Resumen de prensa

lunes, 04 de mayo de 2026



ÍNDICE

#	Medio	Titular	Fecha	
3	Expansión	Santander y BBVA luchan por ser el banco europeo más rentable en 2028	03/05/2026	13
4	Expansión	Titulizaciones, del estigma a figura clave para Europa	03/05/2026	16
5	Expansión	Los bancos de Wall Street triplican las ganancias de los europeos	03/05/2026	13
6	El País	El pan, el ibuprofeno y la cesta de la compra se podrán abonar con Bizum	03/05/2026	33
7	ABC	Bizum Pay augura una nueva guerra entre bancos por captar comercios	03/05/2026	30
8	Expansión	CaixaBank frena el impulso de su beneficio en seguros	03/05/2026	16
9	El Economista	La financiera del Santander aumenta un 36% la venta de créditos fallidos	03/05/2026	8
10	El País	La silenciosa entidad bancaria aliada del progreso económico	03/05/2026	25
11	El Economista	Helvetia abre una ventana de 253 millones para que Unicaja e Ibercaja salgan de Caser	03/05/2026	9
12	La Razón	Lanzan la primera edición del programa Surf en Somo	03/05/2026	34
13	El Comercio	Los bancos empezarán a permitir los pagos con Bizum en comercios el 18 de mayo	03/05/2026	28
14	Las Provincias	Impulso al acceso a la financiación de las empresas vinculadas al CEEI Valencia	03/05/2026	11
15	Levante	Caixa Popular dona a Creu Roja la recaptació per l'ús de les seues targetes	03/05/2026	22
16	El Adelantado	Caja Rural de Segovia, principal colaborador de los Premios FES	03/05/2026	8
17	La Tribuna de Cuenca	Las cooperativas de crédito copan un tercio de la cuota de mercado	03/05/2026	4
18	La Tribuna de Cuenca	Globalcaja y el Colegio de la Abogacía impulsan la formación jurídica	03/05/2026	3

Expansión

Publicación	Expansión General, 13	Fecha	04/05/2026
Soporte	Prensa Escrita	País	España
Circulación	37 999	V. Comunicación	73 498 EUR (86,178 USD)
Difusión	28 798	Tamaño	347,58 cm² (55,8%)
Audiencia	114 000	V.Publicitario	13 598 EUR (15 944 USD)

Dossier de prensa unacc

Santander y BBVA luchan por ser el banco europeo más rentable en 2028

MEJORA DE LOS RESULTADOS/ Solo Intesa y UniCredit tienen mayores previsiones de Rote en sus planes estratégicos. Las dos grandes entidades españolas también estarán a la cabeza en eficiencia.

Inés Abril. Madrid

La pelea por ser el banco más rentable y eficiente de Europa en 2028 se juega entre cuatro entidades y dos de ellas son españolas. Santander y BBVA están en lo alto de la pugna y sus únicos competidores en la cima son Intesa Sanpaolo y UniCredit.

Todos los grandes bancos han revelado ya sus planes estratégicos a tres o más años y las perspectivas son optimistas. El sector ve crecimiento, una morosidad contenida y un entorno de actividad que favorece el negocio incluso con las incertidumbres bélicas como telón de fondo.

Lo que cambia son los números en los que cada banco concreta su escenario. Para ABN Amro, por ejemplo, la traducción es una expectativa de rentabilidad sobre capital tangible (Rote) superior al 12% para 2028, mientras que BNP Paribas y Deutsche Bank la sitúa por encima del 13%, según la recopilación que ha hecho Barclays con los planes estratégicos de las principales entidades europeas.



JMCadenas

Ana Botín, presidenta de Banco Santander.



JMCadenas

Carlos Torres, presidente de BBVA.

Muy por encima

Santander, BBVA, Intesa Sanpaolo y UniCredit están a años luz de esos niveles. El ganador es Intesa, que ha prometido un Rote del 27%, con la salvedad de que su compromiso es para 2029 y no ha proporcionado datos para 2028.

Los otros tres bancos sí lo han hecho y están todos en un puño. UniCredit dice que su rentabilidad a tres años vista superará el 23%, mientras que BBVA habla del 22%, pero como media de un periodo cuyo punto de partida (el 19,3% en 2025) está muy por debajo de esa cifra, así que el Rote estanco en 2028 tendrá que ser superior al 22% para que el promedio cumpla su promesa.

Santander tampoco se ha cerrado ninguna puerta. El mínimo es el 20% y a partir de ahí hay recorrido al alza, porque su previsión es superar ese porcentaje dentro de tres años.

No hay ningún otro gran banco europeo que aspire a esas cifras. El británico NatWest es el que está más cerca, con más de un 18% para 2028, mientras que su compatriota HSBC cree que su Rote sobrepasará el 17% ese ejercicio.

Tampoco hay competencia en la previsión de ratio de eficiencia, que mide la relación entre los ingresos y los gastos necesarios para obtenerlos. Es mejor cuanto más baja y otra vez los mismos cuatro bancos pugnan por encabezar las cifras de 2028.

Eficiencia, empate virtual

UniCredit es el que tiene la mejor previsión de eficiencia, con una ratio objetivo del 33%, pero BBVA está muy cerca, con el 35%, y también Santander, que aspira al 36%. Intesa solo está un poco por encima, en el 36,8%, así que todo puede terminar en un cuádruple empate dentro de tres años.

El mayor banco alemán y su equivalente francés vuelven a situarse muy lejos de sus rivales españoles e italianos. Deutsche Bank será el banco menos eficiente entre los grandes de Europa en 2028 puesto que su meta es una ratio inferior al 60%. Lo sigue BNP Paribas, cuyo objetivo es quedarse por debajo del 56%.

Estas previsiones dejan claro que las tornas se han cambiado y que la banca de la periferia europea tiene ahora mejores perspectivas de futuro que la de los países del centro del continente. Y no solo para el futuro más inmediato, sino a medio plazo.

Los analistas de Barclays certifican estas diferencias en el marco de unas expectativas buenas para el sector al completo. "Todos los bancos apuntan en la misma dirección en sus perspectivas: un crecimiento de los ingresos que ronda el 5% anual, una mejora continua de la ratio de eficiencia y, por lo tanto, unos objetivos de Rote cada vez más ambiciosos", señalan.

Tipos de interés

Un punto importante es que las entidades confían en sus propias fuerzas para conseguir sus objetivos. Barclays destaca que ninguno de los bancos basa sus planes en las subidas de los tipos, sino en el crecimiento del negocio y una gestión más eficiente.

La guerra en Irán puede interferir en el camino, pero los expertos anticipan efectos tanto positivos como negativos para la banca. Si los tipos terminan subiendo más de lo previsto, pero no hay un cataclismo económico, el sector puede superar sus metas al beneficiarse de un precio del dinero más alto.

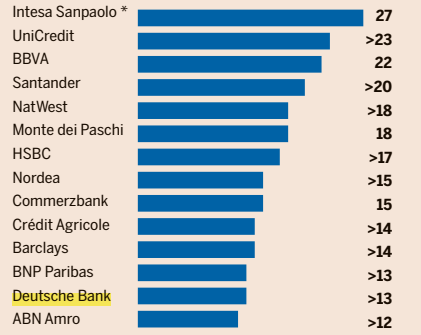
Las amenazas existen, aunque Barclays las considera acotadas. "Más allá de un punto de partida favorable en términos de rentabilidad, los bancos cuentan además con balances más sólidos que nunca (mayor solvencia, menor tasa de morosidad y más liquidez), lo que significa que están mejor preparados para hacer frente al aumento de los riesgos macroeconómicos", asegura.

Las tornas han cambiado: la banca de España e Italia ganará a la de Francia y Alemania

Los bancos europeos son optimistas en sus previsiones pese a la incertidumbre geopolítica

OBJETIVOS DE RENTABILIDAD DE LA BANCA

Previsión de Rote (retorno sobre capital tangible) a 2028. En porcentaje.



