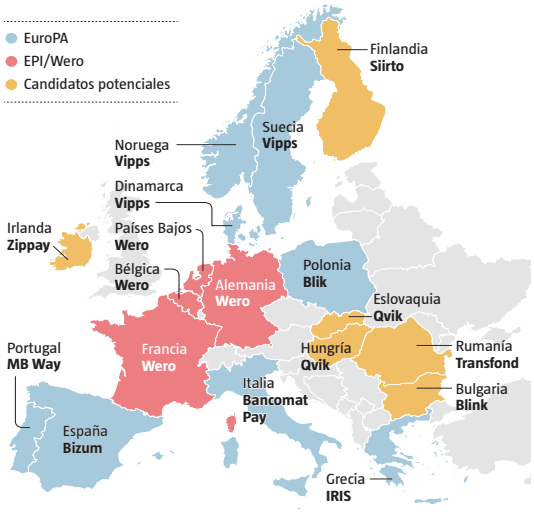
ANA JIMÉNEZ

Bizum se ha convertido en una forma habitual de compartir pagos entre amigos

La gran integración de los pagos en Europa

Categorías

- **EuroPA** Alianza de soluciones domésticas existentes (como Bizum o Vipps) que buscan conectarse entre sí para permitir pagos transfronterizos manteniendo su propia marca
- **EPI/Wero** La 'Iniciativa de Pagos Europea' que ha lanzado Wero como una billetera digital unificada para reemplazar o unificar sistemas en países como Francia y Alemania
- **Candidatos potenciales** Otros sistemas nacionales que están en proceso o tienen potencial para integrarse en estas redes de interoperabilidad europea



FUENTE: Bizum

Anna Monell / LA VANGUARDIA

La Voz de Galicia

Publicación	La Voz de Galicia Vigo, 20	Fecha	22/12/2025
Soporte	Prensa Escrita	País	España
Circulación	108 667	V. Comunicación	8 221 EUR (9,628 USD)
Difusión	106 103	Tamaño	305,98 cm² (49,1%)
Audiencia	326 000	V.Publicitario	2185 EUR (2559 USD)

Dossier de prensa
unacc

La generación bízum se expande y el efectivo gana peso entre los más jóvenes

Los abonos con móvil alcanzan el 37 % y el metálico resiste en comercios

CRISTINA CÁNDIDO
MADRID / COLPISA



El uso de las operaciones con Bizum se incrementó en cuatro puntos el último año. ADRIÁN BAÚLDE

Es una escena cada vez más común en comidas de amigos o la compra de regalos compartidos. Una persona adelanta el dinero, los demás le hacen un bízum y la deuda se zanja de manera casi automática. Las transferencias inmediatas entre particulares, que se mantendrán fuera del control que Hacienda quiere imponer a partir del 1 de enero sobre las pequeñas y medianas empresas y los autónomos, ya son la opción favorita de pago entre los españoles de menos de 45 años de edad, a pesar de que los billetes y monedas aún predominan en las transacciones.

Así se desprende del Estudio sobre Hábitos en el Uso del Efectivo 2025 elaborado por el Banco de España, donde el *cash* se mantiene como el principal medio de pago para las compras realizadas en comercios para el 57 % de la población, pero con una caída de seis puntos porcentuales respecto al año anterior. Un descenso que canaliza, precisamente, Bizum, que pasa del 33 % al 37 %. En un plano más discreto se sitúan las transferencias bancarias tradicionales, que representan el 2 % del total. Si se analiza por tramos de edad, los mayores de 54 años usan mayoritariamente el efectivo. La franja de entre 35 y 54 es la que más utiliza la tarjeta de crédito, mientras los más jóvenes se decantan mayoritariamente por los dispositivos móviles. Esta es una realidad que también constata el V Barómetro sobre la necesidad de permanencia del dinero en efectivo presentado por la compañía demoscópica GAD3 y Plataforma Denaria.

Según el estudio, el 22 % de los españoles entre los 18 y los 29 años prefiere el bízum al efectivo, opción esta última preferida por el 19 %. Y el uso de esta alternativa de pago se reduce a medida que las personas preguntadas van cumpliendo años: solo el 2 % de los mayores de 65 años lo utiliza como primera opción, cifra que aumenta al 8 % entre los que tienen entre 45 a 64 años y al 15 % para el segmento de entre los de 30 y 44 años.

¿Significa esto que el fin del efectivo está cada día más cerca? En absoluto. El 93 % de los encuestados en el citado barómetro defiende la posibilidad de pagar en metálico, y el 88 % de los que lo usa valora su utilidad en metálico en situaciones de emergencia.

Desde el apagón

La más reciente, y a escala nacional, se produjo el día del apagón, cuando las operaciones en sucursales y cajeros se redujeron prácticamente a cero al no contar con sistemas de respaldo energético. Desde este suceso, el 35 % de los españoles declara que guarda en casa más ahorros en billetes y monedas. Y, curiosamente, la generación que mantiene más efectivo guardado en el cajón desde el pasado abril es la de los jóvenes de entre 18 y 29 años, el 47 %, seguida del grupo de entre 45 y 59 años, con el 30 %. Todo en un momento en el que Bruselas acelera el despliegue del euro digital y Bizum, la italiana Bancomat y la portuguesa MB Way sellaron una alianza con la European Payments Initiative para construir un *hub* paneuropeo que permita pagos instantáneos entre países de la UE.

Pago de billetes, impuestos...

El uso de la plataforma española se ha acelerado a un ritmo vertiginoso en los últimos años a medida que se va ampliando su presencia en compras *online* y otras gestiones. Ya es posible adquirir por esta vía billetes de tren y avión con determinadas compañías, incluso ciertos trámites como el pago de impuestos, tasas y multas en algunos ayuntamientos. Las cifras de este negocio son apabullantes: hasta el pasado mes de septiembre se habían realizado una media de tres millones de operaciones al día. En total, 900 millones de euros, con un volumen asociado de más de 65.000 millones.

En este período, Bizum superó los 30 millones de usuarios en España y Andorra, un objetivo que se marcó para el conjunto del año. Las proyecciones de la propia compañía apuntan a que en este ejercicio duplicará la cifra del 2024, cuando contabilizó casi 1.100 millones de transacciones con un valor de 44.206 millones. Además, muchas entidades ya permiten que los menores puedan enviar y recibir dinero o realizar compras *online*, siempre bajo la supervisión de sus representantes legales. Solo es necesario contar con una cuenta corriente a nombre del usuario —es habitual que las entidades ofrezcan cuentas específicas para adolescentes o jóvenes—, acceso a la aplicación móvil del banco donde tienes la cuenta abierta, para activar y utilizar esta opción.

Según el Banco de España, en general serán los padres o tutores quienes activen Bizum y decidan los límites de uso y la cantidad máxima por operación. «También puede ser la entidad quien decida estos límites», señala el supervisor.

elEconomista

Publicación	El Economista General, 12	Fecha	22/12/2025
Soporte	Prensa Escrita	País	España
Circulación	23 667	V. Comunicación	10 814 EUR (12,665 USD)
Difusión	20 000	Tamaño	105,56 cm² (9,9%)
Audiencia	71 000	V.Publicitario	2695 EUR (3156 USD)

Dossier de prensa unacc

La rentabilidad de la banca española cae levemente en el tercer trimestre

El RoE se situó en el 14,9% frente al 15,1% de los tres meses anteriores

eE MADRID.

La rentabilidad sobre capitales (RoE) de la banca española descendió levemente en el tercer trimestre de este año y se situó en el 14,9% frente al 15,1% del segundo, aunque sigue muy por encima de la media europea (10,7%). En su informe trimestral de riesgos, la Autoridad Bancaria Europea (EBA) señala que, en el conjunto de la muestra de las entidades de los 30 países europeos analizados, la rentabilidad de los bancos españoles sigue duplicando la de los bancos alemanes (7,3%) y los franceses (6,9%).

2,1
PORCENTAJE
Créditos morosos registrados entre julio y septiembre, más bajos que en el trimestre anterior

Por lo que respecta a la solvencia medida con el ratio de capital CET1, como es habitual, la banca española estaba en el furgón de cola en el tercer trimestre, con el 13,2%, frente al 16,3% en el conjunto de la muestra europea.

Los créditos morosos registraron una mejora, hasta el 2,1% del total para las entidades domésticas entre julio y septiembre, frente al 2,6% de los tres meses precedentes. La media europea con respecto a esta métrica se mantiene en el 1,8% en el tercer trimestre, como en el segundo.

