Resumen de prensa

viernes, 08 de mayo de 2026



ÍNDICE

#	Medio	Titular	Fecha	
3	Expansión	Los analistas temen que la guerra en Irán se enquiste y mute en crisis macrofinanciera	08/05/2026	24
4	Expansión	El BCE solo pospondrá un alza de tipos en junio si hay descalabro económico	08/05/2026	18
5	Expansión	La banca europea y el 'friendshoring'	08/05/2026	22
6	Expansión	El crédito promotor y la crisis de la vivienda	08/05/2026	46
7	Cinco Días	Los bancos se ponen como objetivo ejecutar un fuerte recorte de costes este año	08/05/2026	3
8	Expansión	Bankinter prevé captar 1.000 millones en activos alternativos al año	08/05/2026	16
9	Expansión	Sabadell repetirá el beneficio de 2025 a pesar de haber vendido TSB	08/05/2026	15
10	Expansión	Cajamar reelige a Manuel Yebra como consejero	08/05/2026	18
11	ABC Toledo	El 95% de los proyectos de IA fracasan y solo el 21% pasa la fase piloto	08/05/2026	8
12	Las Provincias	Segorbe reivindica el ritual del almuerzo con su segunda Ruta	08/05/2026	7
13	La Nueva España	Un «horizonte valiente» pone a Gijón en el mapa	08/05/2026	6
14	Diario de Avisos	El comercio canario refleja una "clara tendencia de desaceleración" en su ritmo	08/05/2026	12
15	La Provincia	El comercio isleño modera su crecimiento en el primer trimestre	08/05/2026	25
16	El Norte de Castilla	La llegada de otra sucursal a la antigua Galerías Aspa consolida Miguel Íscar como eje financiero	08/05/2026	8
17	El Norte de Castilla	" "	08/05/2026	9
18	Diario de Navarra	En busca del talento joven en Navarra	08/05/2026	24
19	Ideal Granada	El vestuario de la cantante Teresa Berganza 'resuena' en la Sala Zaida	08/05/2026	43
20	Diario Jaén	"Sostienen el funcionamiento de la sociedad"	08/05/2026	11
21	La Mañana	CaixaGuissona tanca el 2025 amb un benefici de 19,3 milions	08/05/2026	19
22	La Tribuna de Ciudad Real	Paula y el sueño de ser astronauta	08/05/2026	24
23	La Tribuna de Ciudad Real	Inteligencia Artificial y negocios, las claves para empresas de la 'Digital Summit' de Eurocaja Rural	08/05/2026	3
24	El Día de Soria	La Mesa de la Trufa marca el camino hacia la IGP en un momento «clave» para Soria	08/05/2026	32
25	El Día de Soria	La colaboración institucional, clave para el desarrollo	08/05/2026	19
26	Segre	CaixaGuissona cierra 2025 con un beneficio de 19,3 millones de euros	08/05/2026	26

Expansión

Publicación	Expansión General, 24	Fecha	08/05/2026
Soporte	Prensa Escrita	País	España
Circulación	37 999	V. Comunicación	56 297 EUR (66,210 USD)
Difusión	28 798	Tamaño	331,81 cm² (53,2%)
Audiencia	114 000	V.Publicitario	13 212 EUR (15 539 USD)

Dossier de prensa unacc

Los analistas temen que la guerra en Irán se enquiste y mute en crisis macrofinanciera

CONFLICTO EN ORIENTE PRÓXIMO/ Los economistas advierten de que, tras el impacto sobre energía, crecimiento e inflación, el principal canal de propagación de la crisis en Oriente Próximo es el financiero con un endurecimiento del acceso a crédito.

Juande Portillo. Madrid

Mientras persiste la incertidumbre en torno a un posible acuerdo entre EEUU e Irán, la Comisión Europea ya ha advertido de que el conflicto en Oriente Próximo, que ha dejado bloqueado el estrecho de Ormuz y por ende el paso del 20% del crudo y el gas mundial, nos acerca a "la crisis energética más grave de la historia". A falta de ver si hay nuevos pasos hacia la pacificación de la región, la situación ha provocado una nueva escalada de los precios y amenaza con lastrar el crecimiento económico mundial, mientras los analistas comienzan a advertir de nuevos riesgos en el horizonte. Si el conflicto se enquista, alertan, pronto podría derivar en una crisis macrofinanciera, que comience a cerrar el grifo del crédito.

Así lo reflejan las conclusiones del *Pulso Económico Trimestral* de EY Insights en su edición de primavera de 2026, a la que ha tenido acceso EXPANSIÓN, que recoge las consideraciones realizadas por los responsables de una quincena de las principales casas de análisis del país, incluyendo los de Funcas, Fedea, el Círculo de Empresarios, la Empresa Familiar, CEOE, la banca (BBVA Research, Santander, CaixaBank o Singular Bank), firmas como Arcano Partners, escuelas de negocio (Esade o el IE Business School), e instituciones como CEPS.

"Nos encontramos ante un *shock* de oferta moderado que se traslada principalmente a precios, mientras que el crecimiento del PIB español mantiene una notable resiliencia. A pesar del aumento esperado de la inflación, los expertos descartan un deterioro significativo del escenario macroeconómico o una alteración sustancial del rumbo de la política monetaria en 2026", resumen a Juan Pablo Riesgo, socio responsable de EY Insights y coordinador del Pulso Económico Trimestral. A partir de ahí, Riesgo advierte de que los analistas "opinan de forma mayoritaria que, ante una escalada o prolongación excesiva del conflicto, existe una probabilidad intermedia de que se materialicen *shocks* macrofinancieros, mediante un endurecimiento de las condiciones financieras y de acceso a financiación en los mercados de intermediación no bancaria".

El conflicto en Irán y los aranceles de EEUU encabezan los factores de riesgo para el crecimiento

Este riesgo ya fue advertido por el Fondo Monetario Internacional (FMI) en su último informe sobre la situación financiera global, emitido hace unas semanas, en el que subrayaba que "la guerra en Oriente Medio pone a prueba la estabilidad financiera mundial". "Las condiciones financieras se han endurecido desde el inicio del conflicto", reconocía el documento, que en todo caso asumía que la situación "sigue estando muy lejos de los niveles de tensión observados durante episodios anteriores de turbulencias mundiales". Sin embargo, avisa el FMI, "los principales riesgos para la estabilidad financiera no provienen del *shock* inicial, sino en los canales de amplificación que podrían convertir la volatilidad del mercado y las ventas masivas en tensiones más agudas". Así, alerta, "el elevado apalancamiento en algunos segmentos del sector financiero no bancario, la mayor concentración en los mercados de valores y los diferenciales crediticios históricamente reducidos aumentan el riesgo de que se produzcan ventas forzadas repentinas y tensiones súbitas de liquidez". Más allá, el organismo que dirige Kristalina Georgieva apunta a que "cuanto más se prolongue la guerra, más dañinos serán sus efectos sobre el crecimiento económico y los mercados laborales".

La fragmentación política queda desplazada como gran preocupación de los analistas

En este sentido, tres de cada cuatro analistas consultados por EY estiman que la guerra arrebatará entre dos y cuatro décimas al crecimiento del PIB español de este año, en línea con la estimaciones preliminares del Gobierno, que de momento mantiene la previsión del 2,2% pero ya ha elevado un punto la previsión de inflación anual, al 3,1%.

De momento, Funcas, la fundación de las antiguas cajas de ahorro, apuesta por una crisis transitoria y se limita a rebajar en dos décimas su estimación de crecimiento, al 2,2%. En el mismo marco se mueven el resto de casas de análisis consultadas por EY, que apuntan mayoritariamente a un crecimiento de entre el 2% y el 2,5% para la economía española este año, a la espera de que se disipe la incertidumbre. Un tercio de ellos estima, además, que la inflación media anual se elevará hasta en ocho décimas respecto a los niveles previos al estallido del conflicto. En consecuencia, nueve de cada 10 economistas consultados esperan que los tipos de interés se eleven de dos a seis décimas a lo largo del ejercicio. Al ser Ormuz también un paso clave para los fertilizantes, la ONU ha comenzado a alertar del riesgo de mutación en crisis alimentaria.

a situación geopolítica se sitúa ya como el principal factor de riesgo para la economía española, seguido de la batalla arancelaria emprendida por Donald Trump a su regreso a la Casa Blanca (y endurecida recientemente con una nueva tarifa del 25% a los automóviles), según el Pulso. Ambos elementos han desplazado al tercer puesto la preocupación por la fragmentación política y la debilidad del Gobierno, que llevaba meses a la cabeza.

Editorial / Página 2



Ignacio de la Torre, socio y economista jefe de Arcano.



Judith Arnal, senior research Fellow en CEPS.



Rafael Doménech, economista jefe de BBVA Research España.



Raymond Torres, director de coyuntura y análisis de Funcas.



Alicia Coronil, economista jefe de Singular Bank.



Christian Chase, economista jefe del Círculo de Empresarios.

Expansión

Publicación	Expansión General, 18	Fecha	08/05/2026
Soporte	Prensa Escrita	País	España
Circulación	37 999	V. Comunicación	49 453 EUR (58,161 USD)
Difusión	28 798	Tamaño	293,83 cm² (47,1%)
Audiencia	114 000	V.Publicitario	12 173 EUR (14 317 USD)

Dossier de prensa unacc

El BCE solo pospondrá un alza de tipos en junio si hay descalabro económico

DESAPARECE LA EXPECTATIVA DE UN RÁPIDO DESENLACE DEL CONFLICTO/ Si la crisis energética restringe la producción, el crecimiento sufrirá un severo varapalo que contendría por sí solo la inflación en Europa.

Andrés Stumpf. Bruselas

El Banco Central Europeo (BCE) recopila datos. Es la tarea en la que se ha embarcado en estas cinco semanas que lo separan de la cumbre de junio, una reunión en la que todo apunta a que la autoridad monetaria subirá los tipos de interés en 25 puntos básicos, hasta el 2,25%.

La plantilla del banco central y la de las autoridades nacionales trabajan para que los miembros del Consejo de Gobierno puedan tomar una decisión informada respecto a la extremadamente volátil y delicada situación de crisis energética derivada de la guerra en Irán. Sin embargo, pese a que los banqueros centrales europeos recuerdan que la esperada subida de tipos no está grabada en piedra, lo cierto es que en el órgano de decisión de la institución que dirige Christine Lagarde ha calado la idea de que será necesario elevar el precio del dinero.

Así señalan a EXPANSIÓN diferentes fuentes conocedoras de las conversaciones que mantienen los banqueros centrales europeos, que expresan que, si bien a día de hoy no se puede afirmar con rotundidad que exista unanimidad para endurecer las tasas, sí se detecta un claro consenso para ejecutar este movimiento. Las decisiones seguirán tomándose reunión a reunión y con el freno de mano cerca para evitar lastrar en exceso a la economía, pero la premisa es que no habrá una única subida de tipos.

Solo una situación tremendamente adversa para el crecimiento económico puede evitar ese movimiento, apuntan estas mismas fuentes. Aunque la idea con la que trabaja el banco central es la de que el conflicto en Oriente Próximo no llevará a la zona euro a una recesión, no está completamente descartado que puedan emerger escenarios fatídicos, un contexto en el que subir los tipos de interés sería contraproducente.



Efe

Sede del Banco Central Europeo (BCE) en Fráncfort, Alemania.

Recortes en la producción

Uno de los escenarios fatídicos que se contemplan es el que da paso a una situación de escasez en la energía. Por el momento, el *shock* del cierre del estrecho de Ormuz ha afectado a Europa por un encarecimiento de los precios en mercado de los combustibles, pero el abastecimiento se mantiene en niveles correctos. Si esa situación cambiara, una reducción del suministro de energía global podría dar lugar a recortes en la producción industrial y de las fábricas.

Desde el BCE se considera que para junio podría haber señales de si el conflicto puede ocasionar o no este tipo de perturbaciones económicas con Asia, más expuesta a Oriente Próximo, como el canario en la mina. El argumento es que el debilitamiento tan severo de la economía que se produciría a raíz de los recortes de producción –y los potenciales ajustes de empleo– se encargaría por sí solo de reducir las presiones inflacionarias, haciendo innecesario o incluso contraproducente un endurecimiento de la política monetaria.