* Previsón a 2029

Expansión — Fuente: Barclays

Expansión

Publicación	Expansión General, 16	Fecha	04/05/2026
Soporte	Prensa Escrita	País	España
Circulación	37 999	V. Comunicación	38 102 EUR (44,676 USD)
Difusión	28 798	Tamaño	202,57 cm² (32,5%)
Audiencia	114 000	V.Publicitario	9379 EUR (10 997 USD)

Dossier de prensa unacc

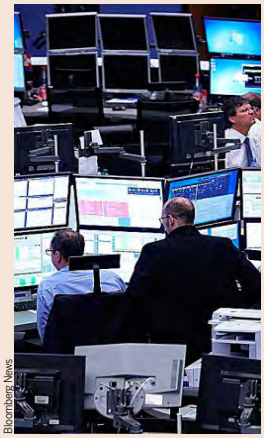
Titulizaciones, del estigma a figura clave para Europa

OPINIÓN

Íñigo Oyanguren

La historia de la civilización es en gran medida la historia de sus herramientas. Desde el dominio del fuego hasta la escisión del átomo, el ser humano ha ideado mecanismos cuya potencia es solo comparable a su capacidad de aplicarlos de manera indebida. En el ecosistema financiero, las titulizaciones ocupan ese mismo espacio ambivalente: nacieron como un ingenio brillante para democratizar el crédito y distribuir el riesgo, y aunque su uso desviado en el pasado reciente nuble su reputación, su esencia sigue siendo una de las innovaciones más valiosas para el engranaje de la economía real.

En el contexto actual, rescatar el rigor de este mecanismo no es solo una cuestión de técnica financiera, sino una prioridad estratégica para la competitividad y la soberanía europea. Mientras que otras potencias como EE UU con una cultura del ahorro muy inferior utilizan la titulización de forma masiva para oxigenar sus mercados, Europa sigue enfrentándose a una fragmentación que lastra su crecimiento. Si aspiramos a una verdadera autonomía financiera, la titulización es la llave maestra: permite liberar la capacidad de préstamo de los bancos y movilizar el ahorro privado hacia proyectos críticos, desde la transición energética hasta el impulso de nuestras empresas, incluyendo la financiación necesaria para hacer frente a los actuales conflictos bélicos. Sin un mercado de titulizaciones profundo y eficiente, la independencia económica de la Unión Europea seguirá siendo un objetivo incompleto



Bloomberg News

Las titulizaciones son clave para la independencia económica de la UE.

Esta visión no es una mera teoría académica, sino el eje central de las hojas de ruta que hoy marcan el futuro del continente. Los informes presentados por Mario Draghi y Enrico Letta han sido tajantes al señalar que, sin un mercado de titulizaciones dinámico, Europa carecerá del músculo financiero para competir globalmente. A este consenso se ha unido con fuerza el presidente Emmanuel Macron, quien en el Foro de Davos subrayó la urgencia de reactivar este mecanismo para movilizar el ahorro europeo hacia inversiones estratégicas como la defensa, la inteligencia artificial y la transición energética. Para estos líderes, la titulización ha dejado de ser una opción técnica para convertirse en un imperativo político.

Desde el punto de vista bancario, el funcionamiento de la titulización es bien conocido. Se agrupan activos representativos del balance del originador —hipotecas, préstamos a grandes corporaciones, financiación a pymes, proyectos de infraestructuras etcétera—, se estructuran en tramos con distintos perfiles y se transfiere el riesgo de crédito a inversores. Con ello, el banco libera capital, gana eficiencia y puede volver a prestar, incrementando la velocidad de su balance manteniendo el nivel de riesgo invariable. Este modelo, conocido como *originate to distribute*, es hoy una prioridad estratégica para los grandes bancos europeos. Entidades como Santander, BNP Paribas, Barclays o Deutsche Bank que lideran el mercado europeo de titulizaciones ya han incluido esta palanca como herramienta de gestión de balance, dotándole de flexibilidad ante eventos idiosincráticos y permitiéndoles incrementar su inversión crediticia.

A pesar de los desafíos conocidos, el horizonte empieza a despejarse gracias a los primeros brotes verdes en el ámbito regulatorio. La reciente voluntad de las instituciones europeas de revisar y flexibilizar la normativa vigente abre una ventana de oportunidad para que la titulización recupere su papel dinamizador. No obstante, para que este impulso sea pleno, es necesario ensanchar la base de inversores. Si bien el mercado ha ganado profundidad en los últimos años, todavía echamos de menos una mayor participación de agentes clave como las compañías aseguradoras. Su entrada decidida en este mercado, hoy limitada por requisitos de capital aún exigentes pero con visos de cambio en la nueva normativa de Solvencia II (fecha prevista 30/1/2027), aportaría la estabilidad y el volumen necesarios para consolidar un ecosistema financiero verdaderamente robusto y autónomo.

En definitiva, la actual encrucijada geopolítica no concede tregua ni segundas oportunidades: Europa ya no puede permitirse el lujo de renunciar a ninguna de sus herramientas de progreso. Si la historia de la dinamita nos enseñó que el valor de un invento reside en su gestión responsable, el momento actual nos obliga a redimir la titulización como ese motor de soberanía económica que el continente reclama. Ante una competencia global feroz y la necesidad urgente de financiar nuestro propio futuro, apostar por un mercado de capitales profundo y dinámico no es ya una opción técnica entre otras, sino un imperativo estratégico. Es hora de dejar atrás los recelos del pasado y emplear todo el ingenio financiero a nuestro alcance para asegurar que Europa siga siendo dueña de su propio destino.

Socio de Financial Services Consulting de KPMG en España

Expansión

Publicación	Expansión General, 13	Fecha	04/05/2026
Soporte	Prensa Escrita	País	España
Circulación	37 999	V. Comunicación	17 347 EUR (20,339 USD)
Difusión	28 798	Tamaño	63,32 cm² (10,2%)
Audiencia	114 000	V.Publicitario	4270 EUR (5007 USD)

Dossier de prensa unacc

Los bancos de Wall Street triplican las ganancias de los europeos

S.Foy/J.Franklin. FT

Los mayores bancos de inversión europeos capturaron apenas un tercio de las ganancias comerciales registradas por sus rivales de Wall Street en el primer trimestre de 2026, en medio de fluctuaciones bruscas del mercado, con los prestamistas continentales frenados por su presencia limitada en el comercio de materias primas y un dólar más débil.

UBS, Deutsche Bank, BNP Paribas, Société Générale y Barclays registraron un crecimiento del 6% en los segmentos de renta variable y renta fija, divisas y materias primas (FICC) durante el primer trimestre. En conjunto, los bancos registraron 13.500 millones de euros de ingresos comerciales.

Su rendimiento quedó significativamente por detrás de los mayores prestamistas de Wall Street, como JPMorgan Chase, Goldman Sachs, Morgan Stanley, Citigroup y Bank of America, que registraron un total de 43.000 millones de dólares en ingresos por trading, un aumento del 17% respecto al año anterior, según datos de KBW.

Las escasas ganancias comerciales obtenidas por los prestamistas europeos se produjeron a pesar del conflicto en Oriente Medio y de las preocupaciones sobre la disrupción de la IA que desencadenaron una volatilidad significativa en el mercado durante los tres primeros meses del año, condiciones que normalmente impulsan las mesas de negociación de los bancos.

Efecto del euro

No tuvieron que ver las oscilaciones del mercado debido a la decisión de algunos bancos europeos de abandonar sus negocios de materias primas tras el endurecimiento de regulaciones por la crisis financiera. Un euro más fuerte también erosionó los ingresos obtenidos en dólares estadounidenses para los prestamistas europeos durante el primer trimestre.

"Los bancos de inversión europeos quedaron cortos en gran parte debido al dólar más débil y a su falta de exposición a materias primas en comparación con los estadounidenses", dijo Thomas Hallett, analista de KBW.

EL PAÍS

Publicación	El País Nacional, 33	Fecha	04/05/2026
Soporte	Prensa Escrita	País	España
Circulación	281 667	V. Comunicación	162 314 EUR (190,319 USD)
Difusión	252 669	Tamaño	246,25 cm² (39,4%)
Audiencia	845 000	V.Publicitario	41 486 EUR (48 644 USD)

Dossier de prensa unacc

El pan, el ibuprofeno y la cesta de la compra se podrán abonar con Bizum

La plataforma de pagos instantáneos competirá con Visa, Mastercard, Apple y Google

RICARDO SOBRINO
Madrid

En las cafeterías que rodean el lago de la Casa de Campo en Madrid, las mañanas de domingo reúnen a corredores y ciclistas que llenan las terrazas para reponer energía tras recorrer los caminos. Al llegar la hora de pagar, en las mesas la expresión se repite: "Pago yo y me hacéis un Bizum". En los últimos años, se ha convertido en el lenguaje habitual para saldar deudas de bajo importe entre amigos y familiares, desplazando al efectivo en la vida cotidiana de millones de españoles. A partir de la tercera semana de mayo, hacer un Bizum dejará de ser solo la forma de pagar una cena a medias para convertirse también en un gesto en el supermercado, la farmacia o la tienda de ropa. Se trata del movimiento estratégico más ambicioso desde la creación de la propia plataforma en 2016 y que llevará a Bizum a convertirse en un medio de pago total para competir con los gigantes que dominan el sector: Visa, Mastercard, Apple Pay y Google Pay.