Asimismo, los bancos españoles son de los más eficientes de Europa con un ratio del 46,4% (cuanto más baja, mejor), frente al 52,3% de la media del Viejo Continente.

elEconomista

Publicación	El Economista General, 18	Fecha	22/12/2025
Soporte	Prensa Escrita	País	España
Circulación	23 667	V. Comunicación	55 754 EUR (65,300 USD)
Difusión	20 000	Tamaño	812,51 cm² (75,9%)
Audiencia	71 000	V.Publicitario	10 816 EUR (12 668 USD)

Dossier de prensa unacc

Flujos netos de los fondos de inversión de la banca

En millones de euros

Fondo de inversión	2023
Santander AM	3.920
BBVA AM	2.617
CaixaBank AM	1.376
	7.912
Ibercaja Gestión	3.485
Kutxabank Gestión	2.191
Bankinter Gestión de Activos	703
Gescooperativo	683
Abanca	604
Unicaja AM	-662
Sabadell AM	-1.012
	5.992

Fondo de inversión	2024
CaixaBank AM	5.813
Santander AM	4.743
BBVA AM	965
	11.522
Bankinter Gestión de Activos	2.247
Kutxabank Gestión	1.695
Ibercaja Gestión	1.560
Unicaja AM	1.558
Gescooperativo	1.220
Abanca	901
Sabadell AM	-590
	8.591

Fondo de inversión	2025
CaixaBank AM	6.812
BBVA AM	1.585
Santander AM	1.437
	9.834
Bankinter Gestión de Activos	2.662
Unicaja AM	2.203
Ibercaja Gestión	2.196
Kutxabank Gestión	1.695
Gescooperativo	1.682
Abanca	1.248
Sabadell AM	-206
	11.481

Fuente: Inverco. Los datos de 2025 son a cierre de noviembre.

La banca mediana capta más dinero en fondos que las grandes entidades este año

En 2025 acumulan ya un volumen conjunto de entradas netas por 11.500 millones de euros

Esta cifra representa un 34% más de lo que lograron captar a lo largo del ejercicio anterior

Ángel Alonso MADRID.

Si hay un producto financiero que ha ganado protagonismo en los últimos años dentro de las preferencias de los españoles son los fondos de inversión, que ya manejan un volumen cercano a los 450.000 millones de euros. La revalorización de los mercados ha contribuido a este incremento, pero también se han beneficiado de la apuesta realizada por las entidades financieras, que controlan la distribución de fondos en España, en un momento en que con los tipos de interés bajo mínimos se vieron obligados a ofrecer alternativas a los tradicionales depósitos para retener a los clientes.

Las tres grandes entidades, CaixaBank, Santander y BBVA, monopolizan algo más de la mitad de la cuota de mercado por volumen patrimonial en fondos de inversión (tan solo la firma catalana representa un 23%), mientras que la banca mediana acapara poco más del 28%.

Pero han sido estos bancos de menor tamaño los que han conseguido superar este año a los más grandes en captaciones netas en fondos. Con datos de Inverco a cierre de noviembre, las gestoras de Bankinter, Unicaja , Ibercaja, Kutxabank, Gescooperativo y Abanca acumulan cerca de 11.500 millones de euros, por encima de los algo más de 9.800 millones que han atraído CaixaBank, BBVA y Santander, de los que el 69% son de la primera.

A falta de un mes para que concluya este ejercicio, la banca mediana logra incrementar un 34% su volumen de captaciones netas respecto al año pasado y la cifra de 2025 se iguala, de momento, a la que lograron los tres grandes bancos en 2024, lo que muestra la apuesta que están realizando entidades como Ibercaja, Kutxabank , Bankinter o Unicaja desde que el Banco Central Europeo decidió subir los tipos de interés para enfriar la inflación a mediados de 2022.

Esa decisión del supervisor posibilitó lanzar fondos muy conservadores gracias a que tenían como subyacentes a bonos de gobiernos como el español o el italiano, que llegaron a ofrecer entre un 3% y un 4% de rentabilidad en 2023. Y al calor de estos rendimientos, las entidades medianas lograron trasvasar ahorradores a los fondos. Tanto Bankinter como Unicaja e Ibercaja han rebasado la barrera de los 2.000 millones de flujos netos, por encima de BBVA y Santander, a las que superan incluso Kutxabank y Gescooperativo, la gestora de las cajas rurales, con más de 1.600 millones cada una.

Esta tendencia se une al auge de la gestión discrecional de carteras, en las que el cliente delega las decisiones de inversión a cambio de una comisión anual en el equipo de inversión de las gestoras, además de pagar el coste de cada fondo donde invierte. Junto al asesoramiento, representa ya tres de cada cuatro euros de los fondos distribuidos en España, y es el tránsito natural para los clientes que ya cuentan con experiencia en el mundo de la inversión.

Nuevos inversores

Pero las captaciones de este año en entidades medianas se concentran en los productos más conservadores, el primer peldaño de esa transformación de ahorrador en inversor. "Hay una clara entrada de nuevos inversores que hasta ahora permanecían al margen de los fondos

> La subida de tipos permitió lanzar productos muy conservadores con un buen retorno

y que han dado el paso atraídos por la mayor visibilidad de las rentabilidades en renta fija. Por otro lado, los inversores ya familizarizados con los fondos también han incrementado sus posiciones", señalan en Gescooperativo, donde están impulsando los fondos mixtos conservadores, que permiten que "los inversores vayan asumiendo gradualmente un mayor nivel de riesgo de manera diversificada y controlada", al incorporar una parte de la cartera en renta variable.

"Hay que tener en cuenta que la rentabilidad esperada de los fondos de renta fija tenderá a ajustarse progresivamente a los niveles actuales de tipos en Europa, más una prima limitada", advierten.

Miguel López, director de Negocio de Ibercaja Gestión, explica que desde finales de 2022 han crecido en más de 46.500 partícipes en fondos de inversión, lo que significa un ritmo del 7% anualizado. "262.000 clientes de Ibercaja tienen ya este tipo de producto, lo que supone un récord. Este crecimiento de los clientes ha ido acompañado de aumentos sustanciales de los saldos gracias a las aportaciones. En los últimos tres años hemos captado cerca de 7.400 millones de euros y 2025 va a situarse entre los tres mejores años de la gestora", afirma López.

En Unicaja también confirman la entrada de nuevos clientes en fondos de inversión. "El número de partícipes ha crecido casi un 13% en el año a cierre de noviembre, muy en línea con el de 2024, donde tuvimos un incremento del 12%. Y también estamos observando cierto aumento de posiciones de partícipes de ortos años. No en vano, el saldo medio ha aumentado este año un 10%", subraya Miguel Ángel Paz, director de Productos y Soluciones de Inversión de Unicaja AM.

La apuesta por los fondos permite a las gestoras fidelizar mejor a los clientes, al ser productos que no tienen caducidad, puesto que incluso en el caso de los garantizados se suele ofrecer la posibilidad de traspasar el dinero a un fondo similar. A medida que los partícipes van conociendo las ventajas de los fondos, como la exención fiscal en la traspasabilidad hasta que se materializan las plusvalías, el grado de permanencia se incrementa.

Algo más de riesgo

Tras el auge de los fondos más conservadores, las entidades están fomentando los productos con algo más de riesgo para adaptar el rendimiento al nuevo entorno de tipos de interés. De esta manera, los vehículos de crédito a corto plazo han ido ganando terreno, al igual que ahora los de mayor duración empiezan a tener cabida. "Los fondos de renta fija más diversificada empiezan a ofrecer ese valor añadido que llevan años sin captar", augura Miguel Ángel Paz.

En este sentido, en Ibercaja destacan como sus fondos Ibercaja Cartera Conservadora e Ibercaja Diversificación han captado cerca de mil millones de euros en el año.

En Kutxabank comentan entre las soluciones de inversión los fondos orientados a la generación de ingresos, las estrategias *buy & hold* en renta fija y oportunidades en activos alternativos, que según la firma permiten "enriquecer la cartera y optimizar su comportamiento en distintos escenarios".

Expansión

Publicación	Expansión General, 15	Fecha	22/12/2025
Soporte	Prensa Escrita	País	España
Circulación	43 332	V. Comunicación	67 901 EUR (79,527 USD)
Difusión	32 840	Tamaño	427,94 cm² (68,6%)
Audiencia	130 000	V.Publicitario	13 323 EUR (15 604 USD)

Dossier de prensa
unacc

"Va a ser difícil que la banca tradicional llegue a la excelencia digital"

ENTREVISTA ANTÓN DÍEZ TUBET Responsable de N26 en España y Portugal / La filial del neobanco de origen alemán aspira a tener la cuenta principal de los clientes y a batallar con la gran banca tradicional.

Alejandro Montoro. Madrid

N26 cuenta los días para echar el candado a un año marcado por la intensidad, tanto comercial como corporativa.

La filial ibérica del neobanco ha compaginado durante gran parte del ejercicio la ejecución de la estrategia en el mercado español, el segundo de mayor crecimiento por detrás del alemán, del que es originario, con la búsqueda de un ejecutivo que se amoldase a los exigentes requisitos que demanda el puesto.

La unidad española de N26 anunció el pasado julio el nombramiento de Antón Díez Tubet (Bilbao, 1989) como director de España y Portugal, que es una de las sucursales de mayor potencial dentro del grupo germano. Con su llegada, N26 cerraba 10 meses de búsqueda del responsable para Iberia y daba un golpe en la mesa al fichar al hasta entonces máximo responsable de Trade Republic en España, un competidor directo.

Casi cinco meses después de su nombramiento, Tubet analiza en una entrevista con EXPANSIÓN su corta, pero intensa labor desde que cogió las riendas de N26 en España y Portugal.

