Resumen de prensa

lunes, 18 de mayo de 2026



ÍNDICE

#	Medio	Titular	Fecha	
3	El País	El pago con Bizum llega a tiendas y bares con un despliegue limitado	18/05/2026	33
4	Expansión	ING, Deutsche, Bankinter, BNP y March se libran del impuesto a la banca	18/05/2026	18
5	Expansión	BBVA y Santander sacan rédito de su apuesta global en banca de inversión	18/05/2026	19
6	Expansión	El cliente no vinculado paga 240 euros en cinco bancos	18/05/2026	18
7	El Economista	Santander aspira a alcanzar en seguros una cuota de mercado igual a la del banco	18/05/2026	12
8	Expansión	CaixaBank crea una filial inmobiliaria para asesorar a grandes patrimonios	18/05/2026	17
9	El Periódico	Los neobancos afilan sus planes para captar a desencantados con la banca	18/05/2026	18
10	El Periódico	“ “	18/05/2026	19
11	El Economista	Bankinter vuelve a figurar entre los bancos más sostenibles del mundo	18/05/2026	68
12	El Economista	“ “	18/05/2026	69
13	El Economista	Los grandes planes de empresa baten en 200 puntos básicos a la inflación en un año	18/05/2026	21
14	Las Provincias	Colaboración conjunta en apoyo a la empresa familiar valenciana	18/05/2026	11
15	Hoy Badajoz	La ciudad sede de unas jornadas sobre legalidad urbanística	18/05/2026	13
16	Diario Jaén	Ocio para niños con problemas auditivos	18/05/2026	25

EL PAÍS

Publicación	El País Madrid, 33	Fecha	18/05/2026
Soporte	Prensa Escrita	País	España
Circulación	41 200	V. Comunicación	33 979 EUR (39,492 USD)
Difusión	30 500	Tamaño	172,77 cm² (27,7%)
Audiencia	123 500	V.Publicitario	9538 EUR (11 085 USD)

Dossier de prensa unacc

El pago con Bizum llega a tiendas y bares con un despliegue limitado

El sistema tardará semanas en estar disponible de forma masiva para los clientes

RICARDO SOBRINO
Madrid

El pago con Bizum en comercios físicos ya es una realidad. Desde este lunes, la plataforma creada por la banca se ha convertido en un nuevo medio de pago para comprar en tiendas de ropa, supermercados, farmacias o cafeterías, aunque con un estreno descafeinado. El sistema ya está operativo, si bien inicialmente solo está disponible para una parte reducida de los clientes, comercios y entidades financieras. Este arranque tendrá un despliegue limitado y progresivo antes del lanzamiento comercial a gran escala, previsto para después del verano.

La puesta en marcha de Bizum como medio de pago a pie de calle es uno de los movimientos más ambiciosos de la plataforma desde su creación en 2016. Con esta funcionalidad, Bizum pasa a competir con los gigantes de pagos mundiales Visa y Mastercard. Sin embargo, el estreno es más simbólico que masivo. Aunque varias entidades como CaixaBank, BBVA o algunas cajas rurales han comenzado a habilitarlo desde este lunes a través de sus aplicaciones móviles, la disponibilidad dependerá del calendario de cada banco. Los propios bancos comunicarán a los clientes que ya tienen disponible esta funcionalidad.

Ya estaba previsto que el despliegue se acometiera por fases. Aunque las fuentes financieras consultadas aseguran que el sistema está preparado para dar cabida a los 31 millones de usuarios que tiene Bizum, el plan era dar entrada primero a clientes más activos y poco a poco incorporar al resto de manera fluida y escalonada. Igualmente con los comercios, el plan era comenzar por las grandes superficies e ir incorporando a todo el espectro. Pero el aterrizaje se ha encontrado con turbulencias por el camino que han obligado a adoptar diferentes ritmos entre entidades.

Algunas han llegado muy justas a la fecha de lanzamiento para conectar sus sistemas con la infraestructura de Bizum y habilitar el pago presencial. Otro de los puntos que ha sufrido cambios en el calendario es Bizum Pay, la nueva cartera digital propia de la plataforma, que funcionará igual que Apple Pay o Google Pay. Aunque inicialmente estaba previsto que estuviera disponible (que no operativa) para todos los usuarios de Android e iOS desde hoy, finalmente su despliegue se retrasará hasta junio.

Hasta entonces, el acceso al pago con Bizum en los comercios dependerá de cada entidad financiera, que lo integrará en sus propias apps. Una vez que los clientes tengan acceso al pago con Bizum en los establecimientos, bien a través de la app de su banco o de Bizum Pay, la billetera digital permitirá incluir otras tarjetas y se podrá pagar acercando el teléfono móvil al terminal de cobro.

La diferencia con las tarjetas y otros sistemas de pago móvil es que el pago se ejecutará como una transferencia inmediata entre cuentas. Además, Bizum Pay permitirá establecer un segundo medio de pago, que funcionará como respaldo. En el caso de que no sea posible pagar con Bizum, el sistema automáticamente pagará con ese segundo método (una tarjeta) sin tener que reiniciar el proceso.

La banca se da unos meses para abrir la 'app' al público progresivamente

La plataforma entra a competir con Visa y Mastercad y lanzará una billetera digital

Para los comercios no será necesario sustituir los terminales de pago actuales. Bastará con que las entidades activen la funcionalidad en los terminales del punto de venta (TPV) ya instalados; se trata de una especie de actualización.

Durante estas primeras semanas y meses, la previsión es que todos los bancos se vayan sumando e incorporando progresivamente a sus clientes particulares y comercios. Se trata de un periodo de preparación para posicionarse. Hasta entonces, el estreno de Bizum en las tiendas será discreto. Más una fase de pruebas a gran escala que un despliegue masivo.

El objetivo de la banca es evitar problemas en un servicio especialmente delicado y acostumbrar poco a poco a los clientes a utilizar Bizum no solo para dividir una cena entre amigos, sino también para pagar el café de la mañana o la compra del supermercado. Una vez que ya todos estén preparados, el verdadero lanzamiento llegará en septiembre, cuando las entidades prevén iniciar campañas de publicidad y promoción una vez que el sistema esté plenamente estabilizado. Y a partir de ahí será posible ver entre los bancos una guerra para captar clientes.

Aunque ya se puede pagar con Bizum en el comercio electrónico en más de 100.000 tiendas, hasta ahora este medio se utilizaba en la mayoría de los casos para enviar dinero a amigos y familiares, una función gratuita y por la que los bancos no percibían ningún ingreso. Con la entrada en el comercio físico, por cada compra los bancos aplicarán una pequeña comisión a los establecimientos, por lo que ahora Bizum se convertirá en una fuente de ingresos para las entidades. Y dado que solo se puede tener activado en un banco, habrá una lucha por captar clientes. No sería de extrañar que la banca lance campañas promocionales en las que incluya algún beneficio a los clientes que se den de alta en Bizum.