Cuando la banca española lanzó Bizum en 2016 —nació como un proyecto de colaboración entre las entidades financieras, que son sus propietarias—, lo hizo con el objetivo de simplificar las transferencias entre particulares. En un primer momento, el sistema permitía enviar dinero de forma inmediata utilizando únicamente el número de teléfono, integrado en las aplicaciones bancarias y sin necesidad de introducir largos códigos de cuenta, como ocurre en las transferencias tradicionales. En pocos años, Bizum se ha convertido en una herramienta masiva, con más de 31 millones de usuarios en una España de más de 49 millones de habitantes. Por dar una idea de la magnitud, solamente WhatsApp tiene más, según explica la plataforma.

A las transferencias entre particulares se sumaron las donaciones, y después los pagos en comercio electrónico en 2019. De hecho, ya se puede pagar con Bizum en más de 100.000 tiendas *online* siguiendo el mismo proceso: en lugar de ingresar el código de la tarjeta, basta con introducir el número de teléfono y la app del banco envía una notificación para aprobar el pago. El salto al comercio físico llevará a Bizum a reforzar su presencia en los establecimientos y a consolidar su negocio una vez que ya cuenta con una base de millones de usuarios acostumbrados a utilizarlo.

"El objetivo de Bizum siempre ha sido convertirse en el medio de pago preferido en España. Es la culminación de un proceso en el que hemos ido lanzando y consolidando sucesivos casos de uso para cubrir todas sus necesidades de pago", explica Martín Azcue, director de desarrollo de negocio de Bizum. El lanzamiento tiene fecha: la tercera semana de mayo, aunque su implantación será gradual. Cada banco decidirá cuándo activa el servicio para clientes y comercios, lo que introduce un ritmo desigual en la adopción. Consultadas por esta cuestión, fuentes bancarias coinciden en el calendario. A partir de entonces, la mayoría de los bancos integrarán en sus sistemas el pago con Bizum y lo desplegarán de forma progresiva tanto para usuarios particulares como para los negocios.

Según explican las mismas fuentes, el sistema está preparado para dar entrada a esos 31 millones de usuarios, pero prefieren no forzar para que la adopción sea más fluida y gradual. La previsión del sector es que antes de verano la mayor parte de los clientes tengan ya acceso al pago presencial, aunque dependerá de cada entidad. Según las estimaciones de Bizum, a finales del año todos los usuarios tendrán disponible el pago en comercios físicos. En cualquier caso, los bancos comunicarán a los clientes cuándo estará disponible. "El ritmo de adopción lo establecerá cada entidad y dependerá de la intensidad o de lo agresivo que quiera ser cada uno porque va a ser una herramienta de captación de clientes", apuntan otras fuentes.

Hasta ahora, Bizum era gratuito para los usuarios y un foco de costes para los bancos, que han invertido millones en su creación y mantenimiento. Al entrar en el comercio físico de forma masiva, la banca empezará a rentabilizar la inversión. Pagar con Bizum seguirá siendo gratuito para los clientes, pero se aplicará una pequeña tasa de descuento a los comercios, igual que sucede con el pago con tarjeta, donde los bancos se quedan con una pequeña comisión por cada operación. Eso abrirá una nueva línea de ingresos para esta industria. Eso sí, las tarifas, previsiblemente, serán más competitivas que las actuales.



Una mujer usa la aplicación Bizum. PACO PUENTES

El servicio llegará de forma gradual a partir de la tercera semana de mayo

El sistema está preparado para acoger a más de 30 millones de usuarios

ABC

Publicación	ABC Nacional, 30	Fecha	04/05/2026
Soporte	Prensa Escrita	País	España
Circulación	119 000	V. Comunicación	112 132 EUR (131,479 USD)
Difusión	116 063	Tamaño	353,10 cm² (56,6%)
Audiencia	357 000	V.Publicitario	29 031 EUR (34 040 USD)

Dossier de prensa unacc

Bizum Pay augura una nueva guerra entre bancos por captar comercios

El pago físico se activará el 18 de mayo y las entidades ya negocian con las tiendas las comisiones que les cobrarán

Daniel Caballero
Madrid

El 18 de mayo se activará el pago físico en comercios a través de Bizum. La funcionalidad no estará disponible desde el principio en todos los bancos sino que será un despliegue gradual, pero la implantación de este sistema para abonar las compras será una revolución en España. Las entidades ya negocian con los establecimientos las comisiones que les van a cobrar por cada transacción y promete desatarse una nueva pugna en el sector financiero por captar a las grandes tiendas como clientes con ofertas competitivas en las tarifas.

Más allá del efectivo, hasta la fecha, al ir a pagar una compra, por ejemplo en el supermercado, el cliente no tiene más que acercar su tarjeta (o móvil si tiene la tarjeta ahí metida) al TPV, lo que comúnmente se conoce como datáfono. Con ese gesto abona la transacción en segundos, pero no es gratuito para el vendedor ya que los comercios soportan una comisión (tasa de descuento) que le cobra su banco.

En ese ejemplo siempre hay al menos un intermediario americano, a veces dos. En primer lugar, se utilizan las redes de tarjetas de Visa y Mastercard, y si se usa el móvil suelen entrar en juego los sistemas de Google o Apple. Uno de los objetivos que tienen España y Europa es recuperar la autonomía estratégica en los pagos para que no sea necesario que todas las operaciones pasen por empresas americanas.

La plataforma española y el sector financiero permitirán el pago físico en comercios a través de Bizum, para lo que llevan preparándose varios trimestres. El funcionamiento será igual de sencillo y no será necesario disponer de una tarjeta ya que Bizum procesa transacciones de cuenta a cuenta utilizando solo el número de móvil.

Por un lado, la mayoría de bancos incorporarán en sus propias aplicaciones la funcionalidad para hacer el pago directamente; por otro, la plataforma lanzará un monedero digital, Bizum Pay, que servirá para hacer las transacciones en entidades que no introduzcan el método en sus sistemas internos o para quien lo prefiera. De una forma u otra, lo único que tendrá que hacer el usuario es acercar el móvil al datáfono y pagar; igualmente, en Bizum Pay también se podrán meter las tarjetas de Visa y Mastercard y, si se desea, pagar con ellas.



Un usuario realiza un pago con el móvil. ABC

Como en el caso de las tarjetas, cada pago que reciba el comercio con Bizum tendrá un coste, una comisión, para el establecimiento. Eso es lo que están negociando ahora los bancos con los comercios, especialmente con los grandes. Fuentes financieras señalan que va a haber varios tipos de ofertas de comisiones: un porcentaje por cada transacción, cantidades fijas en euros por cada operación y un canon general.

Cada entidad financiera es libre de ofrecer precios diferentes a los comercios. Es ahí donde se va a desatar la pugna en el sector ya que quienes oferten tarifas más baratas captarán más establecimientos a los que darle el servicio. Asimismo, las distintas velocidades en el despliegue podrían provocar que algunos bancos se roben clientes empresariales entre sí; por ejemplo, en la fase inicial se prevé que estén algunos como Caixabank o Banco Sabadell, y que otros grandes como Santander entren más tarde, según las fuentes consultadas.

Aquí todo dependerá de la política comercial de cada banco y el deseo que tenga el comercio por implantar esta solución entre los clientes. En cualquier caso, la expansión total del pago físico con Bizum dependerá del grado de aceptación entre los usuarios. Lo cierto es que las tarifas de comisiones de cada entidad financiera son uno de los secretos mejor guardados de los bancos. Nadie desvela sus ofertas antes del lanzamiento y las negociaciones con las grandes cadenas se llevan con discreción. No quieren que se conozcan sus precios en esta primera fase, sabedores de que en el sector se pretende pelear por los clientes.