"Me he encontrado a un equipo muy consolidado, con una clara apuesta por el mercado español y con el foco en seguir avanzando en el desarrollo de nuevos productos y en la localización de los productos existentes", indica. Recientemente lanzaron préstamos al consumo.

– Hace poco N26 irrumpió en España en el negocio de préstamos personales. ¿Piensan completar la oferta con créditos a empresas o incluso con hipotecas?

Por ahora, no. Hay mucho por hacer en banca personal. Ya tenemos la parte de autónomos, donde pondremos el foco en mejorar la experiencia de cliente, pero lo que es en empresas como tal, no.

Sobre las hipotecas, es un negocio que ya hemos hecho en Países Bajos, pero en España todavía no lo vamos a hacer

Es algo que a futuro tiene sentido, ya que dentro de una oferta global de productos se tienen que desarrollar hipotecas. Pero no está en la hoja de ruta.

– Rivales directos como Revolut quieren entrar en banca privada, ¿es algo que contemplan?

Tampoco. La oportunidad es servir a toda esa gente con pocos recursos económicos que quiere tener una cuenta con todas las funcionalidades, como invertir por un euro en ETF o fondos activos.

La oportunidad es servir a la gran mayoría de gente que tradicionalmente ha estado fuera del segmento de banca privada.

– Ha comentado en otras ocasiones que en España hay una oportunidad de ser un banco líder, ¿cómo?

Pasamos a ser un banco líder en el momento en que damos acceso a productos complejos que, generalmente, no son tan accesibles.

Por otro lado, la transparencia y la sencillez son conceptos que parecen obvios, pero que tampoco se han dado en el sector bancario, y nosotros lo damos porque el mercado lo demanda.

Con personalización, transparencia y sencillez podemos convertirnos en un banco líder en España. Me gustaría que fuese entre cinco y diez años.

– ¿Pero en qué quieren ser líderes?

En la banca del día a día: un cliente que utiliza su tarjeta diariamente; que entra en su *app* para ver cómo ha funcionado su inversión; para ajustar sus objetivos mensuales de ahorro; que destina parte de su salario a invertir.

El objetivo es que nos tengan como cuenta principal. Lo ambicionamos. Sería un error aspirar a ser la segunda cuenta de un cliente.

– España es un mercado que aún sigue muy ligado a la banca tradicional, ¿cree que los clientes van a pasar a la neobanca en el corto-medio plazo?

Sin duda se puede dar el trasvase de la banca tradicional a la digital. Es un proceso que lleva tiempo y se necesita generar confianza y dar seguridad para ejecutar ese cambio.

Hay que educar a la gente de las ventajas que tiene estar ligado a un banco digital, pero también de que quizás deberán renunciar a ciertas cosas. Igual el cliente no podrá ir a una oficina, pero en su lugar recibe un tipo de interés más alto, o tiene una *app* más intuitiva.

Es un proceso que requiere tiempo. Aunque lo que ya no es cierto es que la neobanca es algo solo de jóvenes.

– Los grandes bancos tradicionales están invirtiendo cantidades milmillonarias en ir hacia la banca digital, ¿no cree que están bien posicionados?

Nosotros [los neobancos] tenemos una ventaja competitiva por ser nativos digitales y llegar a ese nivel de excelencia será difícil independientemente del dinero que [los bancos tradicionales] inviertan.

Pero entiendo que tienen que cambiar su modelo, reducir costes y optimizar sus procesos. Hoy tienen modelos de negocio donde necesitan generar mucho ingreso de cada cliente, y no sé si los clientes se van a dejar, porque ahora están mejor informados y tienen alternativas en las que se les exigirá menos.

Los neobancos no necesitamos generar tanto porque nuestra estructura es 100% digital y tenemos menos costes.

"No haremos campañas agresivas para crecer"

Uno de los grandes retos que comparten prácticamente todos los neobancos es lograr ser rentables. Son en su mayoría grandes proyectos financieros que disparan la captación de clientes gracias a ofertas tremendamente atractivas por el pasivo, pero que aún no tienen beneficios.

N26 no es una excepción. Tubet asegura que "sigue en su camino hacia la rentabilidad". Aunque no da datos sobre la filial, el grupo N26 ingresa alrededor de 500 millones de euros.

"Tenemos una de las ratios de ingresos por cliente activo más elevada de la industria. Buscamos crecer de forma sostenible, sin recurrir a campañas hiper agresivas", señala Tubet.

Remarca que lo que la filial busca son "clientes que realmente aprecien tener una alternativa a la banca tradicional, que ofrezca comisiones bajas y que sea transparente".

En definitiva, "queremos que el usuario disfrute de trabajar con un neobanco".



JM Cadenas

Antón Díez Tubet, 'country manager' de N26 para España y Portugal.

Diez años de 'Number26' en España

Ya ha pasado una década desde que la dirección del neobanco anunció sus planes de expansión por Europa. España fue desde el primer momento un eje en la estrategia de crecimiento de lo que antiguamente era 'Number 26'.

La firma 100% digital tardó dos años en dar su primer gran paso en el mercado español. Fue a finales de 2017 cuando permitió a sus clientes operar con Apple Pay y anunció que un directivo lideraría las operaciones en España.

Dar la opción a los usuarios de operar con Apple Pay era en aquel entonces toda una declaración de intenciones. Suponía ponerse a la altura de las principales firmas online del momento: Imagin, el banco digital de CaixaBank, y Openbank, de Santander, que ya ofrecían ese servicio.

Ocho años después, N26 se ha convertido en uno de los principales neobancos del panorama financiero español. La firma pelea por hacerse un hueco en un mercado muy competido. Y parece estar lográndolo. N26 cuenta con un millón de clientes activos. Acaba de irrumpir en el negocio de préstamos personales y confía en ganar presencia en el mercado gracias a una oferta bancaria atractiva.

> "Las hipotecas son un producto que a futuro tiene sentido si quieres desarrollar una oferta global, pero no por ahora"

> "La transparencia y la sencillez son dos conceptos que parecen obvios pero que no se han dado en el sector"

> "Hay que educar a la gente de las ventajas que ofrece un neobanco, pero también de que deberán renunciar a cosas"

> "Nuestra ventaja frente a la banca tradicional es que somos nativos digitales y no necesitamos generar tanto"

Expansión

Publicación	Expansión General, 13	Fecha	22/12/2025
Soporte	Prensa Escrita	País	España
Circulación	43 332	V. Comunicación	60 601 EUR (70,977 USD)
Difusión	32 840	Tamaño	348,38 cm² (55,9%)
Audiencia	130 000	V.Publicitario	11 664 EUR (13 661 USD)

Dossier de prensa unacc

BBVA dispara sus ingresos en banca de inversión el cuádruple que sus rivales

IMPULSO EN EL NEGOCIO DE ASESORAMIENTO/ La facturación por comisiones avanza un 49% en 2025, frente al 13% mundial. La entidad saca partido a su estrategia de fichajes y crecimiento internacional.

Inés Abril. Madrid

BBVA está viviendo el mejor año de su historia en banca de inversión.

Los ingresos por comisiones de asesoramiento se disparan un 49% en 2025, muy por encima de la media mundial del 13% para el sector. La tasa de crecimiento casi cuadruplica la global, con los fichajes realizados en los últimos ejercicios y la estrategia de ganar fuerza en los mercados clave como principales impulsores.

Los datos son de Dealogic y los recoge Deutsche Bank en un informe para sus clientes corporativos donde analiza la evolución de la banca de inversión en un 2025 lleno de sobresaltos. El año comenzó con las expectativas muy altas por el cambio de presidente en la Casa Blanca, cayó al abismo con la guerra de los aranceles desatada por Donald Trump y ha logrado recuperarse en la recta final.

Los ingresos mundiales de los bancos de inversión por asesorar fusiones y adquisiciones (*M&A*, por sus siglas en inglés), operaciones bursátiles, colocaciones de deuda y financiación caían un 5% entre enero y mayo de 2025 con respecto al año anterior. Ahora no solo se han recuperado hasta los 73.126 millones de euros, sino que suben con fuerza, un 13%.



JMCadenas

Carlos Torres, presidente de BBVA.

Clasificación

BBVA ha ido mucho mejor que sus rivales. El siguiente europeo que más incrementa sus honorarios es Crédit Agricole y lo hace a una tasa del 18% entre enero y noviembre de 2025. El británico Standard Chartered es el tercero, con un 13% que empata con el crecimiento global.

Todos los demás bancos de inversión con sede en Europa están por debajo de la media. Société Générale e ING están en el 12%, con Santander en el 10%, seguido de UBS, que avanza un 8%, y de HSBC, con el 4%.

También hay caídas. La mayor es la de Mediobanca, que se ha visto penalizado por la opa hostil lanzada por Monte dei Paschi y retrocede un 35%. Tampoco su compatriota italiano UniCredit logra levantar cabeza en 2025 y presenta una caída del 26% en sus ingresos por comisiones en banca de inversión, según Dealogic.