La banca ve en este movimiento una oportunidad para ampliar el negocio y competir en un terreno dominado por Visa y Mastercard. El reto comienza desde hoy para convertir un sistema arraigado como forma de pago entre amigos a un hábito cotidiano en el supermercado o la cafetería.

Expansión

Publicación	Expansión General, 18	Fecha	18/05/2026
Soporte	Prensa Escrita	País	España
Circulación	40 000	V. Comunicación	54 700 EUR (63,575 USD)
Difusión	31 200	Tamaño	210,27 cm² (33,7%)
Audiencia	120 000	V.Publicitario	9615 EUR (11 175 USD)

Dossier de prensa unacc

ING, Deutsche, Bankinter, BNP y March se libran del impuesto a la banca

R. Lander. Madrid

El impuesto extraordinario a la banca de Pedro Sánchez afecta al centenar de entidades de crédito y sucursales de bancos extranjeros con negocio en España. Sin embargo, en la práctica casi toda la factura fiscal se reparte entre CaixaBank, BBVA, Santander y Sabadell. Cajamar y Unicaja también pagan, aunque una cantidad muy baja. Entidades como ING, Bankinter y Banca March, con altas cuotas de negocio en algunos segmentos, lo han esquivado gracias a la deducción del 25% en el Impuesto de Sociedades que contempla la norma.

La banca lleva años lamentándose de la existencia de un impuesto extraordinario que afecta únicamente a este sector. Sostiene que no tiene parangón en el resto de Europa, porque se trata de una figura fiscal con carácter permanente y por eso está recurrido en los tribunales.

Cuando Pedro Sánchez sacó adelante en el Congreso este recargo fiscal sobre los ingresos tenía la condición de gravamen y afectaba únicamente a los diez mayores bancos del ránking por tamaño de balance. Es decir, solo los cotizados. Dejaba fuera a entidades extranjeras como ING y Deutsche Bank.

A finales de 2024 se aprobó una nueva ley que convirtió en sujeto pasivo del impuesto a todas las entidades de crédito y sucursales de entidades de crédito.



Efe

Arcadi España, ministro de Hacienda.

La ley permite a los bancos deducirse hasta el 25% del Impuesto de Sociedades pagado

CaixaBank, BBVA, Santander y Sabadell cargan en la práctica con casi todo el tributo

Tipo progresivo

La gran novedad fue que el tipo impositivo que se aplicaba sobre los ingresos (margen de intereses y comisiones netas) dejó de ser igual para todos. Pasó a ser progresivo y, por tanto, a penalizar mucho más a los grandes. Los tramos oscilan entre el 1% para ingresos inferiores a los 750 millones de euros y el 7% para bases liquidables superiores a los 5.000 millones de euros. La ley permite a los bancos deducirse hasta el 25% del Impuesto de Sociedades pagado. En este caso, se trata de una deducción lineal para todos.

Esos dos efectos sumados son los que han provocado que, en la práctica, la inmensa mayoría del centenar de entidades sujetas al recargo fiscal se hayan librado de pagarlo porque la cuota resultante es cero o testimonial.

Así ha sucedido en el caso de entidades de un tamaño relevante, especialmente en negocios de altos márgenes, como ING, Deutsche Bank, Bankinter, BNP Paribas y Banca March, según indican fuentes financieras y reflejan sus cuentas anuales.

La gran mayoría de los bancos españoles no sobrepasan los 750 millones anuales de margen de intereses, por lo que tributan al tipo mínimo del 1%.

CaixaBank

El gran damnificado es CaixaBank, que tributa una gran parte de sus ingresos al tipo máximo del 7%. Esta entidad es la mayor por volumen de negocio en España y pagó el año pasado 611 millones, una vez aplicadas las deducciones. Su consejero delegado se ha lamentado en algunas ocasiones de que hay bancos con los que compiten muy fuerte en algunas zonas de España que tienen una carga fiscal de solo el 1%.

Santander abonó el año pasado 392 millones; BBVA, 295 millones; Sabadell, 123 millones; Unicaja, 20 millones, y Cajamar, 10,2 millones.

Bancos vascos

Los bancos vascos se han librado hasta ahora de este impuesto. Guipúzcoa, Álava y Vizcaya tienen Haciendas propias y tenían que transferirlo a su legislación. Será este año cuando estén sujetos a él. Sin embargo, de abonarlo, lo harán con cuantías muy testimoniales ya que la normativa aprobada es mucho más laxa que la de las CCAA sujetas al régimen común.

Kutxabank se beneficiará de las reducciones de la base imponible contempladas para las cantidades destinadas a la obra social y a las inversiones en empresas. Y Laboral Kutxa, del tratamiento especial a la promoción de las cooperativas.

Gran parte de las cajas rurales y de los neobancos están exentos del impuesto a la banca por razón de tamaño, ya que la ley deja fuera a aquellos con ingresos anuales inferiores a los cien millones de euros.

Expansión

Publicación	Expansión General, 19	Fecha	18/05/2026
Soporte	Prensa Escrita	País	España
Circulación	40 000	V. Comunicación	71 179 EUR (82,727 USD)
Difusión	31 200	Tamaño	326,04 cm² (52,3%)
Audiencia	120 000	V.Publicitario	13 071 EUR (15 192 USD)

Dossier de prensa unacc

BBVA y Santander sacan rédito de su apuesta global en banca de inversión

ESTADOS UNIDOS Y LOS NUEVOS MERCADOS IMPULSAN LOS RESULTADOS/ El crecimiento internacional se convierte en el motor de los ingresos y los beneficios de ambas entidades.

Inés Abril. Madrid

BBVA nunca había ganado tanto dinero en banca de inversión. Tampoco había conseguido que los beneficios de la división superaran los 1.000 millones de euros en un solo trimestre. Santander ha hecho de este negocio el que más crece en ingresos, margen de intereses y beneficios entre sus actividades más consolidadas.

Los dos grandes bancos españoles se han gastado mucho dinero en los últimos años en fichar banqueros y ampliar sus equipos en Estados Unidos y Reino Unido para conseguir una presencia internacional capaz de competir con los grandes. Y en este camino han convertido sus bancos de inversión en motores de sus resultados, según muestran las cuentas de ambas entidades en el primer trimestre del año.

Los 1.083 millones de euros de beneficios en BBVA Corporate & Investment Banking (CIB) son más de un tercio de los resultados del grupo, aunque la comparación no es homogénea, porque la banca de inversión no incorpora ajustes por hiperinflación en Turquía y Argentina.