Si la crisis energética restringe la producción, el crecimiento sufrirá un severo varapalo

Las proyecciones macroeconómicas elaboradas en marzo reflejaban, por la fecha de corte de la recogida de los datos, un mayor impacto en el ámbito de la inflación que en el crecimiento por la crisis actual. Esto se debe a que los precios de la energía se trasladan muy rápido a la inflación general mientras que el golpe al PIB solo se observa con el tiempo.

Para junio, las nuevas proyecciones del BCE recogerán una visión mucho más certera de la situación y arrojarán luz sobre los potenciales efectos en la economía que ya se hayan detectado.

La otra opción para no encarecer el precio del dinero, una rápida resolución del conflicto con una vuelta a la normalidad de los precios de la energía, cada vez se aleja más de la mente de los miembros del Consejo de Gobierno del BCE.

Numerosos integrantes de la política monetaria europea, entre ellos la presidenta Christine Lagarde, han señalado que los daños ocasionados por la guerra a las infraestructuras energéticas podrían tardar años en recuperarse, además de que la volatilidad geopolítica en la zona hace que surjan las dudas pese a los cacareados acercamientos entre los cuerpos diplomáticos.

De esta forma, por más que normalmente los inversores reaccionen con ventas cuando la política monetaria se endurece, la percepción general en Fráncfort es que la respuesta más positiva para la economía y los mercados sería una subida de los tipos de interés controlada y progresiva por parte del BCE en respuesta a una inflación que se mantendría relativamente bajo control.

Guindos pide más integración financiera en la UE

La integración de los mercados es crucial para la prosperidad, la estabilidad y la competitividad de la UE y, si bien ha mejorado desde finales de 2022, el Banco Central Europeo (BCE) ve que no ha desbloqueado todo su potencial. "En esta era de fragmentación geopolítica, cambios tecnológicos e incertidumbre económica, garantizar que el sistema financiero de la UE sea sólido no es solo un imperativo económico, sino una necesidad", señaló el vicepresidente del BCE, Luis de Guindos,

Expansión

Publicación	Expansión General, 22	Fecha	08/05/2026
Soporte	Prensa Escrita	País	España
Circulación	37 999	V. Comunicación	28 153 EUR (33,110 USD)
Difusión	28 798	Tamaño	129,21 cm² (20,7%)
Audiencia	114 000	V.Publicitario	6930 EUR (8150 USD)

Dossier de prensa unacc

FT FINANCIAL TIMES

LEX COLUMN

La banca europea y el 'friendshoring'

La guerra, los aranceles y la pandemia han enseñado a las empresas la importancia de gestionar sus cadenas de suministro físicas teniendo siempre presente la posibilidad de interrupciones. Los principales banqueros europeos afirman, con la mirada de esperanza puesta en sus propios beneficios, que las empresas pronto prestarán la misma atención a sus proveedores financieros.

Christian Sewing, CEO de Deutsche Bank, es uno de ellos. La semana pasada aseguró a los inversores que "a los clientes de todo el mundo les gustaría contar con un banco europeo en la mesa", lo que representa una oportunidad para la entidad que dirige. El consejero delegado de Barclays, CS Venkatakrishnan, y el CEO de UBS, Sergio Ermotti, han planteado ideas similares. La noción de que las empresas no quieran depender exclusivamente del Tío Sam no es nueva, pero cobra mayor sentido a medida que aumentan las tensiones entre Bruselas y Washington.

Tendencias como el *reshoring* (repatriación industrial) o el *friendshoring* (deslocalización entre aliados), ya habituales en el sector manufacturero, no deberían aplicarse a la banca. Los servicios no están sujetos a aranceles; los préstamos no tienen por qué pasar por el estrecho de Ormuz. Pero la pandemia del coronavirus demostró que, en tiempos difíciles, los bancos internacionales sufren presiones para centrarse en sus mercados principales. Las recientes tensiones geopolíticas suscitan preocupaciones legítimas sobre la posible dificultad para obtener servicios estadounidenses si las relaciones se deterioran.

Entidades como Deutsche Bank y Santander también podrían ver una oportunidad para aumentar su cuota de mercado gracias a las necesidades de financiación en rápido crecimiento de Europa, donde cuentan con una ventaja competitiva. Según el Banco Central Europeo, el continente necesita 1,2 billones de euros en inversión anual adicional entre 2025 y 2031 para alcanzar sus objetivos en materia de energías renovables, defensa y tecnología.



Efe

Christian Sewing, consejero delegado de Deutsche Bank.

Si bien varios bancos desean posicionarse como "campeones europeos", existen pocas pruebas de que las entidades europeas estén ganando terreno como resultado de estas tendencias generales. El negocio de renta fija de Deutsche Bank ha ganado cuota de mercado en los últimos años, pero también se está recuperando tras años de reestructuración.

Quizás se deba simplemente a que, en comparación con sus primos estadounidenses, los bancos europeos no son tan buenos a la hora de promocionarse. Analistas de Keefe, Bruyette & Woods sugieren que no han mostrado la misma actividad a la hora de definir sus compromisos de préstamo a largo plazo como a principios de la década de 2020, cuando el foco se ponía en la energía verde. En cambio, JPMorgan Chase anunció el mes pasado que extendería su "iniciativa de seguridad y resiliencia", un plan a 10 años diseñado para facilitar la financiación a empresas de sectores críticos, a compañías europeas.

Por lo tanto, los bancos locales no pueden depender únicamente de la política para aumentar su cuota de mercado. Si bien a los ejecutivos les puede gustar la idea de diversificar sus relaciones bancarias, a la hora de la verdad, si necesitan un préstamo y JPMorgan aparece ofreciendo condiciones más favorables, el mejor aliado de la empresa será quien les ofrezca el mejor trato.

Expansión

Publicación	Expansión General, 46	Fecha	08/05/2026
Soporte	Prensa Escrita	País	España
Circulación	37 999	V. Comunicación	34 647 EUR (40,748 USD)
Difusión	28 798	Tamaño	248,50 cm² (39,9%)
Audiencia	114 000	V.Publicitario	10 785 EUR (12 684 USD)

Dossier de prensa unacc

El crédito promotor y la crisis de la vivienda

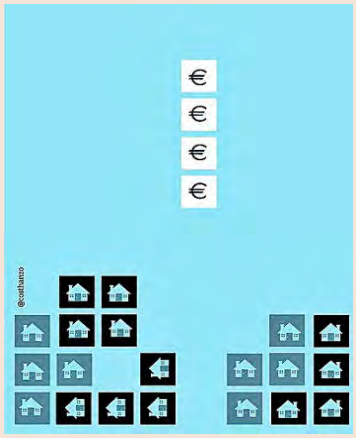


Antonio Carrascosa

La escasez y carestía de la vivienda se ha convertido en el principal problema de los ciudadanos en España, según el último barómetro elaborado por el Centro de Investigaciones Sociológicas. La mayoría de los expertos coinciden en que la causa principal de dicho problema está en la oferta: la construcción anual de viviendas cubre menos del 50% de los nuevos hogares españoles (a lo que habría que añadir la demanda de no residentes).

El saldo vivo de crédito promotor y crédito a la construcción se sitúa, según BBVA Research, alrededor de un 80% por debajo del máximo alcanzado en 2008. La cuestión es determinar si hay un problema de oferta o de demanda de crédito.

Tras los destrozos ocasionados por la sobrexposición de la banca española al sector de promoción inmobiliaria hasta 2012, el préstamo promotor es, en la actualidad, una actividad relativamente segura para los bancos: cuenta con garantía hipotecaria sobre el suelo y las edificaciones; no se financia la compra del suelo; se aplica una ratio "importe del préstamo sobre el valor total de la promoción inmobiliaria" en el entorno del 65% (sin considerar las subrogaciones), lo que exige la aportación de recursos propios por los promotores; se suele exigir la disposición del préstamo por certificaciones de obra acreditando ventas realizadas; y el tramo de préstamo tras la presentación de certificaciones puede quedar pignorado en garantía de las líneas de avales y *confirming* que los bancos suelen conceder a los promotores.



Un desincentivo a la concesión de crédito promotor es la desaparición, desde la Ley 5/2019, de la subrogación directa de los compradores en el crédito promotor concedido para el desarrollo de la promoción. Aunque la medida tiene su lógica desde el punto de vista de la protección al consumidor, los bancos tenían un incentivo muy fuerte en esa subrogación (captación de nuevos clientes) para conceder el crédito promotor. Un desincentivo adicional a dicha subrogación es que, antes del cambio introducido por el Real Decreto-ley 17/2018, el comprador para constituir hipoteca en otro banco debía pagar el impuesto de actos jurídicos documentarios, mientras que ahora lo paga el banco.

Se suele criticar el hecho de que los bancos no financien la adquisición de suelo. Antes de discutir este tema, hay que recordar que incluso financiando la compra de suelo no se resolvería la escasez de suelo finalista y, por tanto, la insuficiente oferta de vivienda. Hay un factor que explica la falta de financiación de suelo: el riesgo de estas operaciones es muy alto porque las promociones inmobiliarias avanzan muy lentamente. Desde la elaboración del Plan General de Ordenación Urbana y el planeamiento específico hasta la finalización de la construcción de las viviendas, pueden transcurrir unos 10 ó 12 años. Esto se debe a la superposición de normas, relativas a vivienda, medio ambiente y patrimonio, así como a los obstáculos a la construcción que mencionaremos más adelante.

Considerando la regulación bancaria, los préstamos destinados a la adquisición y promoción de terrenos tienen un tratamiento más penalizador, en consumo de recursos propios, que el de un préstamo corporativo ordinario (incluyendo la financiación de construcción de viviendas).

La financiación de la vivienda industrializada

La vivienda industrializada puede mitigar algunos de los problemas que tiene la construcción de vivienda: la escasez de mano de obra cualificada y mayores costes salariales, así como la escasa productividad de la construcción de viviendas (según BBVA Research, un 25% por debajo de la productividad media de la economía).

El problema básico de la financiación bancaria de esta modalidad de construcción está en las dificultades para prestar una garantía hipotecaria en dicha financiación, ya que este tipo de viviendas no se considera en todo momento un inmueble; es decir, aquel que cumpla el Código Técnico de la Edificación, con proyecto visado y licencia; que tenga contratado el seguro decenal (que cubre defectos estructurales durante diez años); y que sea inscribible en el Registro de la Propiedad. Esto significa que si la financiación se concede cuando las viviendas están ancladas, terminadas e inscritas, no se producirían los desembolsos de la financiación a medida que se ejecuta la promoción, es decir, no habría financiación de la parte de la obra fabricada en taller, que es muy relevante con respecto al precio final de la vivienda.

La legislación concursal tampoco favorece esta financiación, ya que, si el fabricante de esos materiales entra en concurso, los elementos que no hayan sido pagados totalmente entrarían en la masa concursal y el banco no tendría una garantía real sobre dichos elementos. En una obra tradicional, un impago del promotor o constructor puede acabar en la adjudicación de la obra al banco.

¿Qué significa que no haya una garantía real en la financiación de una promoción de viviendas industrializadas? Pues que el banco tiene que considerar que la pérdida en caso de impago es mayor, lo que aumenta la pérdida esperada de ese préstamo y, por tanto, lo encarece de manera significativa (consume más capital). Esto quiere decir que si el prestatario no aporta una garantía real que no sea la promoción objeto de la financiación, ésta no se concederá y, si se aprobara como crédito personal, sería más onerosa. Lo mismo ocurriría si el promotor solicita al banco líneas de circulante o avales.

La crisis aguda de vivienda que padece España no se explica por fallos en la financiación a la construcción y promoción inmobiliaria. Hay que buscar las explicaciones en otros factores: la producción lenta e insuficiente de suelo finalista (que viene explicada, entre otros factores, por las restricciones al uso del suelo y por los excesivos y dispersos requerimientos administrativos a la edificabilidad y rehabilitación); la escasez de mano de obra cualificada y mayores costes salariales; el encarecimiento de los materiales de construcción; la saturación de la red de distribución eléctrica; el escaso desarrollo de la vivienda industrializada; la elevada carga impositiva; y una significativa inseguridad jurídica en la promoción inmobiliaria. La consecuencia de todos estos factores es una oferta insuficiente para cubrir la creciente demanda de vivienda.