De todas formas, se espera que las tarifas sean más baratas que las que ofrecen para los pagos con tarjeta. Fuentes empresariales confirman, de momento, con los precios ya en la mano que en los comercios grandes sí que se están viendo comisiones más competitivas que las actuales, aunque hay bancos que han preferido no entrar en una guerra de precios, al menos en la primera fase.

La posición de las tarjetas

¿Y en qué posición quedarán las operaciones con tarjeta? El objetivo de implantar estos pagos con Bizum es que las transacciones en España no tengan que pasar por los gigantes americanos. Pero quien quiera seguir utilizando el 'plástico' podrá seguir haciéndolo con la tarjeta física o a través del móvil con los monederos digitales, incluso también en Bizum Pay.

Fuentes de Visa valoran la competencia, «ya que amplía las opciones para consumidores, empresas y el ecosistema de pagos en su conjunto. La compañía lleva años apoyando el desarrollo del ecosistema de pagos en España y mantiene su compromiso de seguir haciéndolo».

Desde Mastercard, por su parte, tienen un discurso similar: «Mantenemos una postura de colaboración activa con todos los actores del ecosistema de pagos, con Bizum también. La competencia es positiva, es una vía para innovar y nosotros siempre estamos integrados en todas las opciones de pago, incluido el monedero de Bizum Pay. Nuestras tarjetas van a estar integradas para que los consumidores puedan elegir cómo y con qué pagar».

Expansión

Publicación	Expansión General, 16	Fecha	04/05/2026
Soporte	Prensa Escrita	País	España
Circulación	37 999	V. Comunicación	39 228 EUR (45,995 USD)
Difusión	28 798	Tamaño	211,60 cm² (33,9%)
Audiencia	114 000	V.Publicitario	9656 EUR (11 322 USD)

Dossier de prensa unacc



Gonzalo Gortázar, consejero delegado de CaixaBank.

CaixaBank frena el impulso de su beneficio en seguros

TRIMESTRE/ VidaCaixa gana 332 millones, un tímido 0,8% más, por los tipos y la menor aportación de SegurCaixa Adeslas.

E. del Pozo. Madrid

CaixaBank modera el crecimiento de su resultado en seguros. El beneficio de VidaCaixa –su aseguradora al 100%, que también es gestora de planes de pensiones–, ha crecido un 0,8% en el primer trimestre de 2026, hasta 332 millones de euros. Este resultado tiene un peso del 21% en los 1.572 millones que ha ganado CaixaBank.

Esta moderada evolución contrasta con el 10,6% que aumentó su beneficio en el primer trimestre de 2025, y con el alza del 6% de todo 2025, cuando ganó 1.312 millones.

Varios factores explican esta situación. Uno, según cita CaixaBank en su resultado trimestral comunicado a la CNMV, es "la menor aportación de SegurCaixa Adeslas" participada en un 49,9% por VidaCaixa. Está controlada por Mutua Madrileña, que tiene el restante 50,1%.

SegurCaixa Adeslas es, junto con Asisa, quien asegura la asistencia sanitaria de los funcionarios de Muface. En 2025, su cuenta de resultados se benefició del aumento del 34,42% de la prima que pagó la Administración por esta cobertura.

Pero la cosa cambia en 2026, ya que este incremento se reduce al 1,41% y está fijado en el 3,83% para 2027.

VidaCaixa se anota 65 millones, un 13,1% menos, en el epígrafe que recoge los ingresos por dividendo, en el que se incluye casi exclusivamente SegurCaixa Adeslas. El año pasado esta entidad ganó un 31% más, con 561 millones.

"Impactado por la evolución de los tipos de interés", el margen de intereses de VidaCaixa ha caído un 20% entre enero y marzo pasado, frente al mismo periodo de 2025, al quedarse en 32 millones, explica la entidad. El resultado de operaciones financieras ha sufrido un drástico recorte del 80% y se reduce a dos millones.

CaixaBank tiene una cuota de mercado en el seguro de vida ahorro del 38%, la mayor que ostenta en todos los negocios en los que trabaja. Gonzalo Gortázar puso de relieve esta posición en la presentación de resultados del banco el viernes pasado.

En seguros de protección, los que no son de vida ahorro, CaixaBank se anota 820 millones de euros de nuevas primas en el primer trimestre, de los que el 55% son seguros generales suscritos por SegurCaixa Adeslas en los canales del banco. El 45% restante es vida riesgo suscrito por VidaCaixa.

La oferta MyBox que agrupa la contratación de varios seguros juntos supone ya el 82% de las nuevas primas de protección.

EL NEGOCIO DE VIDACAIXA

En millones de euros

	1er trimestre 2026	1er trimestre 2025	Var. (%) 2026/2025
Margen de intereses	32	40	-19,9
Ingresos por dividendos de filiales	65	75	-13,1
Comisiones netas	39	39	1,1
Resultado de operaciones financieras	2	12	-79,8
Resultado del servicio de seguros	344	311	10,3
Otros ingresos y gastos de explotación	2	0	
Margen bruto	485	478	1,5
Gastos de administración y amortización	-42	-41	1,2
Resultado antes de impuestos	443	436	1,6
Impuesto sobre beneficios	-112	-107	4,0
Resultado después de impuestos	**332**	**329**	**0,8**

Fuente: CaixaBank

El beneficio aportado por VidaCaixa supone el 21% de lo ganado por CaixaBank

La oferta MyBox del banco capta ya el 82% de las nuevas primas de protección suscritas

elEconomista

Publicación	El Economista General, 8	Fecha	04/05/2026
Soporte	Prensa Escrita	País	España
Circulación	23 667	V. Comunicación	28 870 EUR (33,851 USD)
Difusión	20 000	Tamaño	366,04 cm² (34,2%)
Audiencia	71 000	V.Publicitario	7195 EUR (8436 USD)

Dossier de prensa unacc

REFUERZA EL SANEAMIENTO DE BALANCE

La financiera del Santander aumenta un 36% la venta de créditos fallidos

La filial de crédito al consumo y para autos se desprendió el año pasado de 675 millones en deuda con impagos con 134 millones en plusvalías

E. Contreras MADRID.

Santander Consumer Finance, financiera del grupo cántabro, acelera el saneamiento del balance. La entidad de financiación al consumo y para vehículos enajenó el año pasado carteras de créditos fallidos por un importe global de 675 millones de euros, lo que supone un aumento del 36,64% en comparación a los 494 millones vendidos el año anterior y la mayor desinversión acometida en este tipo de deuda desde el ejercicio 2019.

En aquel momento sacó del balance porfolios de deuda fallida que superaban los 1.036 millones y en 2018 se desprendió de 925,91 millones, pero había estado varios ejercicios sin desprenderse de este tipo de activos. Desde entonces ha mantenido una desinversión regular todos los años, en cuantías más próximas a los 500 millones anuales.

Con las transacciones del año pasado ingresó 134 millones, frente a los 102 millones del año previo, y suponen un beneficio directo, según detalla la entidad en su informe anual. Al tratarse de posiciones cubiertas por provisiones, los ingresos se convierten automáticamente en plusvalías en este tipo de transacciones.

La financiera focalizó el mayor esfuerzo en Alemania, donde elevó el volumen de porfolios enajenados desde 80 millones a 189 millones; en Noruega –la desinversión afectó a carteras por 110 millones, frente a 72 millones del año previo–; en Banque Stellantis France, con una venta de 54 millones, y en la *joint venture* con El Corte Inglés, con otros 38 millones. Son operaciones que la entidad realiza de manera recurrente para desalojar activos improductivos y delegar el recobro en especialistas. En el caso de la Financiera de El Corte Inglés y en Banque Stellantis France, *joint venture* que opera con Stellantis para financiar en el país vecino, suelen acometer una transacción relevante cada dos años. Hay que remontarse a 2023 en ambos casos, cuando vendieron 68 millones y 40 millones, respectivamente en deuda impagada.



Edificio de Banco Santander. EE

> Acelera la venta en Alemania, Noruega y en las 'joint venture' con El Corte Inglés y con Stellantis

En España, en cambio, el año pasado redujo la venta de carteras un 35,94%, con transacciones que afectaron a 123 millones en deuda con clientes. El refuerzo en el saneamiento tuvo lugar al tiempo que elevó un 138% sus provisiones, hasta los 413 millones debido, principalmente, a saneamientos para litigios sobre las hipotecas en francos suizos de su filial en Polonia y en la financiación de automóviles en Reino Unido.