BBVA ha logrado crecer durante todo el año, incluso en los peores momentos de la guerra arancelaria

Nada de eso ha afectado a BBVA, que ha conseguido navegar por las diferentes corrientes sin sucumbir en ningún momento. Ya en mayo, con el sector cayendo a plomo, era el único de los europeos con un alza en sus ingresos por comisiones. Solo Société Générale conseguía seguirle el ritmo entonces, pero a partir de ahí la distancia se disparó.

Nuevos banqueros

BBVA está sacando partido a la estrategia de crecimiento desarrollada en los últimos años y que tiene tres pilares: fichajes de banqueros, refuerzo en los mercados clave junto a la entrada en nuevos países y apuesta por los clientes institucionales, para equilibrar el peso de los corporativos en las cuentas.

Al banco han llegado profesionales de gigantes mundiales como UBS, Barclays, HSBC, Credit Suisse, Société Générale o Crédit Agricole. BBVA los ha utilizado para profundizar la especialización sectorial de su oferta de asesoramiento y para reforzar los equipos en los principales centros financieros mundiales de la industria, con Nueva York y Londres a la cabeza.

Eso ha convertido a Estados Unidos y a Reino Unido en los mercados que más crecimiento han aportado a la banca de inversión, especialmente porque esas dos plazas son claves para las operaciones transfronterizas.

Conexión internacional

Es una de las grandes apuestas del banco, que ha conseguido que el 43% de los ingresos de BBVA Corporate & Investment Banking (CIB) entre enero y septiembre haya procedido de este tipo de transacciones internacionales, según las cuentas de la entidad.

El banco ha entrado en nuevos mercados y ha reforzado su apuesta por los clientes financieros

También ha habido entrada en nuevos mercados. Abu Dabi es la última de estas iniciativas, con la intención de dar servicio en Oriente Próximo, pero antes se ha potenciado la división en Brasil y en Uruguay.

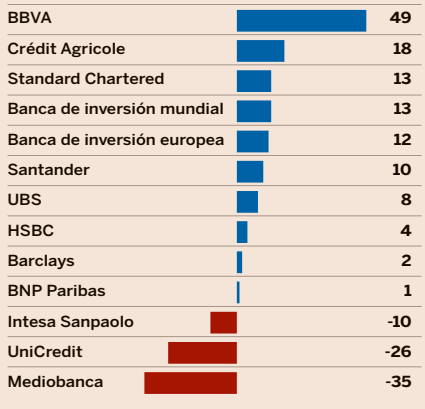
Todo ello con los clientes institucionales como nuevo foco de la estrategia de BBVA CIB, que se ha lanzado a estrechar lazos con los grandes inversores financieros para completar su oferta a empresas.

Eso ha impulsado un 27% los ingresos de la división a tipos de cambio constantes y ha llevado el beneficio hasta los 2.341 millones de euros en los nueve primeros meses del año, un 32% más.

Pero eso incluye todos los servicios mayoristas. Dealogic mide el negocio más puro de la banca de inversión: las operaciones de *M&A*, las bursátiles, los bonos y los préstamos sindicados. Ahí la subida de comisiones es del 49% entre enero y noviembre.

A LA CABEZA DEL CRECIMIENTO

Evolución de los ingresos por comisiones entre enero y noviembre de 2025. En porcentaje.



Expansión

Fuente: Deutsche Bank y Dealogic

elEconomista

Publicación	El Economista General, 12	Fecha	22/12/2025
Soporte	Prensa Escrita	País	España
Circulación	23 667	V. Comunicación	14 943 EUR (17,501 USD)
Difusión	20 000	Tamaño	170,06 cm² (15,9%)
Audiencia	71 000	V.Publicitario	3724 EUR (4362 USD)

Dossier de prensa
unacc

BBVA Consumer Finance financia el 10% de los vehículos sostenibles a través de la 'app' en España

M. A. MADRID.

BBVA Consumer Finance avanza en su objetivo de impulsar la movilidad sostenible en España. En la actualidad, uno de cada diez vehículos sostenibles financiados por el banco se contrata a través de los canales digitales. Son números que superan las previsiones iniciales y reflejan el creciente interés de los clientes por soluciones que facilitan la transición hacia un modelo de movilidad más eficiente.

A través de BBVA Movilidad, una funcionalidad integrada en la aplicación y la web del banco, los clientes pueden contar con un asesoramiento a la hora de elegir y financiar un vehículo electrificado nuevo o de hasta 12 meses de antigüedad. Este canal digital permite consultar un catálogo nacional de vehículos ECO y CERO, conocer todas las opciones de financiación y acceder a información sobre puntos de recarga, ayudas públicas vigentes, seguros y otros servicios adicionales. BBVA no realiza la venta del vehículo, sólo redirige al cliente al concesionario, donde puede realizar una prueba de conducción y cerrar la operación si lo desea.

BBVA Consumer Finance colabora actualmente con más de 150 grupos de distribución, que representan a más de 700 concesionarios oficiales en toda España. Uno de los ejes del nuevo plan estratégico es trabajar con el 100% de los concesionarios oficiales del país. Ahora trabaja con cerca del 80%.

A través de la *app* y la web del banco, estos concesionarios ofrecen más de 5.000 vehículos de 30 marcas. Los vehículos nuevos ya se pueden contratar desde toda España, mientras que los de un año de antigüedad están por el momento disponibles en la Madrid, Barcelona, Alicante, Murcia y A Coruña. El equipo está trabajando para la ampliación del catálogo hasta cubrir la totalidad del territorio. BBVA quiere, además, reforzar su posicionamiento en el segmento de motos y caravanas, donde ahora tiene poca presencia.

BBVA Consumer Finance prevé superar las 140.000 operaciones financiadas en España y Portugal en 2025, lo que supone un crecimiento superior al 20% respecto al año anterior.

Expansión

Publicación	Expansión General, 14	Fecha	22/12/2025
Soporte	Prensa Escrita	País	España
Circulación	43 332	V. Comunicación	43 490 EUR (50,936 USD)
Difusión	32 840	Tamaño	280,75 cm² (45,0%)
Audiencia	130 000	V.Publicitario	9806 EUR (11 485 USD)

Dossier de prensa unacc

Santander crea el área 'High Growth' para crecer en pymes

FOCO EN LAS EMPRESAS DE ALTO POTENCIAL/ Ampliará su oferta al sector con 10 centros especializados, más de 80 banqueros y 50 especialistas en financiación estructurada.

M. Martínez. Madrid.

Santander potencia su oferta de productos y servicios para empresas, un negocio estratégico para el grupo, al igual que para el resto del sector por su mayor rentabilidad.

La entidad, que hace dos años ya comenzó a acercar a las empresas de menor tamaño productos y servicios sofisticados de banca mayorista, ha dado un paso más en esta línea con la creación del área *High Growth*, especializada en pymes con alto potencial de crecimiento.

El modelo se lanzará en España y posteriormente se exportará al resto de países de la mano de Borja Oyarzábal. El directivo asumió en marzo las riendas del negocio de Empresas de Santander en el grupo y en España, en paralelo a su rol como consejero delegado de la plataforma Tresmares Capital, controlada por el propio banco.



Borja Oyarzábal, responsable global de Empresas de Santander y jefe de Empresas de Santander España.

Empresas 'objetivo'

A través de *High Growth*, Santander situará su foco en empresas que operan en nichos con ritmos sostenidos de crecimiento de entre el 10% y el 20% anual.

El banco pondrá a disposición de estas compañías una combinación de soluciones de banca comercial, banca de inversión y financiación estructurada y alternativa para ajustarse mejor a sus necesidades.

Santander ha detectado que, más allá del crédito bancario, este perfil de empresas requiere productos y servicios más complejos para sus planes de expansión –como estructuras de deuda o entrada de capital–, asesoramiento para ganar tamaño y entrar en nuevos mercados, o soporte para acometer adquisiciones.

Junto a la oferta especializada, el otro eje sobre el que gravita el proyecto es el proceso de identificación de las pymes con potencial.

Frente al tradicional enfoque de aproximarse a las empresas en función de su volumen de facturación, Santander utilizará modelos desarrollados junto a MScope, filial de datos de Tresmares.

Esta unidad ha creado un algoritmo capaz de clasificar a las empresas por su actividad real. Las cataloga en 19 sectores, 107 subsectores y más de 600 microsectores, identificando más de 80 tendencias de crecimiento.

Gracias a esta herramienta, Santander ha identificado 2.700 grupos empresariales de alto crecimiento, a los que se suman otras 600 compañías demandantes de servicios avanzados de banca corporativa. En total, el banco ha puesto la lupa sobre un conjunto de 3.300 compañías.

El banco, a partir de un modelo basado en datos, ha identificado 3.300 firmas con potencial

Por el momento, la entidad ya tiene vínculos con el 85% de las empresas consideradas de alto crecimiento en España, con una financiación de más de 10.000 millones.

Para dar servicio a estas compañías, Santander, que cuenta con una fuerza comercial total que supera los 1.000 profesionales en Empresas, ampliará su oferta con 10 nuevos centros especializados. También dispone de más de 80 banqueros dedicados y 50 especialistas en financiación estructurada y banca de inversión, además de circuitos de riesgo ajustados.