La subida a tipos de cambio constantes es del 24,2%, frente al 14,1% de BBVA en su conjunto. Los ingresos del negocio crecen al 23,8%. Los del grupo, al 18,3%.

Salto internacional

El empuje internacional ha sido clave. Turquía ha sido históricamente el mercado con más pulso para BBVA CIB. Ya no es así. El área donde el banco engloba todos los países en los que se ha reforzado o entrado de forma reciente ha empatado por primera vez en contribución al beneficio, justo cuando algunos bancos de inversión, como JPMorgan, comenzaban a cuestionar la rentabilidad del crecimiento exterior.

La suma de Estados Unidos, Reino Unido, Oriente Próximo, Asia, Francia, Italia y Europa Central supone ahora el 26% de las ganancias de BBVA CIB, seis puntos porcentuales más que a cierre de 2025. Turquía baja del 32% al 26%, mientras que México recorta dos puntos su peso, hasta el 21%, y España lo eleva cinco, al 20%.

Estados Unidos es el motor. La banca de inversión ha trabajado para acercarse a las grandes empresas e inversores institucionales del país. El año pasado ya había conseguido que dos tercios de las compañías que componen el índice S&P 500 fueran clientes de BBVA, según aseguró su responsable en el país, Regina Gil. Y el negocio ha seguido en 2026.



JM Cadenas

Carlos Torres, presidente de BBVA.



JM Cadenas

Ana Botín, presidenta de Santander.

EEUU, Reino Unido, Oriente Próximo, Asia, Francia, Italia y Europa Central son el 26% de BBVA CIB

Eso ha disparado las operaciones transfronterizas (*cross-border*). Era uno de los objetivos de BBVA con su internacionalización y suponen ya el 36% del resultado de la banca de inversión.

Crecimiento sostenido

Es "un crecimiento sostenido, impulsado por clientes asiáticos y americanos, mientras que México, España y Estados Unidos se consolidan como las principales geografías receptoras de inversión de clientes globales", señala BBVA.

La división también ha diversificado su base de clientes, con una apuesta por los inversores financieros, donde se encuentra el capital riesgo, los fondos de inversión, las aseguradoras y los bancos, para equilibrar su tradicional especialización más centrada en empresas.

Este movimiento se ha traducido en un crecimiento de ingresos en el negocio institucional del 62% en el primer trimestre, con alzas de triple dígito en las aseguradoras y el sector público.

El segmento corporativo mejora un 23% su facturación.

La banca de inversión es el negocio que más crece en Santander. Solo los pagos le hacen sombra, pero esta actividad parte de cifras tan reducidas (ha ganado dos millones de euros en el trimestre) que la comparación no es homogénea.

Más que el grupo

Entre las áreas más desarrolladas, CIB no tiene rival. Los ingresos crecen al 15%, frente al 2% de la banca minorista, el 5% de Openbank y el 6% del grupo. Lo mismo con el margen de intereses (37% de incremento, incluso por encima del 19% de los pagos) y en el beneficio (16% al alza, hasta los 889 millones de euros, y 14% en el banco en su conjunto). Solo las comisiones no han sido capaces de seguir el ritmo y caen en la comparación interanual.

"Nuestra diversificación por línea de negocio, geografía y tipo de cliente, fortalecida por las inversiones realizadas en los últimos años, nos permite ofrecer un crecimiento sostenible y una mayor predictibilidad, reforzando nuestra posición competitiva", señala Santander.

El banco tiene dos metas: consolidarse en Estados Unidos y elevar el perfil de las operaciones en las que participa. Asegura que ha avanzado en ambas. "Hemos fortalecido nuestro papel de asesor en operaciones complejas y transfronterizas", afirma Santander. "Destacó, un trimestre más, nuestro avance en Estados Unidos, apoyado en las inversiones realizadas", añade.

También ha crecido el alcance de la banca de inversión como generadora de productos para el resto del grupo. La banca minorista y la división que gestiona las grandes fortunas ya usan los diseños realizados para las grandes empresas. Ahora se ha unido Openbank, que utiliza soluciones de CIB y su asesoramiento para los mercados de capitales, según ha revelado.

BBVA gana 1.083 millones en banca de inversión, más de un tercio de los resultados del grupo

En Santander, los ingresos de CIB crecen al 15%, frente al 6% del grupo y al 2% del área 'retail'

Expansión

Publicación	Expansión General, 18	Fecha	18/05/2026
Soporte	Prensa Escrita	País	España
Circulación	40 000	V. Comunicación	39 710 EUR (46,153 USD)
Difusión	31 200	Tamaño	211,60 cm² (33,9%)
Audiencia	120 000	V.Publicitario	9656 EUR (11 223 USD)

Dossier de prensa unacc



JM Cadenas

Sucursales bancarias en una calle de Madrid.

El cliente no vinculado paga 240 euros en cinco bancos

POR MANTENIMIENTO DE CUENTA ANUAL/ La lista incluye a Santander, CaixaBank, Sabadell, Deutsche Bank y a Cajamar.

R. Lander. Madrid

Los bancos cuidan a los clientes que tienen seguros, fondos de inversión y planes de pensiones contratados con ellos a costa de aplicar comisiones altamente disuasorias a aquellos usuarios con baja vinculación, salvo que sean cuentas exclusivamente digitales. Santander, CaixaBank, Sabadell, Deutsche Bank y Cajamar son los más caros. Cobran hasta 240 euros anuales a los titulares de cuentas no bonificadas.

Los bancos dividen a sus clientes en dos grupos. La primera categoría son los usuarios vinculados, aquellos que tienen como mínimo la nómina o pensión domiciliada y para los que es su entidad financiera principal. La segunda son los clientes puros digitales, que nunca pisan la sucursal y a quienes les basta con una cuenta online, por más que la operativa sea limitada. Solo la necesitan para hacer transferencias, domiciliar recibos, para tener una tarjeta de débito y darse de alta en Bizum.

Fuera de esos dos ámbitos, la política de comisiones cero no existe. De hecho, los recargos que aplica el sector son cada vez más altos para rentabilizar esos clientes.

Los más caros y baratos

Entre las doce mayores entidades financieras que operan en España, la asociación de consumidores. Asufin ha identificado cinco que cobran 240 euros anuales por servicios de mantenimiento de cuenta a los usuarios no vinculados. Se trata de Santander, CaixaBank, Sabadell, Deutsche Bank y Cajamar. La más barata es Abanca, que cobra 100 euros, y Unicaja, con 120 euros. El coste medio en comisiones del sector en España ha subido 19 euros en los tres últimos años, de 148 euros a los 167 euros.

Kutxabank, que el año pasado cobraba 36 euros, ha subido sus tarifas hasta los 140 euros. Abanca ha hecho el camino inverso: ha reducido la factura un 24%, de 124 a 100 euros.