Profesor del Máster de Banca y Regulación Financiera de la Universidad de Navarra

CincoDías

Publicación	Cinco Días General, 3	Fecha	08/05/2026
Soporte	Prensa Escrita	País	España
Circulación	20 000	V. Comunicación	45 055 EUR (52,989 USD)
Difusión	18 000	Tamaño	325,00 cm² (52,0%)
Audiencia	60 000	V.Publicitario	8464 EUR (9954 USD)

Dossier de prensa unacc

Los bancos se ponen como objetivo ejecutar un fuerte recorte de costes este año

Las entidades abordan la inteligencia artificial como una palanca clave, así como la gestión de los depósitos ▸ Preocupan los efectos que pueda tener la elevada competencia en materia hipotecaria

ÁLVARO BAYÓN
MADRID

El año 2026 será el ejercicio en el que los bancos den una vuelta de tuerca a su base de costes. Un aspecto donde cobra especial relevancia la adopción de la inteligencia artificial, el principal reto de esta era. Junto a ella destacan otras medidas, como la contención en el coste de los depósitos o la gestión del balance, con iniciativas como el incremento del ritmo de titulizaciones. Así lo prevé la consultora Oliver Wyman, una firma que trabaja de cerca con los principales bancos españoles, en un informe elaborado tras sondear a los directores financieros de las grandes entidades.

"La clave para los bancos está en fomentar una cultura de control de costes mediante el enfoque en acciones transversales y el desarrollo de plataformas más eficientes para mejorar la eficiencia operativa", explica Javier García, socio de finanzas y riesgos de Oliver Wyman Iberia.

Un panorama en el que utilizar soluciones de inteligencia artificial tendrá un papel clave y será responsabilidad de los directores financieros de los bancos que genere resultados. García apunta a que las entidades han puesto el foco en adoptar soluciones de esta tecnología, con el objetivo de generar valor y reducir costes. Un ejemplo de ello es el plan estratégico publicado por el Santander hace pocos meses. En esta hoja de ruta, la entidad contemplaba generar 1.000 millones de negocio a través de esta tecnología en tres años, de modo que 300 millones vengan por el lado de los ingresos y 700 millones en reducción de costes.

En concreto, el banco que preside Ana Botín trabaja en dos líneas. Una es el uso defensivo de esta tecnología, centrado en desarrollo de *software*, *contact centers* y el rediseño de procesos, con el objetivo de proteger los márgenes e impulsar la eficiencia. El otro es ofensivo y se orienta a usar la IA para impulsar el negocio; en concreto, todo lo relacionado con la personalización de las finanzas y hacer ofertas ajustadas a cada cliente. De este modo, la entidad ya trabaja para lanzar sus primeros agentes en la *app* y en los *contact centers*.

Otros bancos también están trabajando en esta línea. De hecho, CaixaBank, BBVA o Bankinter ya han lanzado sus propios agentes conversacionales para asistir a sus clientes. Entre las áreas de prioridad para las entidades bancarias está la gestión de los datos, la automatización en la elaboración de informes regulatorios, la planificación de capital y los test de estrés y la gestión de la liquidez. Estas iniciativas mejorarán la eficiencia del Santander en un punto porcentual. La contención de gastos es uno de los principales retos que se ha impuesto la entidad para los próximos años.



Sucursal del Banco Santander en Madrid.
PABLO MONGE

Coste de depósitos

Pese a que en este tiempo la entidad integrará el banco británico TSB y el estadounidense Webster, espera que los gastos pasen de los 28.500 millones con los que cerró 2025 a caer por debajo de los 27.000 millones, un 5% menos. De esta cifra, planea invertir entre 3.500 millones y 4.500 millones, mientras que espera lograr eficiencias gracias a la aplicación del plan One Transformation de entre 4.000 millones y 5.000 millones, 400 millones de libras en sinergias por la adquisición de TSB y 800 millones de dólares por el estadounidense Webster. Otro de los elementos clave para el ejercicio es la contención en el coste de los depósitos, pese a la presión al alza que ejercerán las subidas previstas en los tipos de interés que realizará en los próximos meses el Banco Central Europeo. Esto amenaza con aguar las previstas mejoras en los márgenes de interés.

Entre las prioridades de los bancos, Oliver Wyman incluye la gestión del balance

El fin es cumplir los requisitos mínimos de capital y preservar los altos dividendos

Entre las iniciativas en las que están inmersos los bancos, García sitúa mejorar el análisis de los depósitos, optimizar las decisiones comerciales y fortalecer la modelización de tesorería.

A ello le favorece una competencia en el pasivo bancario más baja en España que en Europa, con tipos por debajo de la media europea, sobre todo en depósitos a la vista.

Todo ello permitirá a los bancos, por un lado, mejorar su desempeño comercial, con diversas iniciativas destinadas a adaptar la oferta de depósitos a cada tipo de clientes, así como analizar qué pasaría en diversos escenarios de futuro. La consultora calcula que esto puede mejorar el margen de interés de las entidades entre cinco y diez puntos básicos. También contribuirá en la estabilización de esta magnitud un análisis de la liquidez reforzado.

Este escenario tiene un envés, la elevada competencia en el mercado hipotecario. "España tiene los tipos hipotecarios más bajos en la zona euro después de Malta, en base al índice paneuropeo que lo mide [el llamado *cost of borrowing for households for house purchase*] elaborado por el BCE, y los menores para hipotecas a tipo fijo", apunta García.

Venta cruzada

Esta alta competencia en hipotecas ha encendido las alarmas en el sector. El problema –tal y como lo denuncian algunas voces– es que el precio al que se están comerciando las hipotecas es tan bajo que incluso es inferior a los tipos del mercado interbancario o los bonos soberanos.

Esto se compensa con la venta cruzada de otros productos, pero también abre el interrogante de si un alza consistente del coste de los depósitos puede dañar la rentabilidad de estas carteras hipotecarias, mayoritariamente de tipo fijo.

Entre las prioridades de los bancos, Oliver Wyman también considera la gestión del balance, para elevar la generación de capital. Se busca fomentar una cultura centrada en el capital, establecer objetivos claros y utilizar titulizaciones y una mejor gestión de los activos ponderados por riesgo.

Con estas palancas, esperan poder cumplir con los requisitos mínimos de capital con los reguladores, al tiempo que mantienen sus atractivas políticas de retribución a los accionistas.

Expansión

Publicación	Expansión General, 16	Fecha	08/05/2026
Soporte	Prensa Escrita	País	España
Circulación	37 999	V. Comunicación	39 061 EUR (45,939 USD)
Difusión	28 798	Tamaño	210,27 cm² (33,7%)
Audiencia	114 000	V.Publicitario	9615 EUR (11 308 USD)

Dossier de prensa unacc

Bankinter prevé captar 1.000 millones en activos alternativos al año

Matteo Allievi/Sandra Sánchez.
Madrid

Bankinter se pone deberes en el negocio de inversiones alternativas, una de sus grandes apuestas estratégicas para los próximos años. El grupo liderado por Gloria Ortiz prevé captar un volumen de 1.000 millones de euros cada año en estos productos.

Se trata de un segmento que Bankinter considera clave por su elevada rentabilidad, la estabilidad que aportan sus comisiones y el potencial de crecimiento que tiene en España y Portugal.

La entidad considera que esta actividad –que incluye inversiones en infraestructuras, energías renovables, activos inmobiliarios, entre otros segmentos– ofrece una rentabilidad especialmente atractiva para el banco al aportar ingresos recurrentes sin consumir grandes cantidades de capital regulatorio. "Es un negocio que genera retornos sobre el capital altos y sostenidos", apuntó el director financiero del banco, Jacobo García, ante los analistas en la última presentación de resultados.

El banquero aseguró que el grupo quiere reforzar su posición en este segmento y convertirlo en uno de los motores de crecimiento de la entidad. "Queremos ser el líder en inversión alternativa en Iberia", afirmó García, que defendió que existe una "gran oportunidad" para desarrollar este mercado entre clientes de banca privada y patrimonios medios. "Proporcionamos acceso a la inversión en activos reales a clientes minoristas españoles y portugueses. Por supuesto, este no es un producto para todos, pero creemos que hay una enorme evolución y un gran potencial en este negocio", agregó.

Como parte de esta estrategia, Bankinter ha cerrado recientemente dos operaciones corporativas destinadas a reforzar su gestora de inversiones alternativas. Por un lado, ha fusionado la gestora, Bankinter Investment SGICC, con Plenium Partners, firma especializada en energías renovables y socio del banco desde 2017.

En paralelo, el grupo presidido por Dancausa ha adquirido el 64% de la gestora paneuropea Access Capital Partners (ACP), especializada en *private equity*.



Luis Camacho

Gloria Ortiz, consejera delegada de Bankinter.

El banco cuenta con 14.000 millones en activos comprometidos en alternativos

Con esas dos operaciones, Bankinter pasa a gestionar activos alternativos comprometidos por encima de los 14.000 millones. Estas transacciones se cerrarán probablemente a finales de año, una vez obtenidas todas las autorizaciones, indicó el director financiero, y a partir de ahí el banco prevé acelerar significativamente el crecimiento de este negocio.

Nueva etapa

Según explicó García, estas operaciones permitirán incorporar capacidades y experiencia que actualmente el banco no tiene de forma interna. "Estamos trayendo al grupo todo el *know-how* de nuestros socios. Eso nos da todo el potencial para construir y desarrollar nuevos tipos de fondos de inversión a corto, medio y largo plazo", señaló.

El banco inicia ahora una nueva etapa en su negocio de alternativos, en la que prevé expandirse a nivel internacional, más allá de España y Portugal. Busca construir una plataforma paneuropea de inversión alternativa que sea capaz de competir en escala en otros países de Europa. ACP, por ejemplo, está presente en Francia, Reino Unido, Alemania, Finlandia, Bélgica y Luxemburgo.

Además, Bankinter busca llegar a un cliente más sofisticado, como el institucional, con sus fondos ilíquidos. Hasta ahora, la mayoría de los clientes del banco en fondos alternativos son clientes *retail* y de banca privada (distribuye estos productos a más de 15.000 clientes).

Bankinter cuenta con 31 fondos de capital riesgo y recientemente acaba de lanzar un fondo de inversión libre (FIL), diseñado para acercar activos alternativos a clientes minoristas a partir de 10.000 euros de inversión mínima.

Bankinter es el único de los grandes bancos cotizados españoles, junto a Santander, que cuenta con una gestora de activos alternativos propia, un negocio que está ganando mucha tracción en los últimos años.

La entidad considera que esta línea de negocio permitirá diversificar sus fuentes de ingresos y reducir la dependencia del margen financiero tradicional.

Entre enero y marzo, las comisiones de gestión de activos e intermediación se incrementaron un 18% frente al mismo período del año pasado, hasta 146 millones, y representaron un 57% del total de las comisiones cobradas en el trimestre.

Sabadell repetirá el beneficio de 2025 a pesar de haber vendido TSB

LOS ANALISTAS PREVÉN UNAS GANANCIAS DE 1.744 MILLONES/ El mercado cree que puede conseguirlo si la demanda de crédito empresarial no cae por la guerra en Oriente Próximo.

Raquel Lander. Madrid

Sabadell formalizó la semana pasada el traspaso a Santander del escocés TSB, que aportó el año pasado un 18% a los beneficios. Josep Oliu y César González-Bueno optaron por reducir el tamaño de la entidad durante la opa hostil de BBVA para evitar malvender un grupo con 145 años de historia.

La salida de Reino Unido tuvo una importancia trascendental para hacer fracasar la opa de BBVA. Gracias a ella, Oliu prometió a sus 200.000 accionistas un dividendo récord de 50 céntimos que les disuadió de aceptar la oferta de BBVA. Esta retribución se pagará el 29 de mayo.

Oliu salvó la bola de partido de la opa hostil y el miércoles, en la junta anual de la entidad, aseguró a sus accionistas que Sabadell tiene garantizado un futuro en solitario.

A pesar de la reducción del perímetro, la cúpula promete volver a ganar más de 1.700 millones de euros este año. No facilita una cifra concreta, pero los analistas son capaces de hacer números muy ajustados a partir del objetivo de rentabilidad anual, que la entidad sí comparte con el mercado. Esos números dicen que Sabadell se quedará muy cerca de la cota histórica de 1.827 millones de 2024.