EL PAÍS

Publicación	El País Nacional, 25	Fecha	04/05/2026
Soporte	Prensa Escrita	País	España
Circulación	281 667	V. Comunicación	201 138 EUR (235,841 USD)
Difusión	252 669	Tamaño	334,45 cm² (53,5%)
Audiencia	845 000	V.Publicitario	51 409 EUR (60 279 USD)

Dossier de prensa
unacc

La silenciosa entidad bancaria aliada del progreso económico

Las grandes transformaciones económicas y financieras vividas en España en los últimos años no se concebirían sin un actor como Cecabank. Su papel, tan vital como discreto en su primera década de actuación, ha sido decisivo para el equilibrio del sistema financiero y el bienestar de familias y empresas

■ Pocos proyectos *B2B* (de empresa a empresa) tienen un impacto directo en la vida cotidiana de millones de ciudadanos como Cecabank. Presta sus servicios a otras compañías en lugar de al consumidor final, pero garantiza que el ahorro esté protegido, los pagos funcionen con normalidad y el sistema financiero opere con seguridad incluso en escenarios de máxima exigencia.

Y en España, ese escenario, desde los años 70 del siglo XX hasta hoy, no ha sido precisamente plácido. El país ha afrontado transformaciones profundas que han redefinido su economía y su sistema financiero. No hace falta revisar la hemeroteca, porque, incluso sin mirar el calendario, la memoria rescata el paso de un sistema financiero español fuertemente intervenido por el Estado a ser liberalizado, integrado en Europa y el euro y actualmente digitalizado y más regulado. Todo ello en un entorno internacional complejo, marcado por una pandemia que ha convulsionado los *locos años 20*, el incierto y creciente sobrevuelo de los *ciberriesgos* y la inestabilidad geopolítica, en Europa y en territorios cercanos.

Este contexto ha elevado la resiliencia y la estabilidad a la categoría de activos estratégicos del sistema financiero. Entidades especializadas como Cecabank desempeñan un papel decisivo, como argamasa del sistema financiero. Su aportación, desapercibida para el gran público, resulta imprescindible para que bancos, gestoras, aseguradoras, administraciones públicas y *fintechs* puedan operar con seguridad y estabilidad a largo plazo. Cecabank es una infraestructura que sostiene el funcionamiento diario del sistema financiero.

Este banco mayorista, enteramente español, cuenta con un posicionamiento diferencial. Por su actividad, exclusivamente *B2B*, no tiene concurrencia con sus clientes. Más bien, es un socio estratégico en el que se apoyan. Se basa en la neutralidad competitiva, la solvencia operativa y la especialización técnica. Más de una década después de su creación, Cecabank se ha consolidado como banco líder en Securities Services (ofrece servicios financieros especializados) en España y Portugal. Sus servicios se dirigen a entidades de crédito, gestoras de fondos de inversión y pensiones, aseguradoras y otros actores del mercado financiero, donde su infraestructura se ha revelado como un ingrediente esencial.



Cecabank proporciona los 'rieles' que permiten que los pagos funcionen con normalidad y sin sorpresas. Gestiona tanto transacciones con cuenta (tradicionales, inmediatos, Bizum), como pagos con tarjeta. FOTOS: ISTOCK/CECABANK

Cecabank se basa en la neutralidad competitiva, la solvencia operativa y la especialización técnica

Protege el ahorro de unos diez millones de partícipes de fondos de inversión y de pensiones, clientes de sus clientes



Principales líneas de actividad

Además de en Securities Services, su modelo de negocio se centra en los pagos y la tesorería. Este enfoque, unido al desarrollo de capacidades tecnológicas propias, ha permitido a Cecabank posicionarse como una plataforma robusta, eficiente y segura al servicio del conjunto del sistema.

El mercado ya ha reconocido ese enfoque y posicionamiento con galardones. Por ejemplo, la entidad fue elegida como Mejor Banco Custodio de España por *Global Banking & Finance Review* durante diez años consecutivos, reflejo de su consistencia operativa y calidad de servicio.

Pese a no contactar directamente con ellos, Cecabank protege el ahorro de cerca de diez millones de partícipes de fondos de inversión y de pensiones desde su condición de agente de postcontratación y depositaría. Garantiza una administración rigurosa, independiente y alineada con la normativa más exigente, una labor clave para que el ahorro de los ciudadanos esté bien custodiado, bien controlado y gestionado con garantías. Por otro lado, Cecabank proporciona los *rieles* que permiten que los pagos funcionen con normalidad y sin sorpresas. Gestiona tanto transacciones con cuenta (tradicionales, inmediatos, Bizum), como pagos con tarjeta.

Su infraestructura asegura que las transacciones se realicen con seguridad, en tiempo y forma, algo esencial para la actividad diaria de familias y empresas grandes y pequeñas. Y algo también muy importante: aunque no trate directamente con el cliente final, su labor resulta imprescindible para que la economía cotidiana funcione con confianza y estabilidad.

Cecabank es un aliado silencioso del progreso económico. Su misión es garantizar la estabilidad del sistema y acompañar su transformación.

Aunque trabaja para otras entidades, los servicios que presta tienen un impacto directo en la vida de millones de personas y empresas. Impacta en la capacidad de ahorrar, invertir y pagar de ciudadanos y empresas, incluso en contextos de incertidumbre como el actual.

Desde Cecabank se quiere seguir impulsando la confianza y el progreso del sistema financiero, como socio de referencia para sus entidades clientes, y contribuyendo al desarrollo económico y social del país.

elEconomista

Publicación	El Economista General, 9	Fecha	04/05/2026
Soporte	Prensa Escrita	País	España
Circulación	23 667	V. Comunicación	51 661 EUR (60,574 USD)
Difusión	20 000	Tamaño	526,38 cm² (49,2%)
Audiencia	71 000	V.Publicitario	9663 EUR (11 330 USD)

Dossier de prensa unacc

Helvetia abre una ventana de 253 millones para que Unicaja e Ibercaja salgan de Caser

La suiza da a los bancos hasta finales de 2027 la opción de vender a 180,77 euros la acción

Aitor Caballero Cortés MADRID.

Helvetia Baloise, el grupo asegurador suizo que compró Caser en 2020, mueve ficha por el negocio español. La entidad helvética se consolidó entonces como máximo accionista de la entidad, comprando el 66,88% de las participaciones por 804,17 millones de euros. Actualmente, tras realizar la fusión entre la filial de Helvetia en España y la propia Caser, pasó a poseer el 85,27% de los títulos. Y, ahora, abre la puerta a llegar al 100% de la compañía resultante.

Según se recoge en los informes anuales de la suiza, el grupo da la posibilidad a los accionistas minoritarios de vender sus acciones por un precio de 180,77 euros por título, con fecha límite hasta finales de 2027. En caso de no recurrir a esta ventana, Ibercaja y Unicaja, los únicos bancos que quedan en el capital de Caser, solo podrían salir del capital a un "precio razonable".

Según fuentes financieras no se trata de una oferta como tal a las cajas, sino un procedimiento habitual en estos acuerdos y que se viene incluyendo en las condiciones desde que Helvetia entró en el capital de Caser. No obstante, varía en que ahora la suiza ha puesto un "precio suelo" a la operación, que conllevaría pagar un importe de 253,5 millones para hacerse con el 100% de las acciones.

La intención de Helvetia, tal y como ha reiterado la compañía y su CEO en España, Juan Estallo, es contar con la colaboración de los dos bancos. Tanto Unicaja como Ibercaja diluyeron su participación tras la fusión de Helvetia y Caser en una sola aseguradora, pasando de un 9,99% la primera y un 9,5% la segunda, a estar en torno al 7% cada una. A pesar de ello, las dos compañías continúan contando con un asiento en el consejo de administración en la nueva filial del grupo suizo.

De igual forma, tampoco han cambiado los acuerdos de bancaseguros que Caser (ahora Helvetia) tenía con ambos para distribuir productos de no vida, a pesar de que en el caso de Unicaja también cuenta con la exclusividad en seguros de vida con Santalucía.