De la lista analizada, Bankinter es el único que no aplica recargos a ningún cliente, esté o no vinculado y tenga o no una cuenta puramente online. Tras la absorción de Evo tiene una masa crítica de alrededor de 1,3 millones de usuarios particulares en España.

La política de comisiones cero se está haciendo cada vez más estricta en el universo de las cuentas bonificadas (no digitales). En la mayoría de los casos sigue siendo suficiente con domiciliar la nómina, utilizar a menudo las tarjetas y domiciliar tres recibos. Sin embargo, Asufin ha identificado dos casos en los que la exigencia es superior.

Abanca pide un saldo medio mensual en fondos de inversión, valores, seguros de ahorro o planes de pensiones de al menos 8.000 euros, así como dos seguros.

La cuenta de Sabadell exige la contratación de un crédito o rénting, tres seguros y ser titular de un fondo de inversión o plan de pensiones con un saldo mensual de más de 25.000 euros.

ESTRATEGIA

Los bancos han adaptado sus políticas de **comisiones** a las circunstancias del mercado, según **Asufin**. La prioridad comercial es lograr que el cliente se vincule con tres o cuatro productos contratados para rentabilizarlo.

La política de comisiones cero solo existe en las cuentas digitales y en las cuentas bonificadas

Bankinter es el único que no aplica recargos a ningún cliente, esté o no vinculado

elEconomista

Publicación	El Economista General, 12	Fecha	18/05/2026
Soporte	Prensa Escrita	País	España
Circulación	20 000	V. Comunicación	56 393 EUR (65,542 USD)
Difusión	16 400	Tamaño	615,46 cm² (57,5%)
Audiencia	60 000	V.Publicitario	10 751 EUR (12 495 USD)

Dossier de prensa unacc

Santander aspira a alcanzar en seguros una cuota de mercado igual a la del banco

Pone el foco en crecer en España, Brasil y México con el acento en vida y pensiones

Aitor Caballero Cortés MADRID.

Banco Santander pretende igualar su poderío en su negocio tradicional con el de seguros en los principales mercados en los que opera. Así lo explicó Héctor Grisi, el CEO de la compañía, en la última rueda de prensa de los resultados del grupo hasta marzo: "La realidad es que si ves la cuota de mercado de Santander en cada uno de los países en los que estamos, primordialmente España, Portugal y en Latinoamérica en México y Brasil, en la parte de seguros tenemos una cuota menor", añadió, aunque sin especificar una fecha concreta para el objetivo.

Por ello, el banquero quiere poner el foco en esta pata de negocio para tratar hasta "doblar" el mercado de seguros con su estado actual. La entidad está centrándose en el mercado español, donde en la gran mayoría de indicadores está siempre entre los tres primeros, rondando cuotas medias del 18% en créditos y depósitos según Fitch.

Pero en seguros aún está muy lejos de esos niveles. A cierre de 2025, Santander contaba con una cuota de mercado del 3,5% entre seguros de vida y no vida, según Icea, incluyendo los datos de sus alianzas con Mapfre y Aegon. Bien es cierto que esta aumenta hasta el 6,59% si se acota solo al ramo de vida y sube hasta el 7,55% en ahorro gestionado. El recorrido para ocupar una porción de mercado de seguros similar al bancario pasaría por triplicar las primas actuales en el caso del ramo de vida conforme a los datos estancos a diciembre de 2025. En esa fecha, Santander Seguros, la filial 100% en propiedad del banco, registró unas primas de 2.149 millones y fue quinta en el ranking, por detrás de CaixaBank, Sabadell (con Zurich), Mapfre y BBVA.

Si comparamos con otros países, las distancias pueden ser incluso mayores, como es el caso de México. Aquí el banco es el segundo más importante tras BBVA, acumulando hasta el 14% del mercado en activos. Sin embargo, el mercado de seguros es uno de los más competidos y cuenta con jugadores locales muy fuertes como GNP, que aglutinan más del 13% de las primas. A esto hay que sumarle actores norteamericanos como MetLife y otros actores europeos, como Allianz, Axa, la propia Mapfre o BBVA, que ocupa el segundo lugar.



La sede de Banco Santander. EE

> En España, alcanzar cuotas de seguros similares a la bancaria supondría triplicar el negocio

En Latinoamérica, Santander opera de la mano de Zurich tanto para seguros de vida y de no vida. Aquí, la alianza agrupa aproximadamente algo más de un 4% de cuota, muy lejos de ese 14% que tiene en el negocio bancario.

En Brasil las diferencias son menores, pero porque el mercado más competido aquí es el bancario. Santander es, tanto en activos como en depósitos y créditos, la quinta entidad financiera. En la primera de las mediciones agrupa el 7,24% del mercado, según el regulador brasileño, consolidándose como la primera entidad extranjera. En seguros está ubicada en el mismo lugar, con una cuota superior al 5% de la mano de su socia Zurich.

Oportunidades en vida

Donde Santander ve más opciones de crecimiento es en el negocio financiero de seguros, en vida y pensiones. Es por ello que anunció en su día del inversor la creación de la plataforma Santander Retirement Solutions, que tiene como meta cubrir las necesidades que tienen las personas que van a jubilarse o ya lo están. Aquí el banco englobará todos los servicios de vida, pensiones, salud y asistencia. Además, es donde el banco ha ido haciendo operaciones inorgánicas, como su entrada en Viridium, la quinta compañía en seguros de vida en Alemania, o compras de entidades más pequeñas, como Principal Financial Group en Chile.

Para potenciar la parte de seguros, el Santander también trabaja en un proceso de *reskilling* con sus trabajadores. Grisi mencionó en la rueda de prensa del grupo que uno de los vectores de crecimiento en la venta de seguros es el reposicionamiento del personal destinado a comercializar productos, eliminando tiempo y tareas dedicadas a apartados operacionales. "En países donde estamos más avanzados con este plan, como Portugal, hasta el 90% de lo que se dedican nuestros empleados es a atender al cliente. En España todavía estamos entre el 55% y el 60%", reveló Grisi.

> En Portugal, los empleados dedican hasta el 90% del tiempo a la atención al cliente

Por último, el factor de la inteligencia artificial será otro de los impulsores del crecimiento del Santander en seguros, gracias a "la adaptación a nivel individual de las necesidades de cada cliente", explicó el consejero delegado. En este contexto, en España se está trabajando principalmente en salud, impulsando la propuesta de valor y la accesibilidad.