La nueva área convivirá con el resto de propuestas de Santander en este negocio. Por ejemplo, las oficinas especializadas de Empresas o los centros para Grandes Empresas. El objetivo de Santander es posicionarse en el mercado como el banco de referencia para las compañías que quieren crecer, con independencia de su tamaño.

Búsqueda de sinergias entre negocios y entre países

El modelo *High Growth* refleja uno de los elementos del modelo operativo que Santander viene construyendo en los últimos años (*One Santander*), especialmente desde 2023: la generación de sinergias de ingresos y costes dentro de grupo, a través del mejor aprovechamiento de su escala y de sus capacidades globales.

Por una parte, la iniciativa genera flujos entre dos de sus negocios transversales: la banca comercial y la banca de inversión. Con el nuevo modelo, las empresas de menor tamaño tendrán acceso a productos y servicios más complejos, limitados tradicionalmente a las grandes corporaciones. Esto genera eficiencias, dado que el universo de empresas al que llegan las capacidades construidas es mayor. Desde el punto de vista de los ingresos, la mejora de la oferta también debería conducir a una mayor captación de clientes. Por otra parte, el esquema *High Growth* también cristaliza sinergias entre geografías, ya que tras su lanzamiento en España, se exportará al resto del grupo.

Santander ya ha completado la selección inicial de compañías de alto potencial en seis de sus grandes mercados. Además de en España, en Reino Unido, Portugal, Brasil, México y Chile. En general, de cada desarrollo ejecutado por el grupo, el 80% es de carácter global y el 20% recoge la especificidad local.

elEconomista

Publicación	El Economista General, 11	Fecha	22/12/2025
Soporte	Prensa Escrita	País	España
Circulación	23 667	V. Comunicación	38 256 EUR (44,806 USD)
Difusión	20 000	Tamaño	490,32 cm² (45,8%)
Audiencia	71 000	V.Publicitario	7684 EUR (9000 USD)

Dossier de prensa unacc

Sabadell y Zurich potencian el seguro de vida y hogar para elevar las ventas un 23%

Lanzan una gama con prima fija a tres años sin tener en cuenta inflación y siniestros

Aitor Caballero Cortés MADRID.

Banco Sabadell y Zurich amplían su alianza en el terreno asegurador y lanzan una nueva gama de productos, llamada Zenit, en el que reformulan el ramo de hogar y de vida para crear seguros con una prima fija para los próximos tres años, independientemente de la siniestralidad que tenga el cliente en dichos ejercicios. La tarifa tampoco tendrá en cuenta el avance de la edad del asegurado (dato que afecta en el precio de los seguros de vida) ni la inflación existente en el periodo, según explican fuentes del banco a este periódico.

Este lanzamiento, no obstante, no es excluyente con la gama existente a día de hoy, sino que la añade a las modalidades que ya estaban previamente en el mercado. Los seguros Zenit, al igual que los de prima anual, contarán con varios niveles de coberturas: las estándar, las plus y las premium.

Esta renovación de productos prevé que la alianza entre el banco y la aseguradora suiza incremente sus ventas de seguros un 23% en el próximo año, según desvela José Manuel Veiga, director de propuesta de valor, analítica y suscripción de Sabadell Seguros. Especialmente, donde se intensificará la actividad comercial será en los seguros de vida, donde estas cifras se elevarán hasta en un 65%, de acuerdo a las declaraciones del directivo. En el caso del seguro de hogar, donde el banco ya tiene "unas ventas excelentes", estas aumentarán un 15%.

El banco y Zurich mantienen desde 2008 una alianza en la distribución de seguros con tres *joint ventures*: en seguros generales, en seguros de vida y en pensiones. Los últimos datos, referentes a los nueve primeros meses del año, reportan unos ingresos por primas totales que superan los 3.600 millones de euros, siendo el ramo de vida el que mayor peso tiene (3.481 millones, un 178% más). En concreto, los productos de ahorro e inversión, como el seguro de ahorro Sabadell, con rentabilidad garantizada y liquidez máxima, ha sido el que ha provocado el impulso de la entidad, con un crecimiento del 181%.



Sede del Banco Sabadell. EE

Sin embargo, la compañía también quiere ganar cuota en el terreno de vida riesgo con esta nueva oferta y, por el momento, lo está consiguiendo. "Los primeros datos nos indican que estamos en niveles altísimos. El objetivo de esta gama era concentrar el 45% de las contrataciones, y que el 55% restante fuera con primas anuales. Pero en el caso de vida, estamos en el 80% de las nuevas ventas", indicó Veiga. La penetración en el ramo de hogar no es tan profunda, ya que actualmente el 20% se venden con las primas congeladas a tres años.

Fidelización

El objetivo del banco pasa por mejorar la fidelización de sus usuarios y por ser "la primera opción dentro de nuestros clientes para que contraten sus seguros", explicó Veiga. Es decir, esto son unos 6 millones de personas a los que Sabadell tratará de captar dentro de su plan estratégico hasta 2027, en el cual la entidad se marcó el objetivo de que sus ingresos por venta de seguros crecieran cercanos al 20%.

Para ello, este plan de primas inamovibles a tres años busca no solo ganar captación en la promoción, sino continuar con ella una vez finalice. Para que el incremento de prima posterior a la tarifa congelada sea sutil, el banco ha propuesto reembolsos de hasta el 10% para fomentar la permanencia.

Autos y salud, los próximos ramos a abordar

Esta reformulación de productos podría incluso extenderse a más ramos, como en autos o en salud: "La inversión que ha realizado el banco en este proyecto ha sido potente, por lo que expandirlo a más negocios no es una prioridad, pero es una posibilidad. Veremos como avanza primero en hogar y vida, que son productos solamente nuestros y que es donde tenemos más volumen", desveló Veiga.

elEconomista

Publicación	El Economista General, 12	Fecha	22/12/2025
Soporte	Prensa Escrita	País	España
Circulación	23 667	V. Comunicación	24 301 EUR (28,461 USD)
Difusión	20 000	Tamaño	490,32 cm² (45,8%)
Audiencia	71 000	V.Publicitario	7684 EUR (9000 USD)

Dossier de prensa unacc

Jorge Ramos (Citi): "Esperamos ver más compras apalancadas en EMEA en 2026"

El banco de EEUU lidera el 'ranking' de este año en la región con 19 adquisiciones ejecutadas

Matteo Allievi MADRID.

La banca de inversión se encamina a cerrar un ejercicio de menos a más. Los aranceles anunciados por Donald Trump el pasado abril desataron una tormenta en los mercados, poniendo en riesgo el cierre de muchas operaciones ante la elevada incertidumbre. Sin embargo, los acuerdos comerciales entre Estados Unidos y el resto de países han tranquilizado a los inversores y han abierto la puerta a una amplia recuperación de los mercados de capitales, con una aceleración de compras apalancadas en el Viejo Continente. "2025 ha sido un año récord en cuanto a volumen de operaciones de financiación apalancada, con alrededor de 500.000 millones en Europa y 43.000 millones en España, principalmente refinanciaciones (un 80% del total)", apunta Jorge Ramos, responsable de banca de inversión de Citi en Iberia, citando datos de Dealogic.

Las perspectivas para 2026 son igual de buenas. El cóctel de una demanda acumulada de operaciones, unos tipos de interés estables y una economía que se mantiene resiliente es un buen presagio para la actividad de fusiones y adquisiciones en los próximos meses. En los primeros once meses del año, Citi lidera el *ranking* de la consultora británica en financiación de compras apalancadas (*LBOs*, por sus siglas en inglés) en la región de Europa, Oriente Medio y África (EMEA), con 19 adquisiciones ejecutadas y más de 52 compromisos de suscripción. "Ha ido incrementándose a lo largo del año y se espera que la tendencia siga en 2026 en línea con la creciente actividad de *M&A*", agrega Ramos.

Las compras apalancadas son transacciones en las que un grupo de inversores o una empresa adquiere otra mediante capital propio y deuda. El atractivo de esas operaciones consiste en permitir al comprador controlar una compañía con una inversión no excesivamente grande y aprovechar los ingresos futuros de la firma comprada para devolver el préstamo.

Citi conquista el podio en banca de inversión en España

Datos a 30 de noviembre

Ranking	Entidad	Ingresos por comisiones (en millones de dólares)	Operaciones	Cuota de mercado (%)
1	JP Morgan	120,36	82	10,31
2	Santander	105,36	204	9,02
3	Citi	69,65	66	5,96
4	BofA Securities	68,70	70	5,88
5	Morgan Stanley	68,59	52	5,87
6	BNP Paribas	56,63	100	4,85
7	Barclays	53,36	61	4,57
8	Goldman Sachs	50,34	49	4,31
9	BBVA	48,27	151	4,13
10	Deutsche Bank	40,68	84	3,48
11	Credit Agricole CIB	38,83	94	3,32
12	CaixaBank	35,90	140	3,07
13	Société Générale CIB	31,40	70	2,69
14	UBS	24,71	24	2,12
15	HSBC	22,78	65	1,95

Fuente: Dealogic. eE

Mayor interés en salidas a bolsa

El volumen de *M&A* anunciado a nivel global y europeo está cercano a niveles récord de los últimos diez años, con la excepción de 2021 marcado por el boom de SPACs, firmas que salían a bolsa con el mero objetivo de recaudar el capital suficiente para realizar una fusión. Hasta septiembre, la banca de inversión global cosechó unos ingresos de 74.300 millones de dólares, un 12% más que en el mismo período del año pasado. En Europa, el balance fue positivo, pero más flojo, con unas comisiones de 17.000 millones, lo que supone un aumento de apenas un 1% interanual.