Preguntados por este periódico, tanto Ibercaja como Unicaja se muestran contentos con esta participación en Helvetia Caser: "No hay ninguna intención de vender. Al contrario, estamos encantados con formar parte de la sociedad y muy satisfechos con el buen funcionamiento del acuerdo de distribución" indican desde el banco maño. Para Unicaja, la sensación es la misma y la posición será el mantenerse, ya que Caser era una participación histórica del banco. No obstante, el banco malagueño ya vendió previamente parte de su participación al grupo suizo. Fue cuando Unicaja integró Liberbank, el cual también formaba parte del accionariado de Caser con un 9,99%. Dicha operación, cerrada en junio de 2022, supuso un beneficio para Unicaja de 122 millones según su informe financiero de ese ejercicio. El precio por acción fue de 170,48 euros.

La oferta actual supondría un incremento del 8,2% con respecto al precio que pagó Helvetia por su entrada como accionista mayoritario en 2020. En ese momento, el importe por acción fue de 167,07 euros, haciendo una valoración total de Caser de 1.200 millones de euros. Ahora, dicha valoración ascendería a los 1.750 millones.

Este importe supone, además, un incremento del 100% sobre el valor nominal que refleja Helvetia Caser en su informe de solvencia, que cifra el valor de la acción en 90 euros.

Distribuidor de referencia entre los bancos

Históricamente, Caser (Caja de Seguros Reunidos) ha estado vinculada con las cajas de ahorros y, por ende, fue una de las aseguradoras que más impacto sufrió por la crisis financiera de 2008 y la concentración bancaria que vino después. Más de 25 compañías llegaron a conformar su accionariado por entonces, ya que Caser era el socio en seguros para la mayoría de cajas. Con la llegada de las fusiones, algunas como Bankia, Abanca, Sabadell, BBVA o Cecabank acabaron involuntariamente teniendo participaciones en Caser, quedándose durante años "atrapados" hasta que Helvetia compró gran parte de las participaciones. Esto suponía un problema para las entidades, ya que existía un conflicto de intereses para llegar a nuevos acuerdos de distribución en seguros.



Sede de Helvetia Caser en Madrid. EUROPA PRESS

LA RAZÓN

Publicación	La Razón Nacional, 34	Fecha	04/05/2026
Soporte	Prensa Escrita	País	España
Circulación	40 667	V. Comunicación	25 893 EUR (30,360 USD)
Difusión	37 894	Tamaño	54,46 cm² (8,7%)
Audiencia	122 000	V.Publicitario	6618 EUR (7760 USD)

Dossier de prensa
unacc

Lanzan la primera edición del programa Surf en Somo

Santos Montoro. SEGOVIA

La Fundación Caja Rural y la Diputación de Segovia ponen en marcha la primera edición del programa «Surf en Somo», una iniciativa que combina deporte, ocio y convivencia. Dirigida a jóvenes y adultos de la provincia se desarrollará en la costa cántabra del 28 de junio al 3 de julio.

Este viaje de iniciación y perfeccionamiento al surf tendrá lugar en la localidad de Somo (Cantabria) e incluye una estancia de seis días y cinco noches en el Camping «Las Latas», en régimen de pensión completa, así como clases diarias impartidas por la Escuela Cántabra de Surf.

La actividad, según explicaron desde ambas entidades, está pensada para fomentar la práctica deportiva en un entorno natural «seguro», promoviendo hábitos de vida saludables, la convivencia y el disfrute del medio ambiente.

Para esta primera convocatoria se ofertaron 50 plazas dirigidas a escolares nacidos entre 2008 y 2013 y personas mayores de 18 años residentes en la capital y provincia de Segovia.

Precios populares

Los precios son 575 euros para nacidos entre 2008 y 2013 y 620 euros para nacidos en 2007 y años anteriores existiendo la opción de añadir como optativa la excursión al Parque Natural de Cabárceno, abonando un suplemento de 20 euros para los menores y de 30 euros para los mayores de edad. Además, se ofrece un descuento especial de 20 euros para clientes de Cajaviva Caja Rural de Segovia y para disfrutarlo, la inscripción deberá realizarse de forma presencial en cualquier oficina de Cajaviva.

Las inscripciones se realizarán exclusivamente a través del formulario disponible en la web de la Fundación Caja Rural de Segovia, en dos plazos siendo el primer plazo hasta el 15 de mayo y el segundo plazo del 15 al 29 de mayo.

EL CORREO

Publicación	El Correo Vizcaya, 28	Fecha	04/05/2026
Soporte	Prensa Escrita	País	España
Circulación	52 075	V. Comunicación	22 333 EUR (26,186 USD)
Difusión	42 848	Tamaño	363,57 cm² (58,3%)
Audiencia	224 000	V.Publicitario	6742 EUR (7905 USD)

Dossier de prensa unacc

Los bancos empezarán a permitir los pagos con Bizum en comercios el 18 de mayo

Su despliegue será gradual y aspira a estar operativo en todas las entidades a final de año para plantar cara a Visa y Mastercard



FÉLIX MONTERO
Bilbao

Bizum está listo para dar su gran salto, que aspira a revolucionar el ecosistema de pagos europeos y eliminar el plástico de las carteras. Y es que a partir del próximo 18 de mayo, la plataforma de transacciones vía teléfono móvil permitirá realizar compras en comercios físicos. Es decir, dentro de tres semanas la aplicación que ahora se utiliza para enviar pequeñas cantidades de dinero a amigos o abonar compras 'online' se podrá acercar a un datáfono para pagar en su supermercado o en una tienda de ropa, como si fuera una tarjeta más.

El arranque, en todo caso, será progresivo. En los primeros meses ni todas las entidades bancarias habilitarán esta modalidad en sus comercios físicos, ni todos los establecimientos estarán aún preparados para aceptarlo. Fuentes financieras consultadas por este periódico señalan que Caixabank, Sabadell y Bankinter figuran entre los primeros en desplegar esta función y su implantación también se realizará de forma gradual entre sus propios clientes.

LA CIFRA

25

millones de usuarios tienen Bizum en España y hacen cerca de dos millones de operaciones diarias desde el móvil. La cifra aumentará de forma significativa cuando dejen pagar en comercios.

Laboral Kutxa ofrecerá el servicio el día 18, mientras Kutxabank y BBVA trabajan en adaptar sus sistemas

La banca vasca da pasos asimismo para adaptar sus sistemas a este modelo aunque lo hace a ritmos distintos. Fuentes de Laboral Kutxa señalan que estará disponible para el usuario en su aplicación desde el próximo 18 de mayo, si bien la adaptación de los TPV (los datáfonos) de los comercios será progresiva y, en los primeros días, solo estará operativa en un número limitado de establecimientos. Kutxabank indica que ya ha iniciado los trabajos para su implantación dentro del proceso de despliegue del servicio, aunque todavía no tiene una fecha exacta. BBVA, por su parte, enmarca su puesta en marcha en un calendario gradual, todavía sin definir, en línea con la habilitación «progresiva tanto para clientes como para comercios».

Esa implantación gradual responde a la necesidad de extremar las garantías en cada operación. El objetivo es asegurar que los pagos presenciales se ejecuten con total fiabilidad, lo que exige adecuar la aplicación de cada móvil o vincular la cuenta a una herramienta específica que se llamará 'Bizum Pay'. Una vez completado el proceso, bastará con aproximar el móvil al datáfono, igual que sucede actualmente con las tarjetas digitales integradas en sistemas sin contacto. Fuentes de Laboral Kutxa explican que, tras activar el servicio, la experiencia será idéntica y el abono se realizará mediante tecnología NFC (Near Field Communication o, en su traducción del inglés comunicación de campo cercano).

La banca también afronta el reto de adaptar los datáfonos que utilizan los comercios para cobrar. En la mayoría de los casos no será necesario cambiar el dispositivo, sino actualizarlo a distancia para que pueda reconocer y procesar el nuevo sistema 'Bizum Pay'. Las entidades deberán ajustar así sus terminales para que sean capaces de leer el código de seguridad que genera la aplicación en el móvil. A diferencia del pago con tarjeta, en el que el TPV pide autorización a redes como Visa o Mastercard, el sistema activará una transferencia inmediata que enviará el dinero directamente desde la cuenta del comprador a la del vendedor.