Expansión

Publicación	Expansión General, 17	Fecha	18/05/2026
Soporte	Prensa Escrita	País	España
Circulación	40 000	V. Comunicación	81 022 EUR (94,166 USD)
Difusión	31 200	Tamaño	417,41 cm² (67,0%)
Audiencia	120 000	V.Publicitario	15 308 EUR (17 792 USD)

Dossier de prensa unacc

CaixaBank crea una filial inmobiliaria para asesorar a grandes patrimonios

BANCA PRIVADA/ El banco dirigido por Gonzalo Gortázar lanza una nueva sociedad que prestará servicios especializados en el sector del 'real estate' orientados a clientes de grandes fortunas.

Sandra Sánchez. Madrid

CaixaBank refuerza su estructura para mantener el fuerte crecimiento en el segmento de altos patrimonios en España. El banco dirigido por Gonzalo Gortázar ha creado una nueva filial para ofrecer asesoramiento inmobiliario a sus mejores clientes.

La entidad ha registrado una sociedad, 100% de CaixaBank, que ha denominado Real Estate Wealth (REW), y ha configurado un equipo especializado para ayudar a sus clientes de banca privada, aquellos con más de 500.000 euros de patrimonio, a incorporar estos activos a sus carteras de inversión.

La nueva filial prestará servicios especializados en el sector, como asesoramiento experto, consultoría estratégica patrimonial, prescripción e intermediación de operaciones. El banco busca ofrecer a sus grandes clientes una propuesta integral de acompañamiento que combine "análisis experto, gestión financiera, visión patrimonial a largo plazo y capacidades inmobiliarias avanzadas".

CaixaBank centrará su actividad en operaciones inmobiliarias relevantes y singulares, originadas exclusivamente por clientes del segmento de altos patrimonios, con lo que el banco pretende asegurar un planteamiento selectivo, especializado y de mayor impacto.

La filial no mantendrá activos inmobiliarios en balance, con lo que el grupo busca garantizar un asesoramiento independiente a sus clientes.



Efe

Gonzalo Gortázar, consejero delegado de CaixaBank.

Equipo

Por el momento, CaixaBank ha creado un equipo de seis profesionales a través de fichajes especializados en el sector del *real estate* y de profesionales procedentes de otras áreas del banco. El equipo, que estará basado en Madrid, podría ir aumentando en función de las necesidades y el crecimiento de la actividad.

Para liderar la nueva sociedad, CaixaBank ha nombrado a David Cózar, con más de 25 años de experiencia en construcción, promoción y gestión inmobiliaria y financiera. Ha desarrollado su carrera en compañías cotizadas del sector, y en CaixaBank, donde ha ejercido diferentes cargos relacionados con el sector inmobiliario desde su llegada en el año 2014. Hasta ahora, ha ocupado el puesto de director de área de Negocio Inmobiliario de BuildingCenter, la sociedad de CaixaBank centrada en la desinversión de la cartera de inmuebles procedentes del grupo.

El banco ha fichado en Solvia y Newdock dos consultores inmobiliarios sénior. Y ha completado el equipo con tres profesionales procedentes del grupo.

El banco crea un equipo de seis profesionales con fichajes y movimientos internos

Ofrecerá consultoría estratégica, intermediación y prescripción y operará sin balance propio

Operativa

CaixaBank aspira a convertir su nueva filial "en la referencia del sector en asesoramiento inmobiliario para altos patrimonios", según explican desde la entidad.

En la práctica, Real Estate Wealth busca apoyar a los clientes de banca privada de CaixaBank en sus decisiones inmobiliarias más relevantes, desde la definición de su estrategia patrimonial, a través de un servicio de consultoría especializada, hasta el acompañamiento en la ejecución de operaciones singulares de compraventa.

En primer lugar, ofrecerá asesoramiento inmobiliario, a través del que el gestor analizará el activo a comprar o vender y hará un análisis de mercado y de cómo está posicionado. Con la consultoría estratégica patrimonial, llevará a cabo funciones de valoración, análisis del activo y regulatorio, y emisión de un informe u opinión, y permitirá que los clientes acceden a una visión global, estructurada y de largo plazo sobre su patrimonio inmobiliario.

En tercer lugar, a través de la prescripción, CaixaBank hará una tarea de búsqueda de posibles compradores/vendedores, para facilitar una posible transacción, incluyendo visitas a los inmuebles y reuniones con los posibles interesados. Y finalmente, la entidad podrá hacer de intermediario.

Además de atender mandatos directos, a través de la nueva filial, CaixaBank identificará también oportunidades en el mercado mediante una red seleccionada de colaboradores y brókeres, ofreciendo alternativas alineadas con los objetivos patrimoniales del cliente. La entidad no ha querido desvelar quiénes serán sus socios.

Banca privada

Real Estate Wealth se integrará dentro de la división de banca privada del grupo, liderada por Belén Martín.

Al margen de ésta, CaixaBank Wealth Management ya tiene otras unidades especializadas como OpenWealth, el *family office* del banco, o CaixaBank Wealth Management Luxembourg, la filial de banca privada de la entidad en Luxemburgo.

CaixaBank cuenta con un patrimonio de clientes de banca privada superior a los 189.200 millones, según los últimos datos disponibles, y un equipo de banqueros privados compuesto por alrededor de 1.170 profesionales.

Un negocio de creciente atractivo

CaixaBank relanzó en octubre del año pasado su negocio de banca privada con el objetivo de reforzar la oferta a sus clientes con patrimonios elevados.
El banco busca atraer a un mayor número de clientes de banca privada, especialmente del segmento de mayores fortunas, para lo que está trabajando en ampliar su oferta con nuevos productos y servicios más sofisticados.
Al margen de la nueva filial inmobiliaria, que acaba de lanzar (ver información adjunta), CaixaBank está mejorando su oferta vinculada al patrimonio tanto financiero como no financiero de los clientes.
Recientemente ha creado una unidad para desarrollar sus propios fondos de mercados privados (hasta ahora solo distribuía producto alternativo de terceros).
El banco considera a la gestión patrimonial como uno de sus negocios estratégicos.
Es una actividad de creciente atractivo para la banca, ya que genera comisiones e ingresos recurrentes sin consumir grandes cantidades de capital.

Alianza con Legalitas para facilitar el testamento a sus clientes

E. del Pozo. Madrid

CaixaBank lanza un servicio gratuito de asesoramiento y preparación del testamento de sus clientes con el que busca reforzar su oferta al colectivo sénior.
El banco lanza esta iniciativa junto con Legálitas, firma jurídica especializada, con la que ha firmado un acuerdo. Será esta entidad la que realice la labor de redacción y acompañamiento a los usuarios durante todo el proceso.
CaixaBank incluye esta iniciativa en su programa 'Generación +', donde ofrece una gama de productos y soluciones "dirigidas a dar respuesta a los retos que plantea la creciente longevidad de la población", apunta la entidad.
El banco presidido por Gonzalo Gortázar ha diseñado el producto para facilitar un proceso que "los ciudadanos perciben como complejo y costoso.
De hecho, en muchos casos no se realiza, lo que provoca que el reparto de la herencia se haga según establece la ley y con más trámites para la familia".
Los usuarios de este servicio contarán con la ayuda de un equipo de más de 800 abogados especializados de Legálitas que les guiarán durante todo el proceso.
El nuevo servicio incluye el asesoramiento jurídico y la redacción del borrador del testamento, que deberá formalizarse posteriormente ante notario para adquirir plena validez legal.
La formalización ante notario y los costes de elevación a escritura pública sí los tendrá que abonar el cliente.