Acotando el foco a España, el panorama es distinto. Pese a unos mayores volúmenes en *M&A*, los ingresos de la banca de inversión –que incluyen también salidas a bolsa, ampliaciones de capital y emisiones de deuda– se redujeron en un 25%, hasta los 939 millones, debido a debilidades estructurales del mercado doméstico que cuenta con un tamaño más pequeño frente a otros países europeos.

A la cabeza del ranking de Dealogic en España se situó JPMorgan con unos ingresos superiores a los 120 millones y una cuota de mercado del 10,3% hasta noviembre. Le siguieron Santander y Citi, con 105 y 70 millones en comisiones, respectivamente. El grupo estadounidense escaló la clasificación, ya que el año pasado ni figuraba en el *Top 10*. En el segmento de M&A, Citi firmó 14 operaciones: asesoró a Indra en la adquisición del 89% de Hispasat, a Pai Partners/CVC en la venta de Tendam al emiratí Multiply Group y a Telefónica en la venta de su negocio en Uruguay y Ecuador a Millicom, entre otras. Fue también coordinador global en la salida a bolsa de HBX. En los mercados de capitales, España ha tenido un año más pausado, pero a raíz del buen comportamiento de los parqués y el consecuente impacto positivo en valoración, de cara al próximo año desde Citi observan un mayor interés en salidas a bolsa, cotización de subsidiarias y colocación de acciones en mercado.

Levante EL MERCANTIL VALENCIANO

Publicación	Levante EMV General, 20	Fecha	22/12/2025
Soporte	Prensa Escrita	País	España
Circulación	27 977	V. Comunicación	7 691 EUR (9,007 USD)
Difusión	23 099	Tamaño	220,00 cm² (35,3%)
Audiencia	84 000	V.Publicitario	2044 EUR (2394 USD)

Dossier de prensa unacc

Comunicació

Joves valencians proven que el diàleg és possible en temps de polarització

Funderética, amb el suport de Caixa Popular, celebren el Fòrum de Converses, per a promoure l'enteniment i la construcció del bé comú

RICARDO SORIANO
València

Levante-EMV



El Fòrum de Converses està organitzat per Funderética, amb el suport financer de Caixa Popular

Un grup d'estudiants de quatre centres educatius valencians ha demostrat que el diàleg constructiu continua sent possible en una societat actual marcada per la polarització en una activitat del Fòrum de Converses, organitzat per la Fundació Europea per a l'Estudi i la Reflexió Ètica (Funderética), amb el suport financer de Caixa Popular.

Així doncs, setze jóvens es van reunir per a debatre en públic sobre temes de gran rellevància social com són la polarització política i el paper de l'ONU en la resolució de conflictes i la promoció de la democràcia.

Lluny de la confrontació, els joves participants van conversar des del respecte i l'escolta activa, argumentant les seues idees i buscant punts de consens. Esta iniciativa, que fomenta la comunicació enfront de la competició, va comptar amb la implicació del col·legi Santa María de València, l'IES Massamagrell, l'IES 9 d'Octubre de Carlet i el col·legi del Carmen de Bétera. Centres públics i concertats, laics i religiosos, urbans i rurals, units per un objectiu comú: construir comunitat a través del diàleg.

Els participants van conversar des del respecte i l'escolta activa, buscant punts de consens

Benefici per a la societat

El fòrum va continuar amb la intervenció de la professora Ruth Abril, qui va aprofundir en la importància del diàleg internacional i la necessitat de reduir la polarització social. Durant l'acte es van entregar diplomes als participants, reconeixent el seu paper en unes converses on no hi ha guanyadors ni perdedors, sinó un benefici compartit per a la societat. Funderética i Caixa Popular amb iniciatives com esta busquen promoure l'enteniment i la construcció del bé comú.■

levante.extras@epi.es
Per a contactar amb esta secció

DIARIO DE NAVARRA

Publicación	Diario de Navarra General, 20	Fecha	22/12/2025
Soporte	Prensa Escrita	País	España
Circulación	35 333	V. Comunicación	3 753 EUR (4,396 USD)
Difusión	28 955	Tamaño	133,89 cm² (12,5%)
Audiencia	106 000	V.Publicitario	1011 EUR (1184 USD)

Dossier de prensa
unacc



Firma entre Patricia Segura y Juan Mari Ayechu. DN

Acuerdo entre Caja Rural y Hospital San Juan de Dios

DN Pamplona

Acción Social de Caja Rural de Navarra y el Hospital San Juan de Dios Pamplona-Tudela con su Fundación San Juan de Dios Navarra Servicios Sociales 'La Granada' han firmado un convenio de colaboración con el objetivo de apoyar programas orientados a complementar la atención integral de pacientes y colectivos en situación de vulnerabilidad. Fue suscrito por Juan Mari Ayechu Redín, representante de Acción Social de Caja Rural, y por Patricia Segura Sádaba, directora gerente del centro. El acuerdo contempla que la colaboración de Acción Social de Caja Rural de Navarra se destine a impulsar proyectos en áreas sociosanitarias solidarias y tiene una duración anual, prorrogable 3 años.

la Voz de Almería

Publicación	La Voz de Almería General, 11	Fecha	22/12/2025
Soporte	Prensa Escrita	País	España
Circulación	5962	V. Comunicación	6 322 EUR (7,404 USD)
Difusión	5194	Tamaño	327,09 cm² (52,3%)
Audiencia	27 000	V.Publicitario	1750 EUR (2050 USD)

Dossier de prensa unacc

Ecosistema de Innovación Agroalimentaria Cajamar 50 años transfiriendo conocimiento

Este año, Cajamar culmina la conmemoración del 50 aniversario de nuestra Estación Experimental 'Las Palmerillas' en El Ejido y la puesta en marcha de su Ecosistema de Innovación Agroalimentario, un hito que nos invita a reflexionar sobre el recorrido realizado y a reafirmar nuestro compromiso con el futuro del sector agroalimentario almeriense, español y europeo.

La Estación Experimental 'Las Palmerillas' nació con un propósito que hoy resuena con más fuerza: ser motor de progreso, catalizador de conocimiento y puente entre la ciencia y el campo. Desde sus inicios, ha sido referente en investigación aplicada, transferencia de conocimiento y acompañamiento a agricultores y empresas en innovación. En tiempos de incertidumbre geopolítica, cambio climático y presión sobre los recursos naturales, nuestra misión permanece intacta: convertir desafíos en oportunidades, dificultades en palancas de cambio e ideas en soluciones tangibles.

Hoy, igual que hace 50 años, creemos que la innovación y la digitalización son aliadas fundamentales para un desarrollo sostenible. Nuestro Ecosistema de Innovación Agroalimentaria ha demostrado que es posible producir más con menos, optimizando recursos, reduciendo insumos y mejorando la eficiencia gracias a la investigación, la creatividad y la tecnología.

En este aniversario queremos renovar y actualizar lo que denomino, **"Espíritu Palmerillas"**, que no es otra cosa que contribuir a inocular en el sector agroalimentario la necesidad de innovar, de generar y transferir conocimiento para, entre todos, construir un sector dinámico y sostenible, capaz de dar respuesta a los grandes retos presentes y futuros.

En 2025 seguimos sumando objetivos Impulsados por nuestro propósito de colaborar con el sector agroalimentario para ser más eficiente y mejorar su posición en el mercado, en 2025 las actividades de nuestro Ecosistema de Innovación han seguido sumando esfuerzos y resultados:

- Nuestros centros experimentales de Las Palmerillas y Paiporta están trabajando en 68 proyectos de investigación, muchos de ellos programas internacionales y la práctica totalidad de colaboración público-privada.
- La producción y difusión de conocimiento es esencial: se han publicado 7 monografías agroalimentarias y 2 números de la colección Mediterráneo Económico.
- Nuestra Plataforma Tierra destaca como referente digital, con más de 54.000 descargas de 30 informes de mercado, 28.000 suscriptores y más de 1.200.000 visitas.
- Hemos organizado 85 eventos presenciales con más de 5.000 participantes y 46 *webinars* con aún mayor asistencia.
- Cajamar Innova, nuestra Incubadora de Alta Tecnología del Agua, ha impulsado la creación de 96 startups, propiciado 25 alianzas estratégicas y recibido más de 700 solicitudes, siendo el 21% de empresas extranjeras. La plataforma *agrotech* recibió 80 solicitudes en su segunda convocatoria y este año hemos abierto la primera convocatoria *foodtech*, que ya cuenta con 45 candidaturas.