La cuestión de fondo es que este modelo supone un reto directo a la hegemonía de Visa y Mastercard. Al prescindir de los intermediarios tradicionales, Bizum permite que el dinero se transfiera de forma directa entre bancos, con comisiones más competitivas para los comercios. Además, frente al pago con tarjeta –cuyo abono puede demorarse hasta 72 horas–, el nuevo sistema ejecuta la operación al instante, lo que mejora la liquidez de los negocios. Este avance es, en todo caso, la punta de lanza de una estrategia más amplia con la que la Unión Europea busca reforzar su soberanía financiera.



Los pagos se llevarán a cabo mediante una aplicación en los teléfonos móviles llamada 'Bizum Pay'. ANTONIO TANARRO

LAS PROVINCIAS

Publicación	Las Provincias Comarcas, 11	Fecha	04/05/2026
Soporte	Prensa Escrita	País	España
Circulación	2507	V. Comunicación	10 456 EUR (12,260 USD)
Difusión	1973	Tamaño	278,55 cm² (44,7%)
Audiencia	12 300	V.Publicitario	2779 EUR (3258 USD)

Dossier de prensa unacc



La renovación ha sido firmada por el director general del CEEI Valencia, Ramón Ferrandis, y la directora general de Caixa Popular, Alicia Soler. **LP**

CONVENIO. El acuerdo contribuye a la creación y consolidación de nuevos proyectos empresariales

Impulso al acceso a la financiación de las empresas vinculadas al CEEI Valencia

El Centro Europeo de Empresas e Innovación (CEEI) y Caixa Popular renuevan su colaboración para reforzar el apoyo económico y financiero a empresas y emprendedores

VALENCIA

Extras. El Centro Europeo de Empresas e Innovación (CEEI) de Valencia y Caixa Popular han renovado su convenio de colaboración con el objetivo de reforzar el apoyo económico y financiero a las empresas y emprendedores vinculados al ecosistema innovador valenciano. Este acuerdo permite a ambas entidades coordinar esfuerzos para facilitar el desarrollo económico y la gestión financiera de las empresas asesoradas por el CEEI Valencia, contribuyendo así a la creación y consolidación de nuevos proyectos empresariales en la Comunitat Valenciana. La alianza busca, además, fortalecer el tejido industrial, mejorar la competitividad y fomentar la generación de empleo en el territorio.

La renovación del convenio ha sido firmada por el director general del CEEI Valencia, Ramón Ferrandis, y la directora general de Caixa Popular, Alicia Soler, en la sede de la entidad financiera situada en el Parque Tecnológico de Paterna.

En el marco de esta alianza, Caixa Popular ofrecerá condiciones especiales en productos y servicios financieros a las empresas asociadas al CEEI, facilitando su acceso a financiación adaptada a sus necesidades. Asimismo, pondrá a su disposición los principales programas públicos de apoyo a la financiación empresarial, como las ayudas europeas Next Generation.

El convenio contempla también la colaboración en acciones de carácter formativo y divulgativo. En este sentido, Caixa Popular pondrá a disposición del CEEI a su equipo técnico especializado para la organización de cursos, talleres y jornadas relacionadas con temas financieros y de seguros. Además, la entidad facilitará el uso de sus instalaciones –tanto los Servicios Centrales como aquellas oficinas que reúnan los requisitos necesarios– para la celebración de encuentros y actividades dirigidas a las empresas asociadas al CEEI.

El CEEI Valencia tiene como misión apoyar la creación, consolidación y crecimiento de empresas, especialmente de carácter innovador, potenciando su mejora competitiva a través de la innovación, la diversificación y el acompañamiento estratégico.

Con más de 40 años de trayectoria, Caixa Popular representa un modelo de banca cooperativa valenciana, social y comprometida con su entorno. A través de acuerdos como este, la entidad refuerza su apuesta por dinamizar la economía local y contribuir activamente al fortalecimiento del tejido empresarial y comercial de la Comunitat Valenciana.

Levante EL MERCANTIL VALENCIANO

Publicación	Levante EMV General, 22	Fecha	04/05/2026
Soporte	Prensa Escrita	País	España
Circulación	26 311	V. Comunicación	8 003 EUR (9,383 USD)
Difusión	79 000	Tamaño	233,17 cm² (37,4%)
Audiencia	79 000	V.Publicitario	2127 EUR (2494 USD)

Dossier de prensa unacc

Ajudes solidàries

Caixa Popular dona a Creu Roja la recaptació per l'ús de les seues targetes

La iniciativa de targetes solidàries recapta més de 15.000 euros per a projectes socials a València per a ajudar els col·lectius més desfavorits

RICARDO SORIANO
València

L'entitat financera valenciana ha impulsat un any més la seua iniciativa de targetes solidàries, una acció que converteix l'ús habitual de les seues targetes en una via directa de suport a projectes socials. Per cada compra realitzada durant 2025 amb les targetes de Caixa Popular, la cooperativa ha destinat un percentatge a una causa social d'àmbit valencià.

En 2025, l'organització beneficiària ha sigut Creu Roja, en reconeixement a la seua àmplia i constant labor humanitària en l'atenció a les persones més vulnerables, la resposta davant emergències i l'impuls de programes d'inclusió social. Gràcies a esta iniciativa, s'ha realitzat una aportació de 15.529 euros, que contribuirà al desenvolupament de projectes socials i assistencials a la província de València. La iniciativa de targetes solidàries permet que, mitjançant un gest quotidià com l'ús d'una targeta bancària, els clients de Caixa Popular col·laboren de manera directa i sense cap cost addicional en accions solidàries que generen un impacte positiu en el seu entorn més pròxim.

C. P.



Creu Roja ha sigut l'organització beneficiària de les targetes solidàries de Caixa Popular en 2025.

Segons va assenyalar Paco Alòs, director de Responsabilitat Social i Relacions Institucionals de Caixa Popular, «volem demostrar que la banca pot tindre un paper actiu en la millora de la societat; el nostre compromís no es limita a oferir serveis financers, sinó a generar valor social, donant suport a organitzacions com Creu Roja que treballen cada dia sobre el terreny i coneixen de primera mà les necessitats reals de la població».

Una banca solidària

Amb esta acció, Caixa Popular reforça la solidaritat com un dels eixos del seu model cooperatiu, impulsant una banca compromesa amb el territori i amb les persones.

El compromís de Caixa Popular és que cada any la recaptació obtinguda a través d'esta iniciativa es destine a un projecte de caràcter social a la Comunitat Valenciana, com a mostra de la seua implicació contínua amb les persones, la cohesió social i un model econòmic més just i solidari.

Millorar la qualitat de vida

En este 2026, l'entitat beneficiària serà Avapace, una entitat valenciana de referència que acompanya persones amb paràlisi cerebral i les seues famílies a través de centres, serveis especialitzats i programes orientats a l'autonomia, la inclusió i la millora de la qualitat de vida. ■

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

EL ADELANTADO DE SEGOVIA

Publicación	El Adelantado de Segovia General, 8	Fecha	04/05/2026
Soporte	Prensa Escrita	País	España
Circulación	3159	V. Comunicación	5 276 EUR (6,185 USD)
Difusión	2652	Tamaño	244,21 cm² (40,0%)
Audiencia	10 000	V.Publicitario	1546 EUR (1813 USD)

Dossier de prensa unacc

Caja Rural de Segovia, principal colaborador de los Premios FES

El acuerdo **refuerza la colaboración entre la fundación y la asociación empresarial** y consolida el respaldo a una de las citas sociales y del sector más relevantes de la provincia

EL ADELANTADO
SEGOVIA

La Federación Empresarial Segoviana (FES) y la Fundación Caja Rural de Segovia han suscrito un acuerdo de colaboración para la celebración de los Premios Empresario Segoviano del Año correspondientes a los años 2026 y 2027, una de las citas de referencia para el reconocimiento del esfuerzo, la trayectoria y la contribución del tejido empresarial al desarrollo económico y social de la provincia. El convenio fue firmado por el presidente de la FES, Andrés Ortega García, y por el presidente de la Fundación Caja Rural de Segovia, Ángel Luis Llorente de Frutos, junto al director adjunto de CajaViva Caja Rural, José María Chaparro. A través de este acuerdo, la Fundación Caja Rural de Segovia se incorpora como colaborador principal de los Premios FES y Empresario Segoviano del Año, reforzando así su compromiso con las empresas, los autónomos y los emprendedores de la provincia.