La pregunta que sobrevuela es cómo va a neutralizar el nuevo CEO la salida de TSB de su balance, que el año pasado aportó al grupo 318 millones de beneficios. TSB es el noveno banco hipotecario de Reino Unido. Tiene cinco millones de clientes, alrededor de 200 sucursales y casi 5.000 empleados

Los analistas creen que puede lograrlo gracias al viento de cola de los tipos de interés al alza, las plusvalías de 300 millones de euros de la venta de Reino Unido y el crecimiento económico, ya que España seguirá siendo la economía del euro que más crezca un año más.

El consenso de analistas que recoge Bloomberg descuenta un beneficio de 1.744 millones para 2026, basándose en la rentabilidad sobre capital tangible (Rote) objetivo que facilita el banco. Se trata de prácticamente lo mismo que ganó en 2025 y se explica por la conjunción de varias variables positivas.



Sede corporativa de Sabadell en San Cugat (Barcelona).

Sabadell va a salvar el ejercicio gracias a las plusvalías de 300 millones generadas por la venta de TSB

La cúpula directiva de Sabadell fía gran parte de la evolución comercial a la subida del 2% del PIB

El objetivo es crecer más que otros competidores en banca de empresas y crédito al consumo

Sabadell ha dejado atrás su agresividad en hipotecas durante la opa para no dañar la rentabilidad

1 La venta de TSB ha generado unas plusvalías de 300 millones de euros

La operación se cerró por 2.650 millones de libras (3.069 millones de euros, al tipo de cambio actual). A esa cifra hay que sumar 213 millones de libras adicionales en concepto de valor generado desde julio, cuando Santander ganó la subasta. Sabadell contabilizará una plusvalía en su cuenta de resultados de más de 300 millones de euros en el segundo trimestre. Además, engordará su capital con 405 puntos básicos.

2 La economía española crecerá este año un 2,1%

España volverá a ser la gran economía que más crece de toda la eurozona. El FMI calcula un aumento del PIB del 2,1%. La cúpula de Sabadell admite que la guerra puede provocar, si se alarga, una retracción de la demanda de crédito por parte de las empresas, el puntal de su negocio. Pero asegura que, de momento, ninguna ha paralizado inversiones. Además están previstas tres subidas de tipos de interés este año en Europa y eso juega a favor del negocio bancario.

3 Sabadell quiere crecer más que sus competidores en crédito al consumo y empresas

El banco aspira a crecer en créditos al consumo por encima del mercado entre 2025 y 2027 y a elevar el peso del 30% del negocio de fondos de inversión y seguros a los ingresos por comisiones. El negocio de empresas, pymes, autónomos y banca de inversión también crecerá más que la media de sus competidores. En hipotecas, Sabadell saldrá solo a defender su cuota del 6% para proteger la rentabilidad de la cartera.

4 Reino Unido tenía unos fuertes costes que ahora desaparecen

La entidad estuvo a punto de traspasar el año pasado el negocio de pagos a la tecnológica italiana Nexi. Finalmente explotará internamente el negocio. La entidad se ve capaz de desarrollar nuevos productos y mejorar su propuesta sin necesidad de ceder el control a un tercero. Los TPV de Sabadell facturaron 14.264 millones de euros en 2025 y tienen una alta penetración en el gremio del taxi.

Para Sabadell, trabajar en un mercado internacional como Reino Unido, con una regulación y dinámicas distintas a las de la eurozona añadía un plus de complejidad.

Gestionar un banco en la época posterior al Brexit se complicó mucho. Con la venta de la filial británica, Sabadell pasará a operar solo en España. Se volverá un banco más fácil de gestionar, más ágil y operará con una sola plataforma tecnológica, no con dos. Sabadell intentará vender la infraestructura operativa de TSB a otro banco.

La cúpula de Sabadell asegura que las grandes inversiones que necesitaba hacer el grupo para digitalizarse ya están acometidas. Ahora es el momento de llevar el banco al siguiente nivel con la Inteligencia Artificial.

5 El coste por cliente se abarata con la digitalización

Cuando César González-Bueno aterrizó en Sabadell en 2020 todavía era imprescindible ir a una sucursal para darse de alta. El consejero delegado digitalizó todo el negocio de particulares y el 60% de los clientes ya se capta vía *app* o web y eso abarata los costes. El banco quiere crecer a un ritmo superior al 15% en número de usuarios entre 2025 y 2027 respecto al aumento experimentado en el trienio previo.

Expansión

Publicación	Expansión General, 18	Fecha	08/05/2026
Soporte	Prensa Escrita	País	España
Circulación	37 999	V. Comunicación	12 773 EUR (15,022 USD)
Difusión	28 798	Tamaño	8,95 cm² (1,4%)
Audiencia	114 000	V.Publicitario	3106 EUR (3653 USD)

Dossier de prensa unacc

Cajamar reelige a Manuel Yebra como consejero

JUNTA Banco de Crédito Social Cooperativo, entidad cabecera de Cajamar, reelige a Manuel Yebra como consejero dominical y nombra consejera independiente a Pilar Sánchez, exvocal de la CNMC.

ABC

Publicación	ABC Toledo - Castilla La Mancha, 8
Soporte	Prensa Escrita
Circulación	2024
Difusión	331
Audiencia	5165
Fecha	08/05/2026
País	España
V. Comunicación	7 269 EUR (8,549 USD)
Tamaño	346,87 cm² (55,6%)
V.Publicitario	1882 EUR (2213 USD)

Dossier de prensa unacc

El 95% de los proyectos de IA fracasan y solo el 21% pasa la fase piloto

La Fundación Eurocaja Rural celebra una nueva edición de Digital Summit, un punto de encuentro para acelerar la transformación digital

Fran Malara
Toledo

La adopción de la inteligencia artificial (IA) en las empresas ha crecido de forma sostenida y exponencial en los últimos años, convirtiéndose en una tecnología fundamental en el panorama empresarial actual. El uso de la IA en este 2026 va a suponer una inversión de 30 a 40.000 millones de euros a nivel mundial. De hecho, el 64% de las organizaciones públicas y privadas reconocen que van a incrementar sustancialmente la inversión en IA y el 34%, según un estudio de Forrester Research, lo va a hacer de manera muy significativa. Sin embargo, el 95% de los proyectos públicos y privados de inteligencia artificial fracasan y solo el 21% pasa la fase piloto.

Estos datos los dio a conocer ayer el director gerente de la Agencia de Transformación Digital de Castilla-La Mancha, Juan Ángel Morejudo, en la inauguración del Digital Summer 2026, un encuentro de la Fundación Eurocaja Rural para acelerar la transformación digital de las pymes, grandes empresas e instituciones con una visión práctica y orientada a resultados a través de la tecnología. «El 95% de esos 30 o 40.000 millones de euros acaban en el sumidero», destacó Morejudo, quien argumentó que esto se debe a que la IA «no sabe del negocio y está peleando ahora por añadir contexto a esa capacidad ingente de datos contrastados de fuentes heterogéneas, porque a día de hoy a la IA le falta intuición».

Ante esta grave situación, el director general de Transformación Digital de Castilla-La Mancha adelantó que el Gobierno regional va a firmar en poco tiempo un escalado masivo de IA generativa y desarrollo agéntico (un cambio de paradigma en la IA), para establecer, como han hecho hasta ahora, el desarrollo de un modelo de gobierno de datos; de un espacio de datos común interoperable con un concepto de identidad ciudadana única; un modelo de gobernanza de la IA claro; y un otro de ciberseguridad adaptado al contexto de introducción de la IA en la administración pública.

Además, Morejudo puso de ejemplo la Oficina de Digitalización de Procesos del Gobierno de Castilla-La Mancha, que ha permitido pasar de analizar proyectos en 300 días en 2021, a 26 con la IA en 2026. Esta técnica de robotización y otras han conseguido 42.179 horas de ahorro de funcionario público, que aprovecha sus horas de trabajo para hacer funciones de mucho más valor dentro de la organización. Sin embargo, el director general de Transformación Digital aseveró que «no podemos olvidarnos de que el resultado de la IA no va a ser mejor que nuestros datos y mejor que nuestros procesos», así como que el uso de la misma debe ir acompañado de un nuevo modelo y un nuevo paradigma en el ámbito de la seguridad y la ciberseguridad.

«Hay inteligencia artificial, como la de Anthropic, que es capaz de detectar vulnerabilidades a día de hoy en el 100% de los agentes desplegados de IA. Con lo cual estamos confiando nuestro negocio en una inteligencia artificial que nos está haciendo mucho más vulnerable», advirtió. Ante esto, señaló que debe ser el ser humano quien, con su inteligencia emocional y conocimiento intuitivo, orqueste, defina y mida una estrategia de IA donde la intuición la ponga el ser humano.

Fundación Eurocaja Rural celebró ayer una nueva edición de Digital Summit, un encuentro para acelerar la transformación digital de las organizaciones con una visión práctica y orientada a resultados. Dirigido a pymes, grandes empresas e instituciones, reunió a quienes buscan mejorar su competitividad con tecnología. En esta ocasión, el tema se centró en el dato. Bajo el título 'Medir o intuir: Datos y decisiones para hacer crecer tu negocio', se habló sobre cómo convertir los datos en decisiones más rápidas y rentables, a través de analítica e IA.

Eurocaja Rural promueve este tipo de encuentros porque es una entidad que utiliza ya en su proceso la IA, siendo mucho más eficaces en las predicciones de precios, tipos de interés, segmentaciones dinámicas, comunicaciones, o en la edición de experiencia de los clientes. «Creemos firmemente en que la transformación digital debe ser un privilegio de todos los ciudadanos, una oportunidad real y útil para ayudar a gestionar las administraciones públicas y el tejido empresarial, mejorar la competitividad, generar oportunidades y a potenciar la educación», defendió el director general de Eurocaja Rural, Víctor Manuel Martín.



Inauguración del Digital Summit 2026, organizado por la Fundación Eurocaja Rural. ABC

LAS PROVINCIAS

Publicación	Las Provincias Suplemento, 7	Fecha	08/05/2026
Soporte	Prensa Escrita	País	España
Circulación	25 068	V. Comunicación	4 839 EUR (5,690 USD)
Difusión	19 726	Tamaño	164,26 cm² (26,3%)
Audiencia	46 000	V.Publicitario	1580 EUR (1858 USD)

Dossier de prensa unacc

Segorbe reivindica el ritual del almuerzo con su segunda Ruta

GPS
Castellón

Hay costumbres que explican un territorio mejor que cualquier discurso. El Esmorzaret es uno de ellos y, en en Segorbe, llevan dos años reivindicándolo con una ruta de lo más especial. El almuerzo, ese paréntesis tan mediterráneo en mitad del día, vuelve a convertirse en excusa para salir, probar, encontrarse y mirar la ciudad desde sus barras.

La II Ruta del Almuerzo de Segorbe, que está en marcha desde el pasado 18 de abril y que se podrá disfrutar hasta el 7 de junio, tiene una propuesta sencilla y muy reconocible: disfrutar de la gastronomía local a través de los establecimientos participantes, cada uno con su almuerzo especial al precio de 7,50 euros. La fórmula incluye bocadillo, bebida, picada y café, ese pequeño ceremonial que convierte una pausa cotidiana en un plan de fin de semana.

La iniciativa, impulsada por el Ayuntamiento de Segorbe, busca poner en valor uno de los momentos más esperados del día y, al mismo tiempo, dinamizar los bares de la ciudad. Porque el almuerzo no es solo comida: es una manera de quedar, de repetir sitio, de descubrir otro, de alargar la mañana sin prisa y de reconocer el pulso de la hostelería local.

En esta segunda edición participan Tasca El Bistró, Bar La Plaza, Gastrobar Fiesta, Asador Aguilar, Bar Rte. Gargallo, Bar Rte. Sabor Latino, Cafetería 444, La Rochica 2.0 y Bar Ecus. Nueve paradas para recorrer Segorbe desde una tradición tan humilde como poderosa, con esa mezcla de hambre, costumbre y curiosidad que siempre abre camino.

Además, quienes participen podrán rellenar una papeleta tras disfrutar de los almuerzos de la ruta y entrar en el sorteo de dos premios consistentes en cinco almuerzos gratuitos para dos personas en los locales adheridos. Un aliciente más, aunque el verdadero premio quizá esté antes: en sentarse, pedir, probar y dejar que la mañana avance alrededor de una mesa.



Almuerzo popular. GPS

La ruta se presentó en el consistorio con la concejala de Turismo, Estefanía Sales, representantes de establecimientos participantes y el patrocinador Ruralnostra.