Estos datos reflejan un esfuerzo compartido y la capacidad de sumar talentos, multiplicando el impacto de cada iniciativa. Así, hemos contribuido a forjar uno de los ecosistemas de conocimiento agroalimentario más potentes de Europa. El compromiso de Cajamar es seguir impulsando la generación y transferencia de conocimiento, conscientes de que los retos alimentarios y geoestratégicos del siglo XXI exigen respuestas innovadoras y colaborativas.



La Estación Experimental 'Las Palmerillas' es referente en investigación aplicada. LA VOZ



Cultivo vertical con luz led. LA VOZ

Hoy, igual que hace 50 años, creemos que la innovación y la digitalización son aliadas

Innovar para liderar: el papel de la tecnología y el conocimiento No hay innovación sin visión, ni progreso sin audacia. Para alcanzar la soberanía estratégica en alimentación debemos ser dueños y creadores de nuevas tecnologías, que permitan a nuestras empresas ser más competitivas y sostenibles. Europa debe afrontar con determinación esta nueva era, totalmente distinta a la del siglo XX, liderada por Occidente y con EE. UU. como garante de una seguridad que ahora se ve amenazada.

Para avanzar, es fundamental retener y atraer talento. Empresas y administraciones públicas debemos asumir que la innovación y la investigación son las palancas de la nueva economía, la seguridad, la libertad y la convivencia. Sin liderar el desarrollo de nuevas tecnologías, muchas tan disruptivas como la inteligencia artificial, será imposible sostener nuestro modelo de bienestar y se verá condicionado el futuro de las empresas y de la sociedad en su conjunto.

España debe ser referente no solo en producción alimentaria, sino también en la generación de tecnologías para obtener alimentos de forma eficiente, sostenible y rentable. Apostar por el conocimiento garantizará el bienestar para las generaciones presentes y futuras. Para lograrlo, nuestro país necesita una estrategia coordinada, colaborativa y abierta, que integre a todos los actores y fomente la creatividad desde el aula hasta el laboratorio, desde el campo hasta el mercado.

Este es el espíritu de Cajamar: una cooperativa de crédito que, además de ofrecer instrumentos financieros adaptados a las nuevas necesidades del sector, ha hecho de la generación y transferencia de conocimiento su verdadera vocación.

En definitiva, queremos que España siga siendo una potencia agroalimentaria y que el mundo rural sea protagonista de la transición ecológica, digital y social que exige el presente. Por eso, en este 50 aniversario, hemos querido rendir un homenaje a los pioneros que pusieron la primera piedra de la Estación Experimental de Las Palmerillas, pero sobre todo hemos querido impulsar el proyecto y el espíritu con el que fue concebido, para afrontar los nuevos desafíos con la convicción de que, con ingenio y esfuerzo, podemos seguir escribiendo juntos la mejor página de nuestra historia agroalimentaria de Almería.

HOY

Publicación	Hoy Vivir, 16	Fecha	22/12/2025
Soporte	Prensa Escrita	País	España
Circulación	12 667	V. Comunicación	6 930 EUR (8,116 USD)
Difusión	11 444	Tamaño	716,00 cm² (68,6%)
Audiencia	38 000	V.Publicitario	2464 EUR (2886 USD)

Dossier de prensa unacc



Inma Chacón, junto a Eduardo Pisador, nieto de Dulce Chacón. P. G.



Raquel del Puerto hizo entrega del premio a Uclés. P. G.



David Uclés dirigiéndose a los presentes en la entrega. P. G.



Ganador, representantes de la familia y políticos tras el acto. P. G.



'El abrazo', obra de Iñaki Martínez. P. G.

David Uclés ya tiene el 'Dulce Chacón' de novela

El escritor se refirió a su obra señalando que uno de los episodios más llamativo habla de Almendralejo y Badajoz

PACO GALEANO

El fenómeno literario del momento no defraudó a los cientos de seguidores que lo esperaban en Almendralejo. El autor de 'La península de las casas vacías', David Uclés, tenía un doble cometido. Hablar de su obra más reciente en la semana en la que precisamente se conmemoraban 50 años de la muerte de Franco, y recoger, gracias a su exitosa novela, la vigésima edición del Premio de Narrativa Española 'Dulce Chacón' que le había sido concedido.

Uclés se había impuesto a otros cuatro finalistas «por su capacidad para crear un mundo narrativo con vocabulario rural», señalaban desde el jurado semanas antes cuando se conoció el ganador, para añadir que el autor, natural de Úbeda, «gracias a sus propias vivencias y a sus valores de sencillez y humildad ha construido un relato antibelicista».

El acto de entrega, que tuvo lugar en la sede central de Cajalmendralejo, reunía a representantes institucionales, miembros del jurado, familiares de la escritora Dulce Chacón y un numeroso público aficionado a la lectura, siendo la presidenta de la Diputación de Badajoz, Raquel del Puerto, la encargada de proceder a la entrega de la escultura del premio.

Uclés recordó los fusilamientos en la Plaza de Toros de Badajoz como un episodio que le inspiró en el proceso de su novela

Antes de recibir una ovación del público, con la mirada puesta en el cielo, Uclés recordó los fusilamientos en la Plaza de Toros de Badajoz, ocurridos en agosto de 1936, como un episodio que le inspiró en el proceso de construcción de su península, y que le empujó a «empatizar» con la tierra extremeña.

«De todos los episodios que repasé, el que más me conmovió fue el de la Plaza de Toros de Badajoz», subrayaba el autor de esta obra en la que también se menciona a Almendralejo en uno de sus episodios.

Ya con la escultura en la mano por este premio, también dotado con 9.000 euros, Uclés confesó que tanto él como su entorno deseaban tener este reconocimiento por lo que la escritora zafrense Dulce Chacón ha supuesto en su desarrollo como escritor.

Volver a Zafra

La hermana de Dulce, Inma Chacón, subió al escenario junto a Eduardo Pisador Chacón, uno de los ocho nietos de la escritora fallecida en el año 2003 que desean asumir la responsabilidad de continuar con la defensa del legado de su abuela.

Por otra parte, durante el acto celebrado en la capital de Tierra de Barros, la Institución provincial pacense recordó su disposición a que, cuando el Ayuntamiento de la localidad de Zafra y la familia así lo estimen, el certamen regrese a su ciudad natal, manteniendo mientras tanto su compromiso con su crecimiento y prestigio.

El Día de Segovia

Publicación	El Día de Segovia Suplemento, 8	Fecha	22/12/2025
Soporte	Prensa Escrita	País	España
Circulación	4300	V. Comunicación	3 177 EUR (3,721 USD)
Difusión	3885	Tamaño	340,83 cm² (54,7%)
Audiencia	11 655	V.Publicitario	989 EUR (1158 USD)

Dossier de prensa unacc

Navidad a los pies del Acueducto

PAPÁ NOEL VUELVE A SEGOVIA

La Casa de Papá Noel de la Fundación Caja Rural recibe a niños y niñas del 19 al 22 de diciembre en el Centro de Recepción de Visitantes

SUSANA PORTILLO / SEGOVIA

Segovia se prepara para vivir uno de los momentos más esperados de la Navidad con la llegada de La Casa de Papá Noel, una iniciativa impulsada por la Fundación Caja Rural de Segovia, con la colaboración de Turismo de Segovia y el Ayuntamiento. Del 19 al 22 de diciembre, el Centro de Recepción de Visitantes se convierte en el hogar temporal del entrañable personaje, que recibirá a los más pequeños en horario de 17:00 a 20:00 horas.

Durante estos días, niños y niñas podrán entregar personalmente sus cartas a Papá Noel y disfrutar de un encuentro cercano y lleno de ilusión, sin necesidad de viajar hasta Laponia. Además, la organización pone a disposición cartas impresas para que los pequeños puedan escribirlas allí mismo, haciendo aún más especial la experiencia.

Con su tradicional traje rojo y su inseparable sonrisa, Papá Noel escuchará atentamente los deseos de cada visitante desde su gran mecedora, dando forma a las listas de regalos que marcarán la Navidad de muchas familias segovianas.

La previsión es superar los 1.100 participantes, una cifra que se apoya en la alta afluencia de ediciones anteriores y en la nueva ubicación, en pleno corazón de la ciudad, que permitirá disfrutar de un ambiente aún más mágico junto al Acueducto.

A su alrededor, Papá Noel no estará solo. Le acompañará un grupo de elfos, encargados de animar la visita, guiar a los niños y niñas hasta su encuentro y convertir la espera en un juego lleno de risas y sorpresas. Con canciones, gestos cómplices y pequeñas travesuras, los elfos ayudarán a crear un ambiente cercano y festivo, pensado para que cada visita sea una experiencia inolvidable y para que los más pequeños se acerquen con confianza y emoción a entregar su carta.



Papá Noel acompañado con uno de sus elfos. / SUSANA PORTILLO

EN PROVINCIA. La Navidad también se vive con intensidad lejos de los grandes núcleos urbanos. Con el programa «Navidad en la provincia», la Fundación Caja Rural de Segovia extiende la ilusión de estas fechas a los pueblos, apostando por una celebración cercana, participativa y pensada para compartir en comunidad.