Firma del convenio entre la Fundación Caja Rural de Segovia y la FES. FES

IMPORTANCIA DEL CONVENIO

El acuerdo contempla la colaboración en las dos próximas ediciones de estos galardones, que se celebrarán en los años 2026 y 2027, en fechas próximas aún por detallar. Con ello se contribuye a apoyar la organización y difusión de esta jornada de entrega de galardones y que además se enmarca en el 50 aniversario de la Federación.

Desde la FES, su presidente Andrés Ortega, subraya la importancia de este convenio, que supone un respaldo destacado a una iniciativa que permite visibilizar el papel esencial de las empresas en la generación de empleo, riqueza, innovación y oportunidades en Segovia.

Los Premios FES constituyen, además, un espacio de encuentro del conjunto de la sociedad segoviana con su tejido productivo, poniendo en valor historias empresariales que contribuyen al progreso de la provincia.

La Federación Empresarial Segoviana recuerda que su objetivo fundacional es la representación, coordinación, gestión, fomento y defensa de los intereses empresariales de la provincia, así como la promoción del desarrollo económico y social de Segovia. En este marco, la colaboración con entidades comprometidas con el territorio, como la Fundación Caja Rural de Segovia, resulta fundamental para impulsar proyectos que refuercen el reconocimiento social de la empresa.

Por su parte, la Fundación Caja Rural de Segovia mantiene una intensa actividad de apoyo a iniciativas sociales, culturales y solidarias en la provincia, así como a eventos que contribuyen a dinamizar la vida económica y social del territorio.

Con la firma de este convenio, escenificada este jueves, FES y Fundación Caja Rural de Segovia consolidan una alianza basada en la colaboración, el compromiso con Segovia y el reconocimiento al esfuerzo de quienes, desde la actividad empresarial, contribuyen cada día al crecimiento y al futuro de la provincia.

La Tribuna CUENCA

Publicación	La Tribuna de Cuenca General, 4	Fecha	04/05/2026
Soporte	Prensa Escrita	País	España
Circulación	757	V. Comunicación	3 276 EUR (3,840 USD)
Difusión	555	Tamaño	750,18 cm² (69,8%)
Audiencia	6000	V.Publicitario	1004 EUR (1177 USD)

Dossier de prensa unacc

Las cooperativas de crédito copan un tercio de la cuota de mercado

El Banco de España estima que estas entidades alcanzan en territorio conquense el 34,3% de la financiación, el sexto porcentaje más elevado en toda la nación, donde manda Soria, y el más alto de Castilla-La Mancha

MIGUEL A. RAMÓN / CUENCA

Las cooperativas de créditos representan un papel fundamental en el desarrollo de las zonas con menor densidad de población, donde el sector agropecuario y el comercio tienen un peso relevante en su economía, tal y como pone de manifiesto el Banco de España en su última Memoria de Supervisión correspondiente al ejercicio 2025.

Cuenca, por lo tanto, no solo está dentro del perfil mencionado, sino que, además, ocupa un lugar destacado a nivel nacional. Y es que las cooperativas de crédito, como puede ser Globalcaja, tienen un peso significativo en la economía conquense. Su cuota de mercado en términos de crédito dispuesto alcanza el 34,3%, la sexta más alta del país y casi 25 puntos por encima de la media nacional, que se sitúa en el 9,6%, siempre según la citada memoria del Banco de España.

Por encima de Cuenca, se sitúa Soria, que lidera el ranking nacional con una cuota de mercado del 54,4%, seguida de las provincias de Zamora, con el 51,7%; Teruel, con el 36,2%; Almería, con el 35,8%; y Navarra, con el 35,7%.

Cuenca, por su parte, lidera el ranking autonómico, hasta el punto de superar en casi diez puntos la media regional, que se sitúa en el 24,4% de cuota de mercado de crédito dispuesto. De hecho, Albacete es la provincia castellano-manchega que más se acerca con un 32,9% de cuota de mercado. Por debajo, se encuentran Ciudad Real, con un 28,6%; Toledo, con un 20%; y Guadalajara, en último lugar, con un 9,9%.

VALORACIÓN. Para Eliseo Quejigo, el director territorial Globalcaja Cuenca, el mayor peso de su entidad en la economía conquense responde, sobre todo, «a la presencia que tenemos en prácticamente todas las poblaciones». Y es que, según subraya a *La Tribuna*, «tenemos un centenar de oficinas por toda la provincia y atendemos al 80% de la población conquense, lo que, al fin y al cabo, estamos haciendo es generar riqueza, al tiempo que también apoyamos la labor social, llevando a los pueblos cultura y deporte; algo que, de no ser así, en muchos casos no podría llegar».



Cedro

Interior de la oficina principal de Globalcaja en la capital conquense, una de las cooperativas de crédito que operan en la provincia. / REYES MARTÍNEZ

CUOTA DE MERCADO DE CRÉDITO DE LAS COOPERATIVAS

Año 2025 **FUENTE:** Banco de España

1. Soria	54,4%
2. Zamora	51,7%
3. Teruel	36,2%
4. Almería	35,8%
5. Navarra	35,7%
6. CUENCA	**34,3%**
7. Albacete	32,9%
8. Álava	29%
9. Ciudad Real	28,6%
10. Valladolid	26,5%
11. Guipúzcoa	26,2%
12. Jaén	23,3%
13. Asturias	23%
14. Granada	22,5%
15. Burgos	22,2%
16. La Rioja	22,2%
17. Murcia	21,1%

DECLARACIONES



ELISEO QUEJIGO
GLOBALCAJA CUENCA

«El sector agrícola y ganadero confía en nosotros, porque entendemos al campo y estamos cerca de ellos»

El Banco de España también pone el foco en el papel esencial que juegan las cooperativas de créditos para pymes y autónomos. Basta con echar un vistazo a la significativa contribución que hacen a la financiación de este segmento en la provincia de Cuenca, donde alcanzan el 44,3% de la cuota de mercado del crédito dispuesto. Un porcentaje que se eleva al 64,9% en el caso de los trabajadores autónomos, mientras que en España es del 28%.

Desde el punto de vista sectorial, estas entidades son cruciales para determinados sectores de actividad, entre los que destaca el agropecuario, en el que son líderes a nivel nacional con una cuota del 35% del mercado de crédito. Le siguen sectores como comercio (11,5%) e industria manufacturera (10,8%).

Las cooperativas de crédito, además, tienen mayor contribución al sector agropecuario en el caso de los autónomos, situándose como líderes en agricultura, ganadería, silvicultura y pesca, con el 47,2% del crédito. Algo que a nivel provincial no solo se replica, sino que se supera.

Algo que para el director territorial de Globalcaja Cuenca responde al hecho de que «el sector agrícola y ganadero confía en nosotros, porque entendemos al campo y estamos cerca de ellos, acompañándoles y dándoles soluciones a sus problemas».

De ahí que no dude en asegurar que las perspectivas son «buenas» y se muestra convencido de que «van a seguir así». Y es que, según subraya, «no solo no hemos cerrado ninguna oficina en ninguna población rural, sino que hemos abierto algunas en los últimos tiempos». En definitiva, las cooperativas de crédito tienen mucho que ofrecer y contribuir a la economía provincial.

La Tribuna CUENCA

Publicación	La Tribuna de Cuenca General, 3	Fecha	04/05/2026
Soporte	Prensa Escrita	País	España
Circulación	757	V. Comunicación	1 318 EUR (1,545 USD)
Difusión	555	Tamaño	195,50 cm² (18,2%)
Audiencia	6000	V.Publicitario	404 EUR (474 USD)

Dossier de prensa unacc

redaccion.cuenca@diariolatribuna.com



GLOBALCAJA

Cedro

Globalcaja y el Colegio de la Abogacía impulsan la formación jurídica

La Fundación Globalcaja y el Colegio de la Abogacía suscribieron un convenio destinado al desarrollo de un programa formativo especializado para letrados sobre la defensa y el asesoramiento jurídico a colectivos vulnerables, que se llevará a cabo este año. El acuerdo fue formalizado por Eliseo Quejigo, en representación de Globalcaja, y el presidente del Colegio de la Abogacía, Ismael Cardo, en el marco de una colaboración que nace con el objetivo de reforzar la formación profesional continua y especializada de la abogacía conquense.

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

© unacc 2026. Todos los derechos reservados