Hasta el 7 de junio, Segorbe invita a hacer algo aparentemente sencillo: almorzar bien. Y, en esa sencillez, celebrar una forma muy nuestra de disfrutar la vida.

La Nueva España

Publicación	La Nueva España Gijón, 6	Fecha	08/05/2026
Soporte	Prensa Escrita	País	España
Circulación	15 251	V. Comunicación	3 266 EUR (3,841 USD)
Difusión	13 877	Tamaño	335,93 cm² (53,9%)
Audiencia	46 229	V.Publicitario	1141 EUR (1342 USD)

Dossier de prensa unacc

Un cambio estético para la promoción local

Un «horizonte valiente» pone a Gijón en el mapa

La ciudad renueva su imagen turística con un logotipo basado en el callejero y en los colores rojo y blanco: «Necesitábamos ser un destino más diferencial», defiende Ángela Pumariega

PABLO PALOMO
Cimavilla

Marcos León





El público aplaude la presentación de la nueva imagen de Gijón, en la Colegiata. A la izquierda, Ángela Pumariega, durante la intervención. En detalle, el nuevo logotipo turístico gijonés.

«A partir de hoy comienza una nueva etapa en la promoción turística de Gijón. Una en la que tendremos una herramienta más sólida, coherente y diferencial». Así finalizó ayer su intervención la vicealcaldesa de Gijón, Ángela Pumariega (PP), durante el gran acto organizado en la Colegiata de San Juan Bautista para presentar el nuevo logotipo turístico de la ciudad. Que vio la luz en medio de una gran puesta en escena, con público de casi todos los sectores de la sociedad civil presentens, y dando protagonismo a un logo que se basa en el plano de la ciudad de Gijón y que se asienta sobre el color rojo y blanco que siempre acompaña a la capital marítima del Principado. Con el logotipo, un eslogan: «Horizonte Valiente». Y así se usará en las futuras campañas turísticas de la ciudad y en la promoción de los diferentes eventos.

La puesta de largo consistió en un acto muy cuidado donde se le dio valor a las fortalezas del concejo a la hora de atraer visitantes. Se habló de mar, de sidra, de chigres, pero también de cultura, talento, raíces, pasado industrial y obrero y futuro asentado, entre otras cosas, en la economía azul.

Fue Ángela Pumariega, quien también tiene las competencias de la concejalía de Turismo, la que, precedida de Daniel Martínez Junquera, director de Visita Gijón, explicó el por qué de esta decisión de renovar la imagen de Gijón en el sector de los viajeros. «Necesitábamos una idea más clara de nosotros mismos como destino. Hacer el destino más legible, más propio y diferencial», concretó la concejala del Partido Popular.

Pumariega reseñó que la ciudad se encuentra «en un buen momento turístico» y que, precisamente por eso, tocaba ahora «ser más exigentes». «Los buenos momentos son también para orientar el crecimiento hacia un modelo que aporte valor, que sea equilibrado, que cuide la ciudad y respete la calidad de vida de los que vivimos aquí», afirmó. La Vicealcaldesa explicó que el cambio de imagen no es una acción aislada, sino un paso más dentro del Plan Estratégico de Turismo 2025-2035. «No es un cambio estético. Estamos ante una herramienta prevista en una hoja de ruta más amplia para ordenar nuestro futuro turístico», agregó.

La responsable de Turismo también dejó claro que este sector «tiene que estar al servicio de la ciudad». «Tiene que ser bueno para el que nos visita, pero también para el que vive aquí. Tiene que generar actividad económica, pero también reforzar la vida cultural, social y urbana de Gijón», añadió. Volvió a incidir en un mensaje repetido en varias ocasiones desde este área municipal: «Estamos a tiempo de decidir con calma, con ambición y responsabilidad. A tiempo de decir esta es la ciudad que queremos ser y esta es la ciudad que queremos compartir», valoró.

Un marco «reconocible»

La Vicealcaldesa también reseñó que el nuevo logo se utilizará en campañas, eventos, las ferias y para promocionar productos turísticos, entre otras cosas. «Servirá para que las iniciativas vinculadas al turismo no vayan cada una por su lado, sino que respondan a una misma idea y cuenten con un marco reconocible», dijo la popular. También contó Pumariega que para idear el logo se han hecho diferentes encuestas y se ha estado en contacto permanente con el sector. También que se hicieron talleres y sesiones trabajo.

Al cambio de imagen de Gijón no le faltó público. Lo arroparon los grupos municipales del Ayuntamiento, como la portavoz del PSOE, Carmen Eva Pérez; la de Podemos, Olaya Suárez y la de Vox, Sara Álvarez Rouco. También acudieron los ediles del Partido Popular Rodrigo Pintueles, Guzmán Pendás o Abel Junquera así como nombres importantes del partido en la ciudad y en la región como fueron el presidente, Andrés Ruiz, o los diputados Pilar Fernández-Pardo, Pedro Rueda o Manuel Cifuentes, entre otros. Acompañó el presidente de Divertia, Óliver Suárez. Y por parte de la sociedad civil se pudo ver al presidente de la Cámara de Comercio, Félix Baragaño; al presidente de CajaGijón La Rural, José Ramón Fiaño; al presidente de Otea Gijón, Ángel Lorenzo o a los presidentes de importantes clubes sociodeportivos como Joaquín Miranda (Grupo Covadonga), Gonzalo Méndez (Santa Olaya) o Mario Vigil (Chas). Alejandro Beneit, director del Bioparc Acuario de Gijón o representantes del movimiento vecinal como Maite Martín o Sergio Álvarez, tampoco faltaron.■

Diario de Avisos

Publicación	Diario de Avisos General, 12	Fecha	08/05/2026
Soporte	Prensa Escrita	País	España
Circulación	11 003	V. Comunicación	5 696 EUR (6,698 USD)
Difusión	10 263	Tamaño	466,08 cm² (46,0%)
Audiencia	38 000	V.Publicitario	1645 EUR (1935 USD)

Dossier de prensa unacc



LOLA PÉREZ, VICTORIA GONZÁLEZ Y JOSÉ MANUEL GARRIDO. DA

El comercio canario refleja una "clara tendencia de desaceleración" en su ritmo

El sector modera su crecimiento en el arranque de 2026, lo cual "no supone" todavía un "síntoma de crisis". Avanza un 2,1% anual

DIARIO DE AVISOS
Santa Cruz de Tenerife

El boletín sectorial del tercer trimestre presentado ayer por la Cámara Oficial de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de Santa Cruz de Tenerife y Cajasiete deja "un mensaje bastante claro": el año arrancó con un incremento tanto en ventas como en empleo, pero con una tendencia de desaceleración respecto al ritmo de crecimiento que venía registrando tras la pandemia. Son palabras de la vicepresidenta de la entidad cameral, Victoria González. "No se trata aún de un cambio de tendencia ni de un síntoma de crisis", puntualizó, "sino de una fase de mayor moderación que se produce después de un período de crecimiento continuado". El comercio canario aumentó las ventas, aunque de forma más moderada.

En una rueda de prensa junto al director de Relaciones Institucionales de Cajasiete, José Manuel Garrido, y la directora de la Cámara, Lola Pérez, la presidenta de la Comisión de Comercio Interior expuso: "Es el momento de consolidar los resultados, adoptando medidas que garanticen la continuidad de las empresas y la actividad del sector, además de favorecer estímulos sobre la demanda sujeta en estos momentos a una mayor incertidumbre y a una pérdida

LA CÁMARA INSTA A CONSOLIDAR LOS RESULTADOS GARANTIZANDO LA CONTINUIDAD DE LAS EMPRESAS Y LA ACTIVIDAD

de poder adquisitivo por la subida de precios de muchos bienes de primera necesidad. "Tenemos el deber de apoyar al sector con medidas que ayuden a dinamizarlo, porque genera empleo para miles de canarios, crea economía, dinamiza nuestros barrios y ciudades y sostiene otras actividades económicas complementarias".

González ponderó la "eficacia" y "buena acogida" de los bonos de consumo, que "reflejan el potencial de las sinergias" entre el ámbito público y las organizaciones como las cámaras de comercio. "Está siendo un éxito indudable. La iniciativa contribuye a acercar al consumidor al comercio de proximidad y, sobre todo, a redescubrirlo y a valorarlo". Incidió en que, con una inversión de 2,5 millones de euros, el programa generará un impacto de en torno a los 5 millones de euros".

Garrido sugirió analizar con cautela las cifras del primer trimestre: "Venimos del impacto de la campaña navideña, que siempre condiciona el inicio del año. A pesar de esta ralentización, el mantenimiento del tirón turístico y del consumo está permitiendo sostener la actividad en estos primeros meses".

Pérez desgranó la actividad trimestral. El índice de comercio al menor creció un 2,1% anual: "Queda lejos el período en el que Canarias lideraba el alza de las ventas en el país".

LA PROVINCIA

Publicación	La Provincia Diario de Las Palmas, 25
Soporte	Prensa Escrita
Circulación	14 809
Difusión	13 908
Audiencia	44 000
Fecha	08/05/2026
País	España
V. Comunicación	3 099 EUR (3,644 USD)
Tamaño	64,24 cm² (10,3%)
V.Publicitario	908 EUR (1068 USD)

Dossier de prensa
unacc

Consumo

El comercio isleño modera su crecimiento en el primer trimestre

LP / DLP
Las Palmas de Gran Canaria

El comercio canario siguió aumentando sus ventas y el empleo en el primer trimestre de 2026, pero de una forma más moderada, con un avance del 2,1% anual, inferior al 3,2% del conjunto de España, según el Boletín Sectorial de Comercio de Canarias del primer trimestre, presentado ayer por la vicepresidenta de la Cámara de Comercio de Santa Cruz de Tenerife, Victoria González, la directora de la entidad, Lola Pérez, y el director de Relaciones Institucionales de Cajasiete, José Manuel Garrido.

Según Victoria González, hay «una clara tendencia de desaceleración» en el crecimiento del comercio, una fase de mayor moderación que no apunta todavía a un cambio de tendencia. La vicepresidenta de la Cámara reclamó medidas de apoyo al sector, como los Bonos Consumo Archipiélago, «una iniciativa que ha tenido un éxito indudable y que ha ayudado a acercar al consumidor al comercio de proximidad».

Además, González pidió la eliminación de la franquicia fiscal para importaciones de bajo valor, que perjudica al negocio local respecto a los grandes operadores y el auge del comercio electrónico. ■

El Norte de Castilla

Publicación	El Norte de Castilla Valladolid, 8	Fecha	08/05/2026
Soporte	Prensa Escrita	País	España
Circulación	14 231	V. Comunicación	9 456 EUR (11,120 USD)
Difusión	10 762	Tamaño	359,52 cm² (57,7%)
Audiencia	54 614	V.Publicitario	1758 EUR (2068 USD)

Dossier de prensa unacc



El local de las antiguas Galerías Aspa luce desde ayer los carteles que anuncian la próxima apertura. J. SANZ

La llegada de otra sucursal a la antigua Galerías Aspa consolida Miguel Íscar como eje financiero

La próxima apertura de Caja Rural de Soria eleva a once las oficinas bancarias en una calle que suma 35 locales con solo tres de ellos vacíos

J. SANZ
Valladolid

El negocio, fundado en un lejano 1947, alcanzó una más que notable popularidad y, después de ocupar distintos locales, mantuvo solo el situado en la esquina de las calles Miguel Íscar y de El Licenciado Vidriera. Y allí, en un espacio que supera los novecientos metros cuadrados, en el bajo de un inmueble de 1900, cerró sus puertas las históricas Galerías Aspa hace apenas unos meses. Su hueco tardó poco en encontrar inquilino y lo ocupará en adelante una nueva sucursal que elevará a once las entidades bancarias que de una vía que mantiene así su pujanza como gran eje financiero del centro urbano.

Ninguna otra arteria de la ciudad, ni siquiera la vecina Santiago, cuenta con tantas sucursales como Miguel Íscar, una calle que cuenta con 35 locales comerciales, de los que los citados once son bancos, mientras que solo tres de ellos están vacíos y buscan inquilinos.