Joyas

Además, el banco ha incorporado, como otro servicio independiente, el acceso al Monte de Piedad de CaixaBank, donde los clientes pueden obtener una valoración profesional de sus joyas y optar por su custodia o por una subasta, en función de las necesidades que tengan en cada casi.
Con más de cuatro millones de clientes mayores de 65 años y una cuota superior al 34% en pensiones, CaixaBank afirma ser el banco de referencia para el segmento sénior.

el Periódico

Publicación	El Periódico de Cataluña General, 18	Fecha	18/05/2026
Soporte	Prensa Escrita	País	España
Circulación	63 000	V. Comunicación	139 258 EUR (161,852 USD)
Difusión	51 000	Tamaño	770,07 cm² (71,9%)
Audiencia	189 000	V.Publicitario	20 214 EUR (23 494 USD)

Dossier de prensa
unacc

Los neobancos afilan sus planes para captar a desencantados con la banca

Nuevas entidades y la banca tradicional redoblan la batalla por captar clientes con personajes famosos, cuentas remuneradas, referidos, sorteos y recompensas cada vez más agresivas

JAIME MEJÍAS
PABLO GALLÉN
Madrid

El Periódico



Una lona gigante exhibe la última campaña de publicidad del neobanco Revolut, una protagonizada por el exfutbolista Luís Figo.

Luis Figo tocando el piano, un algoritmo que te regala compras y un sorteo de 10.000 euros por cliente. Las estrategias a las que están recurriendo en los últimos tiempos los neobancos para captar clientes cada vez son más variadas, y todas responden a un único objetivo: engatusar a los desencantados de la banca tradicional.

Trade Republic es el último exponente de esta tendencia. El neobanco alemán, que acumula más de dos millones de clientes en España, ha escogido a una estrella de Hollywood para ponerle rostro a su última campaña: Brad Pitt. El protagonista de *El Club de la Lucha* entra en una habitación negra vacía, mira directamente a cámara y no dice una sola palabra, mientras una voz en *off* recita los beneficios de la promoción: un interés del 3,04% TAE para nuevos clientes.

Además, los clientes ya registrados pueden enviar un enlace de invitación a amigos, y por cada uno que se registre, estos recibirán tres meses de interés al 3,04%. Con cuatro recomendaciones, el máximo, puede conseguirse un año con una cuenta remunerada a dicho interés.

Figo al piano

Otro de los neobancos que han recurrido a un famoso, en este caso un futbolista, ha sido Revolut. «Lo siento, me fui... Me fui de un banco que no me pagaba intereses diarios, y volvería hacerlo», afirma todo un Luís Figo sentado ante un piano de cola. El neobanco británico ha tirado del Balón de Oro del año 2000 para protagonizar su nueva campaña, haciendo uso de una fina ironía a la hora de comparar cambiarte de bando con el movimiento que sacudió al mundo del fútbol a principios de siglo: su traspaso del Barça al Real Madrid.

«Elegir a Luís Figo no es casualidad; él protagonizó el *cambio* más famoso de la historia reciente del deporte español, revolucionando a la vez el sistema de fichajes en su época. Del mismo modo, en Revolut, queremos que las personas abracen el cambio y que rompan con la inercia bancaria», sostiene Ignacio Zunzunegui, director de crecimiento para el Sur de Europa de Revolut.

Blanca Jiménez Anabitarte, socia responsable de EY-P Strategy & Execution del Sector Financiero para EY España, considera que tanto Revolut como Trade Republic «están comprando, vía celebridad, la generación que les falta para pasar de la captación de clientes a la monetización de la base». De esta forma, abren el camino para atraer a clientes con ingresos altos y capacidad de generar volúmenes de pasivo e inversiones.

Pese a que no se trata de un neobanco, la insólita estrategia de una *fintech* por despuntar ha captado la atención de los usuarios de redes sociales. Tuyo, una tarjeta de criptomonedas, asegura que algunas de las compras que se realicen con su tarjeta no se cobrarán, en virtud de un algoritmo. Esta ventaja, nunca antes vista en la banca, ha ganado millones de interacciones en redes como X.

Sin embargo, algo que la tarjeta Tuyo no advierte de forma explícita es que esa posible bonificación –que recibe el nombre de *Buy Now, Pay Maybe*– no es aleatoria, sino que la compañía se reserva aplicar esta condición «a su absoluta discreción». Por tanto, la decisión de «regalar» o no una compra es decisión de la empresa, aunque detrás esté un algoritmo.

> «Están comprando a la generación que les falta para pasar a monetizar», teorizan desde EY España

«Los neobancos han salido del rol de herramienta complementaria, y aspiran al lugar de la cuenta principal. Ese salto exige notoriedad masiva. Buscan atraer al cliente *instalado* en el banco de toda la vida. Los neobancos quieren mostrar que ya están consolidados y figuras como Brad Pitt o Figo transmiten madurez. No estar en fase de inicio sino en posiciones consolidadas», reflexiona Gabriela Orille, consejera delegada de Flinket y experta en *fintech*.

La banca tradicional reacciona

La banca tradicional está reaccionando a estas políticas comerciales de los neobancos, pero con mayor énfasis en una vinculación bancaria a largo plazo y en productos donde estas nuevas entidades no plantan batalla, como son las hipotecas. De hecho, la consejera delegada de Bankinter, Gloria Ortiz, alertó durante la presentación de resultados del primer trimestre que las entidades financieras no pueden configurar sus carteras de préstamos para vivienda asumiendo pérdidas, recordando que esa fue una de las prácticas que se

elPeriódico

Publicación	El Periódico de Cataluña General, 19	Fecha	18/05/2026
Soporte	Prensa Escrita	País	España
Circulación	63 000	V. Comunicación	139 258 EUR (161,852 USD)
Difusión	51 000	Tamaño	358,99 cm² (33,5%)
Audiencia	189 000	V.Publicitario	12 050 EUR (14 005 USD)

Dossier de prensa unacc

dieron en España durante la crisis financiera de 2008.