La iniciativa contempla diez jornadas festivas en diez municipios, todas ellas gratuitas y de acceso libre hasta completar aforo. Cada localidad acogerá actividades diseñadas para el público familiar, con talleres creativos como la elaboración de botellas luminosas, bolas de nieve, coronas navideñas, gnomos, juegos de madera y decoración con materiales naturales. A ello se suman sesiones de cuentacuentos tradicionales, con propuestas como El hombrecillo de mazapán o Carta a Papá Noel, que invitan a recuperar la narración oral propia de estas fechas.

El programa se desarrollará del 20 al 29 de diciembre en Ayllón, Campo de San Pedro, Cantimpalos, Cuéllar, El Espinar, Mozoncillo, Nava de la Asunción, Navas de Oro, Riaza y Sanchonuño, convirtiendo cada pueblo en un punto de encuentro donde la Navidad se vive en colectivo. Las actividades estarán a cargo de profesionales y colectivos creativos de Segovia y su provincia.

El Día de Segovia

Publicación	El Día de Segovia Suplemento, 19
Soporte	Prensa Escrita
Circulación	4300
Difusión	3885
Audiencia	11 655
Fecha	22/12/2025
País	España
V. Comunicación	2 426 EUR (2,840 USD)
Tamaño	247,74 cm² (39,7%)
V.Publicitario	792 EUR (928 USD)

Dossier de prensa unacc

Planes navideños en familia

DIVERSIÓN BAJO TECHO

Regresa Naviland, el parque de ocio familiar que abrirá sus puertas a finales de diciembre en San Cristóbal y a comienzos de enero en El Espinar.

SUSANA PORTILLO / SEGOVIA

Naviland volverá a convertirse esta Navidad en uno de los principales planes de ocio familiar de la provincia con su regreso a San Cristóbal de Segovia y El Espinar. El tradicional parque de aventura y entretenimiento abrirá sus puertas del 26 al 29 de diciembre en San Cristóbal de Segovia y los días 2 y 3 de enero en El Espinar, en ambos casos en los pabellones municipales.

La cita llegará con novedades, entre ellas un mayor número de simuladores, una de las actividades que más éxito cosechó en la pasada edición. No faltarán los hinchables, caballitos eléctricos, talleres y simuladores —incluido uno de esquí—, pensados para niños y jóvenes de entre tres y dieciséis años, aunque también para el disfrute del público adulto.

La organización volverá a correr a cargo de la empresa segoviana Trackter, con la colaboración de El Día de Segovia, Vive! Radio, La 8 Segovia, los ayuntamientos de San Cristóbal y El Espinar, Caja Viva Caja Rural, la Fundación Caja Rural de Segovia y la Diputación Provincial de Segovia. Según explica el director de Trackter, Néstor Fernández, el objetivo es «llegar a todos los grupos de edad», con un especial énfasis en los niños más pequeños, que son quienes más utilizan este tipo de parques infantiles navideños, sin olvidar a un público más difícil de captar como son los adolescentes de entre 14 y 15 años. «Siempre hacemos un guiño a los jóvenes con actividades deportivas, de realidad virtual u otras propuestas que puedan resultarles atractivas», señala.



Los hinchables vuelven a ser uno de los espacios más concurridos de Naviland. / ROSA BLANCO

Entre las actividades previstas habrá castillos hinchables de distintos formatos, camas elásticas, talleres, máquinas recreativas y simuladores. Naviland se ha convertido en una propuesta ya consolidada en el calendario navideño segoviano, pensada para que ninguna familia se quede sin disfrutar de actividades durante las vacaciones escolares y un punto de encuentro cercano y accesible.

DIARIO JAEN

Publicación	Diario Jaén General, 27	Fecha	22/12/2025
Soporte	Prensa Escrita	País	España
Circulación	3771	V. Comunicación	4 104 EUR (4,806 USD)
Difusión	4377	Tamaño	301,82 cm² (48,3%)
Audiencia	19 000	V.Publicitario	1258 EUR (1473 USD)

Dossier de prensa unacc



PUNTO DE ENCUENTRO. *Foto de familia de los asistentes a la cena anual de la Peña "El Chato" celebrada en el restaurante Seis Doble de Jaén.*

El sentimiento blanco de "El Chato"

Juan Gallego, director Comercial de **Caja Rural**, es homenajeado por la peña del Real Jaén

GILBERTO MORENO

La Peña del Real Jaén "El Chato" volvió a reunirse en el restaurante Seis Doble, para celebrar su tradicional cena anual, que una vez más se convirtió en un éxito gracias al excelente servicio de sus profesionales, liderados por el gerente Manuel Jesús Fernández. La velada no solo fue una ocasión para compartir entre peñistas, sino también para rendir un emotivo homenaje a una de las figuras más queridas y respetadas de la peña y de la ciudad: Juan Gallego Cobo, director comercial de la Caja Rural de Jaén. La jornada estuvo marcada por un ambiente de camaradería y reconocimiento, donde se resaltó la trayectoria y la implicación de Juan Gallego tanto en el mundo empresarial como en su vinculación con el Real Jaén CF. Durante la cena, su hermano y vicepresidente de la peña, Fernando Gallego Cobo, hizo entrega de un bonito olivo al homenajeado, símbolo de respeto y admiración por su dedicación y compromiso.

Entre los asistentes se contaron figuras destacadas del ámbito futbolístico, como Francisco Lopera, presidente de honor y consejero del Real Jaén, y Juan Carlos Hidalgo, expresidente del club y que también forma parte del órgano directivo. También acompañaron al colectivo Antonio Muñoz, presidente de la Federación de Peñas del Real Jaén, así como Carmen Cobo, que forma parte también del grupo. La jornada combinó emoción y alegría, con momentos de recuerdo, reconocimiento y afecto hacia Juan Gallego. Los presentes disfrutaron de un ambiente cercano y cordial, consolidando el valor de la peña como punto de encuentro de seguidores del Real Jaén. "El Chato" cerró la noche con agradecimientos a todos los asistentes, destacando la entrega y el cariño hacia Juan Gallego, quien se mostró agradecido por el reconocimiento, reafirmando su compromiso con la peña y con el deporte jiennense.



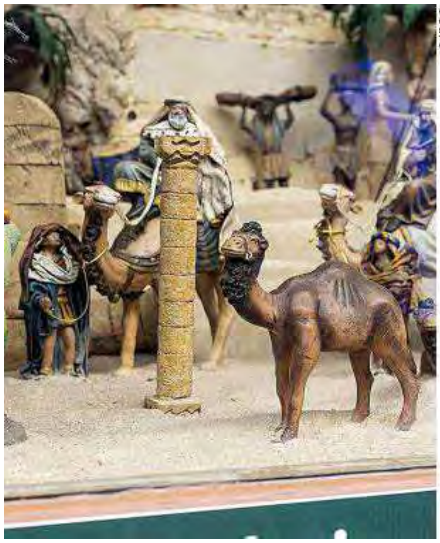
PREMIO. *Juan Godino, Juan Gallego, con el olivo, y Fernando Gallego.*

La Tribuna ALBACETE

Publicación	La Tribuna de Albacete General, 13
Soporte	Prensa Escrita
Circulación	3617
Difusión	2991
Audiencia	16 000
Fecha	22/12/2025
País	España
V. Comunicación	1 706 EUR (1,998 USD)
Tamaño	117,12 cm² (18,8%)
V.Publicitario	523 EUR (613 USD)

Dossier de prensa unacc

EXHIBICIÓN



Cedro

EL BELÉN DE NAVIDAD DE GLOBALCAJA VUELVE A LLENAR LAS CALLES DE LA CIUDAD DE ALBACETE DE ILUSIÓN E INCLUSIÓN

Las 270 figuras del Nacimiento las realizaron en el taller de Ideas Creativas de Asprona

El tradicional Belén de Globalcaja ya puede visitarse, tras su inauguración por parte del presidente de la Fundación Globalcaja y vicepresidente de la entidad, Herminio Molina, y la presidenta de Asprona, María Dolores Olivares, quienes han animado a la ciudadanía a contemplar cada uno de los detalles de esta recreación navideña de 20 metros cuadrados de superficie, 2,5 metros de altura y 270 figuras.

«El Belén supone para la entidad una nueva oportunidad de colaborar con Asprona y también nuestra forma de contribuir a la oferta cultural navideña, ofreciendo este plan familiar que es disfrutar con cada uno de los detalles de las escenas creadas, un motivo más para salir a pasear por la ciudad, comprar en nuestros comercios y consumir en nuestra hostelería, con lo que también colaboramos en la dinamización de nuestra economía», destacó Herminio Molin, presidente de la Fundación Globalcaja y vicepresidente de la entidad.

El Belén de Globalcaja está protagonizado este año por 270 piezas y figuras, distribuidas en todas las escenas bíblicas que no pueden faltar en esta tradicional recreación navideña. Desde la Anunciación hasta la llegada de los Reyes Magos, pasando por el Sueño de José y, por supuesto, el nacimiento del Niño Jesús. Cada año, el equipo de Asprona restaura nuevas piezas y construye nuevas escenas y edificios, en esta ocasión, han incluido un oasis en el desierto y ampliado el castillo.

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