Hasta hace tan solo un par de semanas eran cinco los espacios huérfanos de actividad. Uno, el que ocupó durante decenios Galerías Aspa, enseguida encontró inquilino. Allí abrirá sus puertas en breve una sucursal de Caja Rural de Soria, según confirma el director de zona de la entidad, Javier Diago, y corroboran los vinilos pegados este mismo jueves por sus operarios en las cristaleras de los diez arcos del local de 919 metros cuadrados con acceso por el número 15 de Miguel Íscar. El otro local, más pequeño, está en el cercano número 19 –allí estuvo precisamente Caja Rural de Soria hasta 2012– y acaba de ser alquilado para un fin aún por desvelar después de acoger una efímera oficina comercial de venta de una promoción inmobiliaria.

La calle Miguel Íscar, una vía en la que se conserva buena parte de la arquitectura burguesa de finales del siglo XIX y principios del XX, mantiene su empuje financiero después de unos últimos años en los que ha visto el cierre de distintas sucursales, como la del BBVA (hoy ocupado por Zara Home) o la de La Caixa (una clínica dental), entre otras.

Pero también ha habido cambios de 'marca' en algunas de sus sucursales y nuevas aperturas. El caso es que a día de hoy son diez los bancos abiertos en la calle. Y enseguida llegará su undécima sucursal. Caja Rural de Soria, eso sí, tendrá que reformar antes el amplio local diáfano que ocupó Galerías Aspa, cuyos carteles aún lucen en su entrada y sus laterales, con la fecha impresa de la fundación (1947) de un negocio que llegó a contar con otros comercios en Menéndez Pelayo (el original) y, al menos, desde los años sesenta en el citado del 15 de Miguel Íscar y otro más en Gabriel y Galán.

Galerías Aspa alcanzó cierta fama en la capital, primero, como juguetería, al traer en exclusiva en sus inicios la más que popular muñeca Mariquita Pérez; y también como punto de venta de menaje (vendía la 'súper olla a presión' Pronto) y electrodomésticos de cocina (era el punto de venta oficial de la firma Farlady). Y siempre, en paralelo, vendió muebles. A esto último, y a la decoración, dedicaron los últimos herederos de los propietarios originales el negocio, ya solo en Miguel Íscar, hasta su

NEGOCIOS DE MIGUEL ÍSCAR

▶ **Números pares.** Caja Rural de Zamora, Linh Nails, Total Energies, Pangea, Ibercaja, Grand Azul Marino, Kutxabank, Administración de Loterías número 21, Aelca, Sombrerería Santos, FG Fragonard, clínica dental Caser, Caja Viva, Abanca, Land CO y Zara Home.

▶ **Números impares.** Banco de España (con entrada por la plaza), Sanitas, La Pícara, Santa Lucía Seguros, Catai, KA Internacional, Adeslas Segur Caixa, Nautalia, Indian Aderezo, IVI, REnta4 Banco, CNBK, Schmidt y Cajamar.

▶ **Pendientes de apertura.** Caja Rural de Soria en el número 15 (antiguas Galerías Aspa) y un negocio por determinar, ya en fase de reforma, en el número 19 (anterior Único Homes).

▶ **Locales vacíos.** Permanecen sin uso tres locales de los números 3, 11 y 14.

El Norte de Castilla

Publicación	El Norte de Castilla Valladolid, 9	Fecha	08/05/2026
Soporte	Prensa Escrita	País	España
Circulación	14 231	V. Comunicación	9 456 EUR (11,120 USD)
Difusión	10 762	Tamaño	130,88 cm² (21,0%)
Audiencia	54 614	V.Publicitario	789 EUR (928 USD)

Dossier de prensa unacc

reciente cierre y puesta en alquiler del local a través de la inmobiliaria Fin-Vall.

El espacio, un coqueto local con una decena de arcos acristalados, pasará «próximamente» a acoger la novena sucursal de Caja Rural de Soria en Valladolid (siete en la capital, una en Peñafiel y otra en Tudela de Duero). «Mantenemos así nuestra apuesta por Valladolid y por seguindo construyendo relaciones a largo plazo con nuestros socios y clientes», apunta su director de zona, Javier Diago, antes de anticipar que su nueva oficina ofrecerá «un espacio más cómodo, visible y adaptado a las necesidades de particulares, autónomos, empresas y familias».

La futura oficina bancaria completará la planta baja, que comparte, al otro lado del portal, con una agencia de viajes (Catai), de un inmueble señorial de cuatro plantas levantado a finales del siglo XIX y cuyas balconadas se encuentran cubiertas por mallas para evitar caídas de cascotes a la espera de una futura rehabilitación de su catalogada doble fachada hacia las calles Miguel Íscar y de El Licenciado Vidriera.



Anunció de 1948.

El negocio fundado en 1947 trajo en exclusiva la muñeca Mariquita Pérez o la 'súper olla a presión' Pronto

Cuando dicha sucursal del número 15 abra sus puertas serán once los bancos de una calle sin parangón en la capital en cuanto a concentración de entidades financieras en tan solo 264 metros lineales, los que separan las plazas de España, donde se encuentra el Banco de España, y de Zorrilla, donde está el edificio de Cajamar. Entre medias, de lado de los impares, hay oficinas de Renta4 Banco y CNBK; y, en la acera de los pares, están Caja Rural de Zamora, Sabadell, Ibercaja (en el singular edificio de la antigua Caja de Ahorros del Círculo Católico), Kutxabank, Caja Viva y Abanca.

Un negocio histórico

Once bancos, en total, de 35 locales comerciales (18 del lado de los pares y 17 en el de los impares). Solo el Paseo de Zorrilla suma más sucursales, eso sí, dispersas a lo largo de sus más de cuatro kilómetros de longitud.

El imperante uso bancario de Miguel Íscar está seguido por el de los sectores de la decoración (tres comercios y un cuarto de cocinas), los viajes (cuatro oficinas), las clínicas (tres) y la hostelería (dos). Hay otro tipo de negocios, como expositores inmobiliarios (dos), oficinas de seguros y electricidad, un local de manicura, una administración de lotería (la número 21). Y solo sobrevive un negocio histórico, como es el pequeño local de Sombrería Santos, el decano de la calle, fundado en 1918.

A estos negocios en activo, a los que enseguida se sumarán otros dos (Caja Rural de Soria y la firma que ocupe el número 19), se suman solo tres locales vacíos, que se encuentran en los números 3 (otra sucursal recientemente cerrada), 11 (la desaparecida galería de arte Rafael) y 14 (una antigua oficina de seguros).

De manera que la calle Miguel Íscar, a lo largo de sus 264 metros lineales y sus aceras arboladas entre edificios burgueses, cuenta a día de hoy con treinta negocios abiertos, a los que en breve se añadirán dos más y mantiene tres locales cerrados. Allí, a mitad de calle, del lado de los pares, cabe recordar la más que notable presencia a mayores de la Casa de Cervantes.

DIARIO DE NAVARRA

Publicación	Diario de Navarra General, 24	Fecha	08/05/2026
Soporte	Prensa Escrita	País	España
Circulación	40 000	V. Comunicación	14 764 EUR (17,363 USD)
Difusión	32 779	Tamaño	833,95 cm² (77,9%)
Audiencia	120 000	V.Publicitario	4031 EUR (4741 USD)

Dossier de prensa unacc

Diario de Navarra y ESIC dan el pistoletazo de salida al programa Talento Joven de Navarra 2026. En esta edición participan Caja Rural de Navarra, ARPA Abogados Consultores, Koxka, Tafalla Iron Foundry y Grupo La Información

En busca del talento joven en Navarra

JAVIER ECHEVERRÍA
Pamplona

UNA oportunidad única para incorporarse al mercado laboral en una de las mejores empresas de Navarra, vivir experiencias y poner a prueba sus habilidades profesionales, ofrecer en su currículum un alto valor o conocer o el funcionamiento de una gran empresa, sus valores y la filosofía. Es lo que el programa Talento Joven brinda a los jóvenes estudiantes, una iniciativa de Diario de Navarra y ESIC en colaboración con Acción Social de Caja Rural de Navarra. Los días 2, 3 y 4 de junio celebrará su quinta edición, que fue presentada ayer en las instalaciones del rotativo en Cordovilla.

En ellas se juntaron representantes de las empresas participantes en la edición de este año: Caja Rural de Navarra, ARPA Abogados Consultores, Tafalla Iron Foundry y Grupo La información, editora de Diario de Navarra. También participa Koxka, cuyos representantes no pudieron acudir a la presentación.

Estas cinco empresas punteras en la Comunidad foral serán las que ofrezcan la posibilidad de realizar prácticas a algunos de los treinta participantes seleccionados para formarse a lo largo de los días 2, 3 y 4 de junio en el programa.

La presentación de Talento Joven de Navarra 2026 fue conducida por Belén Galindo, responsable de Comunicación de Grupo La Información, que agradeció el "apoyo de las empresas que apuestan por el talento" y destacó "la consolidación de este programa en su ya quinta edición como la llave para abrir el futuro profesional de los estudiantes".

Mesa redonda sobre temas de actualidad

Durante el acto celebrado ayer tuvo lugar una mesa redonda con representantes de las empresas, en la cual se trataron temas tan actuales como la fidelización del talento, la duda de si el talento nace o se hace, las expectativas de los jóvenes o qué se valora más en una entrevista de trabajo.

Nerea Juaristi, responsable de Comunicación de ARPA Abogados Consultores, destacó que la mejor formar de fidelizar el talento es "compartir valores y cultura con los jóvenes, que estos se sientan identificados y partícipes en una organización, que vean que ese trabajo merece la pena desde el minuto uno. Las empresas tenemos que enamorar al joven talento".

En su opinión, "el talento nace pero también se hace. A base de experiencias se aprende, el talento es como un jarrón de barro que se va modelando".

Álex Mendoza, del Departamento de Selección de Caja Rural de Navarra, detalló lo determinante en una entrevista de trabajo: "Los valores juegan un papel fundamental, se trata de compartir el valor de arraigo y cercanía con el territorio que nosotros trasladamos al cliente".

Quiso resaltar también que en Caja Rural de Navarra valoran que los candidatos "disfruten de las relaciones sociales y transmitan profesionalidad y ambición por crecer".

Por su parte, Ignacio Ugalde, director de Recursos Humanos de Tafalla Iron Foundry, explicó que "Navarra tiene una oportunidad histórica para unir el modelo educativo y el empresarial. Hay una juventud maravillosa y tenemos que darles oportunidades".

Además, citó lo que diferencia a unas personas de otras, más allá de la formación o las notas académicas: "La actitud. Tener una buena actitud es lo mejor que puedo aconsejar a los estudiantes".

En el cierre de la presentación, la directora de ESIC Business & Marketing Navarra, Ana Aracama, agradeció a las empresas su participación y destacó "la ilusión ante la quinta edición de Talento Joven. Animo a todos los jóvenes estudiantes a apuntarse".

Por su parte, Alicia Nicolás, directora comercial de Grupo La Información, también alentó a inscribirse "a una iniciativa que cuenta con una programación increíble y que une a empresas y jóvenes con actitud y dispuestos a trabajar".



De izquierda a derecha, Nerea Juaristi, responsable de Comunicación de ARPA Abogados Consultores; Ana Aracama, directora de ESIC Business & Marketing School Navarra; Ignacio Ugalde, director de Recursos Humanos de Tafalla Iron Foundry; Alicia Nicolás, directora comercial de Grupo La Información; Álex Mendoza, del Departamento de Selección de Caja Rural de Navarra; Edurne Gil, responsable de Selección de Tafalla Iron Foundry; Raquel Villar, técnico de Selección de Tafalla Iron Foundry; Anabel Egaillor, directora de Capital Humano de Grupo La Información; y María Viguria, responsable de Admisiones Postgrado de ESIC Business & Marketing School Navarra. JESÚS GARZARON



Mesa redonda celebrada durante la presentación de Talento Joven de Navarra 2026. JESÚS GARZARON

QUIÉN PUEDE INSCRIBIRSE

Estudiantes matriculados en el último curso de la universidad y/o máster, y estudiantes que hayan finalizado sus estudios en el último año.

Estudiantes navarros y/o residentes en Navarra que hayan nacido a partir del 1 de enero de 2000.

Con acreditados conocimientos amplios de inglés.

Los seleccionados podrán disfrutar de las jornadas formativas que tendrán lugar en Pamplona, los días 2, 3 y 4 de junio de 2026. 3 días de workshops impartidos por ponentes especialistas en la materia, combinando metodologías. Cada módulo tendrá una duración de 4 horas, repartiéndose entre la mañana y la tarde.