«Tu puedes dar puntualmente una hipoteca, pero no puedes construir carteras deficitarias. En la anterior crisis pasó eso, que no se estaba cubriendo el riesgo, y luego pasa lo que pasa...», se lamentó, al tiempo que anunció que Bankinter redujo alrededor de un 40% la nueva concesión de hipotecas en España. En marzo, el propio Fondo Monetario Internacional (FMI) ya lanzó este aviso sobre el sector bancario español y reclamó introducir «medidas para limitar las hipotecas» ante la crisis de vivienda en el el país, al apreciar «una relajación de los criterios de concesión en los préstamos hipotecarios».

ING y la recomendación

Más allá de la batalla en las hipotecas, la banca tradicional española ha intensificado sus campañas de captación con fórmulas cada vez más cercanas al marketing promocional de los neobancos. Un ejemplo claro es el uso de programas de recomendación, como el caso de ING: los clientes actuales del banco neerlandés actúan como «padrinos» y reciben una recompensa por traer nuevos usuarios, mientras que los nuevos clientes –los «ahijados»– reciben un incentivo mayor por contratar la Cuenta Nómina. BBVA utiliza una lógica similar en su Plan Amigo, anunciando hasta 660 euros para quienes inviten a otros clientes y hasta 450 euros para quienes lleguen recomendados.

Otra práctica habitual es convertir la captación en una especie de sistema de misiones mensuales. Banco Santander, por ejemplo, ofrece hasta 840 euros en dos años, pero el importe se construye sumando pequeñas recompensas: hasta 360 euros por domiciliar la nómina, 240 euros por usar Bizum y otros 240 euros por domiciliar recibos. Es decir, no se premia solo el alta, sino el uso recurrente de la cuenta como cuenta principal.

Bankinter mantiene la Cuenta Nómina como producto gancho, con una remuneración de hasta el 5% TAE el primer año y hasta el 2% TAE el segundo, limitada a los primeros 10.000 euros. CaixaBank, por su parte, mezcla dinero, regalos y servicios digitales: anuncia hasta 250 euros, una Smart TV vinculada a la nómina y un año de Movistar Plus+ por abrir cuenta *online*, activar Bizum y hacer pagos con tarjeta. ■

El Periódico



El actor Brad Pitt con una tarjeta de la empresa Trade Republic, en su última campaña de publicidad.

El Economista

Publicación	El Economista Buen Gobierno Iuris&Lex y RSC, 68
Soporte	Prensa Escrita
Circulación	20 000
Difusión	15 400
Audiencia	60 000
Fecha	18/05/2026
País	España
V. Comunicación	113 510 EUR (131,925 USD)
Tamaño	523,30 cm² (83,9%)
V.Publicitario	14 106 EUR (16 395 USD)

Dossier de prensa unacc



Imagen de una oficina de la entidad financiera.

Bankinter vuelve a figurar entre los bancos más sostenibles del mundo

Bankinter ha revalidado por octava vez sucesiva su presencia en el 'Dow Jones Best in Class Index' como reconocimiento a su desempeño en criterios ambientales, sociales y de gobernanza. La presidenta del banco, María Dolores Dancausa, ha destacado que esta renovación refuerza la confianza de sus grupos de interés

Xavier Gil Pecharromán. Fotos: eE

Bankinter ha revalidado por octava ocasión sucesiva su presencia en el *Dow Jones Best in Class Index*, uno de los principales índices internacionales de sostenibilidad, como reconocimiento a su desempeño en criterios ambientales, sociales y de gobernanza.

La presidenta del banco y del Comité de Sostenibilidad de la entidad, María Dolores Dancausa, ha destacado que esta renovación confirma la solidez y coherencia del modelo del banco y refuerza la confianza de sus grupos de interés al avalar la sostenibilidad como un elemento relevante de su crecimiento a largo plazo.

En cuanto a los aspectos destacados, Bankinter ha obtenido la máxima puntuación en las áreas de transparencia y *reporting*, estrategia de impuestos,

El Economista

Publicación	El Economista Buen Gobierno Iuris&Lex y RSC, 69
Soporte	Prensa Escrita
Circulación	20 000
Difusión	15 400
Audiencia	60 000
Fecha	18/05/2026
País	España
V. Comunicación	113 510 EUR (131,925 USD)
Tamaño	527,12 cm² (84,5%)
V.Publicitario	14 183 EUR (16 484 USD)

Dossier de prensa
unacc



María Dolores Dancausa, presidenta de Bankinter y del Comité de Sostenibilidad de la entidad.

inclusión financiera, gestión de la relación con los clientes y privacidad.

Además, sobresale en otros apartados, como son materialidad, gestión ética, desarrollo del capital humano y gestión de la salud y seguridad.

Bankinter refuerza su pertenencia al *Dow Jones Best in Class Index*, índice mundial que agrupa a las empresas más sostenibles y que antes se denominaba *Dow Jones Sustainability Index* (DJSI). La inclusión supone un reconocimiento al desempeño del banco en la aplicación de los criterios ambientales, sociales y de gobernanza, los llamados criterios ASG. Se trata, en definitiva, de una acreditación internacional que Bankinter ha logrado revalidar por octava vez consecutiva en 2026.

María Dolores Dancausa ha destacado que "la renovación de nuestra presencia en un índice de referencia internacional como el *Dow Jones Best in Class* confirma la solidez y la coherencia del modelo de Bankinter, así como el esfuerzo constante que realiza el banco por integrar criterios de sostenibilidad en sus decisiones".

Asimismo, ha subrayado que "este reconocimiento refuerza la confianza de nuestros grupos de interés —inversores, clientes y empleados— y avala una estrategia que entendemos como un elemento relevante del crecimiento a largo plazo del banco, basada en el desarrollo equilibrado de los ámbitos ambiental, social y de buen gobierno"

La revalidación de Bankinter de su inclusión en el índice de sostenibilidad de mayor reputación internacional ha sido publicada por S&P Global tras analizarse un total de 199 entidades financieras de todo el mundo, de las que solo 25 han sido seleccionadas para cotizar en el citado índice.

Plan de sostenibilidad 2024-2026

Para Bankinter, la sostenibilidad es una de sus prioridades corporativas, lo que demuestra en las acciones que desarrolla en este ámbito, con más de una década de trayectoria, y la ejecución de sus sucesivos planes de Sostenibilidad. El actual plan 2024-2026 se denomina ADN y se centra en los siguientes pilares:

> **Para Bankinter, la sostenibilidad es una de sus prioridades corporativas en el desarrollo de su 'Plan ADN'**

Acción responsable: engloba cuestiones como el gobierno corporativo, la ética y la transparencia, los derechos humanos y la cadena de suministro.

Diferenciación: se centra en la relación con los clientes, la gestión de personas, la innovación sostenible y la relación con la comunidad local.