DÓNDE INSCRIBIRSE

Escanea esté código QR y accede al formulario de inscrpción. El plazo se cierra el martes 26 de mayo.

IDEAL

Publicación	Ideal Granada, 43	Fecha	08/05/2026
Soporte	Prensa Escrita	País	España
Circulación	2715	V. Comunicación	11 142 EUR (13,103 USD)
Difusión	2555	Tamaño	362,90 cm² (58,2%)
Audiencia	8146	V.Publicitario	3172 EUR (3731 USD)

Dossier de prensa unacc

El vestuario de la cantante Teresa Berganza 'resuena' en la Sala Zaida

La muestra, hasta el 6 de junio, rescata veinte extraordinarias piezas y fotografías de sus actuaciones en el Festival de Música y Danza

R. I.
Granada

La Sala Zaida inauguró ayer la exposición 'Fuego Fatuo. Los vestidos de Teresa Berganza'. La muestra, organizada por Fundación Caja Rural Granada, Guardarropa, Archivos y Colecciones y el Festival Internacional de Música y Danza, rescata una selección de piezas del guardarropa de concierto de la cantante española junto a fotografías de sus actuaciones en el Festival.

En el acto de inauguración han estado presentes la Responsable de Fundación Caja Rural Granada, Poli Servián, el Director del Festival de Música y Danza de Granada, Paolo Pinamonti y el Comisario de la muestra, Román Padín.

Teresa Berganza (1933-2022) no solo dejó un monumental repertorio musical como la más internacional de las cantantes de ópera españolas, sino que también legó una valiosa colección de vestidos de alta costura que solía lucir en sus recitales.

Sus actuaciones en la Alhambra durante el Festival fueron constantes desde su debut absoluto en 1955 acompañada por el maestro Argenta. Las imágenes de estos inolvidables conciertos acompañan a los vestidos originales de esas veladas y otros semejantes en estilo hasta completar una muestra con unas 20 extraordinarias piezas de costura y documentación varia.

Custodiado durante años por el comisario de la exposición, Román Padín, el 'Guardarropa de Concierto', de Teresa Berganza abarca un centenar de vestidos, accesorios, zapatos, documentos y fotografías.

La gran carrera internacional y el legado musical de Teresa Berganza se completan con el cuidado que ella puso en la selección de sus ropas de concierto, la misma dedicación que puso en su repertorio y en los programas de sus actuaciones. La elección del modelo se adecuaba a cada teatro y cada canción. Ahora podemos recordar a la llamada mezzosoprano del siglo, a través de las creaciones de las más notables casas de moda, por medio de una exposición de sonido y visión, de lírica e indumentaria.



Paolo Pinamonti, Poli Servián y Román Padín, en la inauguración de la muestra. R. I.

La muestra recoge las modas y estilos desde la década de 1950 hasta la década de 2010 con modelos de Loris Azzaro, Elio Berhanyer, Pierre Cardin e Inés Higuera acompañados de numerosa documentación y fotografías. Selecciones de esta colección han sido expuestas en el Museo del Traje de Madrid y el Teatro San Carlos de Lisboa entre otros lugares.

Honor y Falla

La Responsable de Fundación Caja Rural Granada, Poli Servián, ha mostrado su satisfacción por presentar este proyecto expositivo, enmarcado en la 75 edición del Festival, con el que la artista mantuvo un estrecho vínculo y donde recibió en el año 2000 la Medalla de Honor, también presente en la exposición.



Detalles de la colección de Berganza. R. I.

Tal y como ha destacado, la muestra es además «un reconocimiento al 150 aniversario del nacimiento de Manuel de Falla, cuya música tuvo en Teresa Berganza a una de sus grandes embajadoras». «A través del vestuario, pieza clave de su identidad artística, se pone en valor su capacidad para comunicar y reforzar su presencia escénica. Más allá de su talento vocal, entendía el cuidado en su imagen como una forma de respeto hacia el público», ha detallado Servián.

El director del Festival, Paolo Pinamonti, se ha mostrado «honrado de colaborar con la Fundación Caja Rural en la puesta en marcha de esta exposición que recuerda a una excelente cantante española que fue, además una gran amante del Festival. En nuestra retina quedarán para siempre sus inolvidables actuaciones en el Palacio de Carlos V, el Patio de los Arrayanes y el Auditorio Manuel de Falla».

Por su parte, el Comisario de la muestra, Román Padín, ha remarcado la fortuna que supone «poder acercarnos a la biografía y al canto de Teresa Berganza a través de sus vestidos de concierto, pues ella conservó a lo largo de su vida un extraordinario guardarropa que abarca desde los años 1950 hasta los años 2020». Según ha explicado, «es un armario que refleja a una mujer de su tiempo, que ve como las modas evolucionan desde la exclusividad de las grandes casas de alta costura más clásicas, como EISA (Balenciaga Madrid), Caruncho y Pedro Rodríguez; a los diseños de los renovadores de la alta costura española, como Elio Berhanyer, y los creadores de moda de costura y boutique como Inés Higuera».

El canto y la indumentaria

La mezzosoprano Teresa Berganza es admirada y recordada en teatros y entre públicos del mundo entero por su gran repertorio interpretando a Mozart, Rossini, Cherubini, Haendel, Haydn, Monteverdi, Purcell, Massenet, Bizet, Falla, Granados, Guridi, Turina, Toldrá, Montsalvatge, entre otros grandes maestros.

Berganza interpretó obras líricas escenificadas, ópera, zarzuela, opereta, oratorio y cantó en recital en todos los grandes festivales y coliseos. Ya en el inicio de su carrera fue calificada como la mejor mezzo del siglo y su vida así lo testimonió. En el recital era donde Berganza lucía los magníficos vestidos y accesorios que ahora se presentan en esta colaboración con el Festival de Granada y Fundación Caja Rural Granada.

Tomás Marco, director de la Real Academia de Bellas Artes de San Fernando, en sesión de homenaje post mortem a la académica Teresa Berganza el 7 de noviembre de 2022, la definía en su discurso: «Atenta al público, organizada y respetuosa, anotaba cuidadosamente los repertorios que hacía en cada lugar para no repetir o para hacerlo con suficientes razones, incluso ella, siempre elegantísima y espectacular cuando aparecía en el escenario, me dijo que llevaba un registro de los trajes que usaba en cada lugar para elegir el más adecuado cuando regresaba. ¿Sabes?, me dijo en una ocasión, en la ópera hay siempre un diseñador del vestuario que te viste como a él le apetece, aunque –añadía– yo siempre me lo ajusto para dominarlo como el papel cantado».

La exposición estará en la Sala Zaida de Fundación Caja Rural Granada hasta el 6 de junio de lunes a sábado en horario de 18.30 a 21.30 horas.

DIARIO JAEN

Publicación	Diario Jaén General, 11	Fecha	08/05/2026
Soporte	Prensa Escrita	País	España
Circulación	3771	V. Comunicación	2 095 EUR (2,463 USD)
Difusión	4377	Tamaño	113,64 cm² (18,2%)
Audiencia	19 000	V.Publicitario	642 EUR (755 USD)

Dossier de prensa unacc

ÁLVARO MARTÍNEZ RODRÍGUEZ Director general adjunto de Caja Rural de Jaén

"Sostienen el funcionamiento de la sociedad"



■ "Hoy (por ayer) no solo celebramos méritos individuales, celebramos también una manera de entender la responsabilidad pública como vocación de servicio, como contribución al progreso de la provincia de Jaén y como compromiso con el bien común", señaló al comienzo de su intervención el director general adjunto de Caja Rural de Jaén, Álvaro Martínez, que destacó que los premiados son ejemplos que, con frecuencia, "se desarrollan lejos de los focos". "En una provincia como Jaén, hablar de servicio público es hablar de cuestión territorial, de igualdad de oportunidades y de la importancia de que los servicios lleguen a todos los rincones, a nuestros barrios, a nuestros pueblos y a las personas que más necesitan esa dimensión humana", agregó Martínez Rodríguez.

En este sentido, puso el foco en que Caja Rural de Jaén "entiende muy bien esa responsabilidad" de los empleados públicos: "Nuestra vocación es llevar a esta tierra a su desarrollo y a las personas que la hacen avanzar. Creemos en una economía con raíces en la cercanía como forma de entender las relaciones".

Asimismo, el director general adjunto de la entidad de crédito reivindicó que una sociedad avanza "cuando conoce el valor de quienes la sostienen cada día". "Y lo hacen muchas veces desde la discreción y el trabajo callado", precisó.

Así resaltó el "valor especial" de estos reconocimientos: "Detrás de los servicios públicos hay personas que atienden, escuchan, acompañan, resuelven, protegen y sostienen, muchas veces de forma silenciosa, el funcionamiento cotidiano de nuestra sociedad. Está en la maestra que abre la puerta cada mañana para formar a las nuevas generaciones; en quienes trabajan para que una administración responda con cercanía, eficacia y humanidad; y en los profesionales sanitarios que acompañan en los momentos de mayor vulnerabilidad".

la Mañana

Publicación	La Mañana General, 19	Fecha	08/05/2026
Soporte	Prensa Escrita	País	España
Circulación	2495	V. Comunicación	3 478 EUR (4,090 USD)
Difusión	1927	Tamaño	322,48 cm² (28,5%)
Audiencia	9828	V.Publicitario	1066 EUR (1254 USD)

Dossier de prensa
unacc

CaixaGuissona tanca el 2025 amb un benefici de 19,3 milions

L'entitat bancària de la Segarra continua creixent i ja supera els 108.000 clients i els 2.600 milions en volum de negoci

REDACCIÓ
Guissona

CaixaGuissona ha tancat l'exercici del 2025 amb un benefici net de 19,3 milions d'euros, xifra que representa un nou rècord en la seva història i un increment del 23,4% respecte dels prop de 12 milions que va obtenir l'any passat. A més, en el darrer exercici, l'entitat ha sumat 12.312 clients nous i ja supera els 108.000. Segons ha valorat el director general de CaixaGuissona, Martí Bravo, "el 2025 confirma la solidesa" del model de l'entitat i la seva capacitat "per continuar creixent amb criteri, eficiència i una proposta de valor clara i diferencial". Entre les novetats de l'any passat, hi ha l'obertura d'una nova oficina a Manresa que dona servei a més de 6.700 clients i que suposa la cinquena oficina física de l'entitat. La xifra de negoci de Caixa Guissona, que integra dipòsits i préstecs gestionats de clients i socis, ha augmentat fins als 2.678 milions d'euros, un 16,62% més que l'any 2004, mentre que els actius administrats han assolit els 2.275 milions, un 16,78% més que en l'exercici anterior.



FOTO_ CaixaGuissona Una de les oficines de l'entitat

Un dels indicadors més destacats de l'exercici ha sigut l'evolució del crèdit concedit a clients, que ha crescut un 14,95%. Caixa Guissona ha incrementat un 83% el volum de finançament atorgat a clients, i un 29% el número d'operacions formalitzades, amb 221 milions concedits.

La Tribuna DE CIUDAD REAL

Publicación	La Tribuna de Ciudad Real General, 24
Soporte	Prensa Escrita
Circulación	2822
Difusión	2216
Audiencia	11 000
Fecha	08/05/2026
País	España
V. Comunicación	3 139 EUR (3,691 USD)
Tamaño	330,29 cm² (53,0%)
V.Publicitario	1179 EUR (1387 USD)

Dossier de prensa unacc

PAULA Y EL SUEÑO DE SER ASTRONAUTA

La joven ciudadrealeña, estudiante de primero de Ingeniería, dice no creerse la experiencia de haber estado sin gravedad por unos minutos gracias a la iniciativa Astronauta por un Día

HILARIO L. MUÑOZ / CIUDAD REAL

Es muy difícil de describir con palabras porque es algo que nunca había sentido». Esta es la sensación que le queda a Paula Jurado, ciudadrealeña y única representante de Castilla-La Mancha en la primera edición española de Astronauta por un Día. Jurado, estudiante de primero de Ingeniería Industrial, regresó el miércoles por la noche de Murcia, desde donde partieron de la Base Aérea de San Javier en un vuelo de microgravedad para el que estuvieron preparándose durante varias semanas. «No todo el mundo tiene la suerte de sentirlo, pero vamos, fue una pasada, yo me he quedado alucinada», indica.

Para llegar a este sueño de despegar del suelo por unos segundos y sentir lo mismo que un astronauta, Jurado señala que ha contado con el apoyo de la empresa en la que está, gracias a una beca de iniciación a la investigación de Globalcaja. Allí, el jefe de la empresa le dijo que había salido este programa en España, que ya antes se había desarrollado en otros países de Europa. «Me dijo que probara, porque me gusta el sector aeroespacial. Tuve que enviar un vídeo, enseñar mis notas (el año pasado fue la mejor PAU de Castilla-La Mancha, con un 13,975) y luego pasar un reconocimiento médico». Además, recibió clases para adaptarse a las sensaciones a las que se iban a enfrentar, sobre «cómo funciona la gravedad».

> Jurado: «No todo el mundo tiene la **suerte de sentirlo,** pero vamos, fue una pasada»

En esas clases le pidieron que no moviera mucho la cabeza para evitar problemas, pero cuando vio que empezaba a flotar, con una sensación que no se creía, no podía dejar de mirar a todos lados e intentar explicar a sus compañeros, otros 29 jóvenes de toda España, lo que estaba sucediendo. Ahí empezaron «a hacer el pino, a dar volteretas, a andar por el techo». «Lo más complicado era mantenerse». Ella estaba «como una niña de cinco años».



Cedro

Paula Jurado (cuarta desde la derecha) posa sin gravedad, junto a sus compañeros de aventura y la ministra (segunda). / LT



La joven ciudadrealeña flotando en primer plano.

Del viaje, Jurado se trae un montón de compañeros. «Gente muy interesante y muy agradable», a la que les costaba situar Ciudad Real en el mapa, pero ella les ayudó como única representante de la región. Además, con su labor en una empresa de satélites, muestra que en Ciudad Real «tienes todas las mismas oportunidades» que hay en cualquier otro sitio de España.

Tras la aventura, reflexiona sobre el futuro e indica que su objetivo es seguir centrada «en acabar la carrera», pero no descarta soñar con la Agencia Espacial Española, encargada de esta iniciativa junto al Ministerio de Ciencia.

La Tribuna DE CIUDAD REAL

Publicación	La Tribuna de Ciudad Real Suplemento, 3	Fecha	08/05/2026
Soporte	Prensa Escrita	País	España
Circulación	2631	V. Comunicación	2 068 EUR (2,432 USD)
Difusión	2065	Tamaño	133,99 cm² (21,5%)
Audiencia	11 000	V.Publicitario	634 EUR (746 USD)

Dossier de prensa unacc

Inteligencia Artificial y negocios, las claves para empresas de la 'Digital Summit' de Eurocaja Rural

LA TRIBUNA / TOLEDO

La Fundación Eurocaja Rural ha celebrado una nueva edición del encuentro 'Digital Summit', una cita centrada en el impacto de la inteligencia artificial en la transformación digital y el crecimiento empresarial. El evento, organizado junto a Minsait (Indra), Fundación Orange, Puro Marketing y Eurocaja Rural, se ha desarrollado bajo el lema 'Medir o intuir: datos y decisiones para impulsar tu negocio'.

Durante la inauguración, el director general de Eurocaja Rural, Víctor Manuel Martín López, defendió que la innovación tecnológica y la inteligencia artificial deben estar al alcance tanto de administraciones públicas como de pequeñas y medianas empresas, con el objetivo de reforzar la competitividad, dinamizar el tejido empresarial y generar nuevas oportunidades de desarrollo.

Asimismo, destacó la importancia de mantener un equilibrio entre tecnología y cercanía humana, una filosofía que, según señaló, forma parte del modelo de banca social y próxima que promueve Eurocaja Rural y su Fundación.



El presidente de Eurocaja Rural, Javier López Martín, clausuró las jornadas. / LT

Martín López subrayó también que, aunque actualmente existe acceso a una gran cantidad de información y herramientas digitales, el verdadero desafío reside en aprovechar esos datos de manera eficiente y estratégica. En este sentido, explicó que desde Eurocaja Rural ya aplican inteligencia artificial en áreas como la segmentación de clientes, el diseño de productos y la evaluación de la experiencia y satisfacción del usuario.

Por su parte, el director de la Agencia de Transformación Digital de Castilla-La Mancha, Juan Ángel Morejudo, intervino en este encuentro para defender el papel de la tecnología para optimizar procesos internos y mejorar la atención a la ciudadanía, facilitando unos servicios públicos más accesibles y eficaces.

El Día de Soria

Publicación	El Día de Soria General, 32	Fecha	08/05/2026
Soporte	Prensa Escrita	País	España
Circulación	3200	V. Comunicación	1 305 EUR (1,534 USD)
Difusión	3070	Tamaño	143,21 cm² (23,0%)
Audiencia	8450	V.Publicitario	481 EUR (566 USD)

Dossier de prensa unacc

SELLOS | CALIDAD

La Mesa de la Trufa marca el camino hacia la IGP en un momento «clave» para Soria

La Diputación reúne a los principales agentes implicados para definir una estrategia en base a calidad, colaboración y competitividad

REDACCIÓN / SORIA

La Diputación de Soria ha acogido esta semana una nueva reunión de la Mesa de la Trufa, un encuentro de trabajo en el que se presentó la hoja de ruta para avanzar en la consecución de la Indicación Geográfica Protegida (IGP) de la Trufa Negra de Soria, uno de los principales objetivos estratégicos para el sector en la provincia.

La reunión estuvo presidida por el presidente de la institución provincial, Benito Serrano, junto a los diputados responsables de las áreas de Desarrollo, Turismo y Agricultura, y contó con la participación de varios representantes de la Junta de Castilla y León, el Ayuntamiento de Medinaceli, la Asociación de Truficultores de Soria, Soria Activa, Caja Rural de Soria, CESEFOR, ASOHTUR y ASFOSO, entre otros agentes vinculados al desarrollo económico y agroalimentario del territorio.

Durante el encuentro, se puso de manifiesto la importancia de este foro como herramienta de coordinación estable entre todos los actores implicados, en un momento clave para el futuro del sector. La Mesa de la Trufa se consolida, así como un espacio de diálogo en el que instituciones, productores y entidades trabajan de forma conjunta para avanzar en un objetivo común.



Manos expertas muestran el interior de una trufa negra de Soria./ EUGENIO GUTIÉRREZ

El presidente de la Diputación destacó «las ganas de colaborar y de unir esfuerzos para asegurar que la trufa negra de Soria sea valorada a nivel nacional», subrayando que la obtención de la IGP es un proceso exigente que «requiere consenso, compromiso y una visión compartida a medio y largo plazo». La provincia de Soria cuenta actualmente con más de 2.000 hectáreas dedicadas al cultivo de trufa. Este crecimiento en superficie y profesionalización del sector ha hecho aún más necesaria una planificación estratégica que permita ordenar, proteger y promocionar el producto bajo un sello de calidad diferenciada.

El Día de Soria

Publicación	El Día de Soria General, 19	Fecha	08/05/2026
Soporte	Prensa Escrita	País	España
Circulación	3200	V. Comunicación	763 EUR (897 USD)
Difusión	3070	Tamaño	68,69 cm² (11,0%)
Audiencia	8450	V.Publicitario	292 EUR (343 USD)

Dossier de prensa unacc

REFLEXIONES

La colaboración institucional, clave para el desarrollo

El presidente de la Cámara de Comercio de Soria, Alberto Santamaría, subrayó que «esta legislatura ha demostrado que cuando las instituciones trabajan juntas, con lealtad y objetivos compartidos, se pueden lograr avances reales para el desarrollo económico de la provincia». En este sentido, puso en valor la intensa colaboración mantenida con todas las administraciones, entidades y agentes sociales, «clave para impulsar proyectos, defender los intereses de las empresas y construir una estrategia de futuro para Soria». Santamaría incidió también en la importancia de «trabajar desde y para todo el territorio», con una atención especial al medio rural, donde la Cámara ha reforzado su presencia y sus servicios para acercar oportunidades a empresas y emprendedores, contribuyendo a fijar población y actividad económica. Asimismo, destacó el papel de la Cámara como «aliado cercano y útil para las pequeñas empresas y los autónomos, que son la base de nuestro tejido productivo y a quienes hemos acompañado en sus retos diarios, desde la creación de sus negocios hasta su crecimiento y adaptación a los nuevos tiempos».

El presidente trasladó, además, un mensaje claro de confianza en el futuro: «Hemos trabajado estos años desde el optimismo, convencidos de que Soria puede transformar su realidad. Hoy más que nunca, podemos afirmar que esta tierra es una tierra de oportunidades, con capacidad para atraer talento, generar actividad económica y construir un futuro sólido».

Finalmente, Santamaría expresó su agradecimiento «a todas las instituciones que han trabajado codo con codo con la Cámara, especialmente a la Junta de Castilla y León, al Ayuntamiento de Soria, la Diputación Provincial, la Subdelegación del Gobierno, el resto de ayuntamientos de la provincia, y a Caja Rural de Soria por su compromiso constante, a las empresas que dan sentido a nuestra labor y, de manera muy especial, a todo el equipo humano de la Cámara - Pleno, Comité Ejecutivo y técnicos- cuyo esfuerzo y dedicación han sido fundamentales para alcanzar estos resultados».

SEGRE

Publicación	Segre Castellano Lleida, 26	Fecha	08/05/2026
Soporte	Prensa Escrita	País	España
Circulación	1667	V. Comunicación	6 845 EUR (8,050 USD)
Difusión	1459	Tamaño	445,18 cm² (39,3%)
Audiencia	5000	V.Publicitario	2098 EUR (2467 USD)

Dossier de prensa
unacc

BANCA RESULTADOS

CaixaGuissona cierra 2025 con un beneficio de 19,3 millones de euros

La entidad superó el año pasado los 108.000 clientes y abrió su quinta oficina física

|| El crédito concedido a clientes creció, asimismo, un 14,95%, con 221 millones

| LLEIDA | CaixaGuissona ha cerrado el ejercicio de 2025 con un beneficio neto de 19,3 millones de euros, lo que representa un nuevo récord en su historia y un incremento del 23,4% respecto a los cerca de 12 millones que obtuvo el año pasado. Además, en el último ejercicio, la entidad ha sumado 12.312 nuevos clientes y ya supera los 108.000.

Según valoró el director general de CaixaGuissona, Martí Bravo, "2025 confirma la solidez" del modelo de la entidad y su capacidad "para seguir creciendo con criterio, eficiencia y una propuesta de valor clara y diferencial".

La entidad destacó que el crecimiento de la base de clientes se ha producido de forma totalmente orgánica. La satisfacción de estos clientes hizo que en 2025 CaixaGuissona recuperara la primera posición en el ranking de la Organización de Consumidores y Usuarios (OCU) de las entidades financieras mejor valoradas por los clientes en España.

La cifra de negocio de CaixaGuissona, que integra depósitos y préstamos gestionados de clientes y socios, ha aumentado hasta los 2.678 millones de euros, un 16,62% más que en 2004, mientras que los activos administrados han alcanzado los 2.275 millones de euros, un 16,78% más que en el ejercicio.

Uno de los indicadores más destacados del ejercicio fue la evolución del crédito concedido a clientes, que creció un 14,95%.

CAIXAGUISSONA



Imagen de la oficina de CaixaGuissona en Gran Passeig de Ronda, en Lleida.

OCU

CaixaGuissona recuperó en 2025 la primera posición de las entidades mejor valoradas por los clientes

CaixaGuissona ha incrementado un 83% el volumen de financiación otorgado a clientes y un 29% el número de operaciones formalizadas, con 221 millones de euros concedidos.

El patrimonio neto de CaixaGuissona se ha situado en 150 millones de euros. Asimismo, el ratio de solvencia CET1 ha sido del 21,54%, por encima de los requerimientos del supervisor, manteniéndose la morosidad en un 1,46% por debajo de la media del 2,71% del sistema bancario español.

Al cierre del ejercicio 2025, el volumen de negocio fuera de balance administrado desde la entidad ha ascendido a 156 millones de euros, lo que supone un nuevo máximo histórico para la entidad bancaria.

La entidad cuenta con un equipo de 75 profesionales. Entre las novedades del año pasado, se encuentra la apertura de una nueva oficina en Manresa que da servicio a más de 6.700 clientes y que supone la quinta oficina física de la entidad. El modelo de oficinas físicas convive con la apuesta por la banca digital, donde se realizan cerca del 99% de las operaciones que realizan.

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