Negocio sostenible: incluye aspectos como los riesgos cambio climático, el capital natural, la ciberseguridad y las finanzas sostenibles.

Para Bankinter, la consolidación en este índice representa también un premio a la labor y al esfuerzo de toda la plantilla y a su involucración en todos los proyectos sostenibles que la entidad pone en marcha.

En definitiva, el banco seguirá cotizando en el *Dow Jones Best in Class Index mundial* en el que figura desde hace más de ocho años y también en el *Dow Jones Best in Class* específico de Europa, al que pertenece desde 2017.

elEconomista

Publicación	El Economista General, 21	Fecha	18/05/2026
Soporte	Prensa Escrita	País	España
Circulación	20 000	V. Comunicación	62 018 EUR (72,079 USD)
Difusión	16 400	Tamaño	813,41 cm² (76,0%)
Audiencia	60 000	V.Publicitario	13 100 EUR (15 225 USD)

Dossier de prensa
unacc

Los grandes planes de empresa baten en 200 puntos básicos a la inflación en un año

El 96% de estos productos consigue retornos superiores al 3,4% de la inflación de marzo

Solo uno obtiene rentabilidades de doble dígito, y pertenece a los empleados de BBVA

Cristina García MADRID.

El mercado ha demostrado una alta resiliencia para desenvolverse en entornos de elevada incertidumbre. Solo en el último año ha tenido que lidiar con una guerra comercial de alcance global impulsada por Donald Trump, con sus controvertidas aspiraciones sobre Groenlandia y con el estallido de la guerra en Irán, tras el ataque de Estados Unidos e Israel. Este último episodio ha vuelto a presionar al alza la inflación, impulsada por el encarecimiento de la energía. En España, los precios han aumentado un 3,4% en el último año hasta marzo –y se han mantenido por encima del 3% en abril, frente al 2,3% previo al conflicto—. Pese a ello, en ese mismo periodo, los grandes planes de pensiones de empleo han logrado no solo resistir, sino batir a la inflación en más de 200 puntos básicos, según los datos del primer trimestre publicados por Inverco.

En concreto, los 25 planes con mayor patrimonio bajo gestión han registrado una rentabilidad media del 5,51% en los últimos doce meses. Otra forma de verlo es que el 96% de estos grandes productos consigue retornos superiores a ese 3,4% que alcanzó la inflación en marzo. Un resultado respaldado por el buen comportamiento tanto de la renta variable como de la renta fija. En Europa, por ejemplo, el Stoxx 600 ha avanzado un 9,22%, por debajo del S&P 500, que se ha revalorizado un 16,33% impulsado por el auge de la inteligencia artificial. También los bonos han contribuido positivamente: según los índices de *Bloomberg* y Barclays, una cartera global de renta fija ha ganado algo más de un 4% en ese mismo periodo.

Los planes más rentables

Entre los planes de pensiones de empleo de mayor tamaño, el que lidera claramente la rentabilidad en los últimos doce meses es BBVA Empleo Decidido, el único que consigue cifras de doble dígito, con un destacado 11,32%. En contraste, el subplan conservador de la misma entidad modera significativamente su desempeño, con un 5,05%, situándose en la zona media-baja de la clasificación.

Dentro del sector bancario, el siguiente plan más rentable es el de los empleados de Abanca, con un 6,52%, seguido por el de Ibercaja (5,92%). A continuación se sitúa el plan de CaixaBank –el mayor de España, con más de 8.000 millones de euros en patrimonio– con un 5,59%, muy en línea con el de Banco Santander (5,56%) y por delante del de Banco Sabadell, que alcanza un 5,07%.

Tras el liderazgo de BBVA Empleo Decidido, el segundo puesto lo ocupa el plan de los empleados de Nestlé, gestionado por VidaCaixa, con una rentabilidad del 6,91%. El tercer lugar corresponde al de los trabajadores de Mapfre, que logra un 6,84%.

Dentro del sector eléctrico, el de Naturgy, en manos, también de VidaCaixa, supera a dos de los grandes de Iberdrola y al de Endesa. El de Naturgy se apunta una rentabilidad del 5,29%. En cambio, el plan 3 de Iberdrola logra un 4,95% y el de Endesa, un 3,82%. Recordar que Iberdrola dispone de tres subplanes, porque desde el segundo trimestre de 2022 cuentan con un modelo de gestión basado en el ciclo de vida, que se adapta al perfil de riesgo de los partícipes. Coloca dos de ellos entre los más grandes (el 1 y el 3). El 2, que reúne 165 millones de euros en activos bajo gestión, y no se cuela, por tanto, entre los de mayor tamaño, obtiene más rentabilidad que los dos anteriores, un 11,89%.

En cambio, entre petroleras, el de los empleados de Repsol, gestionado por BBVA, supera por mucho al de Cepsa, en manos de Santander Pensiones. El primero subió un 6,05% en los últimos doce meses, frente al 4,66% del segundo.

Entre los grandes planes de pensiones de empleo en España, el del sector de la construcción ocupa actualmente la última posición por rentabilidad, con un modesto 1,61% en el último año. Se trata, sin embargo, de un vehículo singular: es el primer gran plan sectorial de nuestro país y ya supera el millón de partícipes. Pese a este volumen masivo de inversores, el fondo –gestionado por VidaCaixa– acumula un patrimonio cercano a los 300 millones de euros. Esta cifra revela una realidad menos visible: la aportación media por partícipe es reducida, en torno a los 314 euros. En este contexto, su política de inversión, de corte conservador y orientada a contener la volatilidad en el corto plazo, ayuda a explicar una rentabilidad inferior a la media de los grandes planes de empleo.

> El plan del sector de la construcción supera el millón de partícipes, con 300 millones de euros

Quién va mejor a medio plazo

Fuera del corto plazo, el plan de empleo que mejor se comporta en un horizonte de diez años, entre los grandes, es el de los empleados de CaixaBank, que consigue una rentabilidad anualizada del 4,74%; muy similar a la que obtienen los Funcionarios de la Generalitat, cuyo plan de pensiones está gestionado, también, por VidaCaixa, y logra un 4,18%, según Inverco.

El plan del sector de la construcción ya supera el millón de partícipes

Los 25 planes de pensiones de empresas más grandes por patrimonio

Plan de los trabajadores de...	Nombre de la gestora	Rent. 1 año (%)	Rentabilidad anualizada 3 años (%)	Partícipes	Patrimonio (mill. €)
BBVA Empleo Decidido	BBVA	11,32	-	26.113	343
Nestlé	Vidacaixa	6,91	6,71	4.838	402
Mapfre	Mapfre Vida Pensiones	6,84	5,18	12.698	621
Abanca	Abanca	6,52	5,76	7.953	429
Funcionarios de la Generalitat	Vidacaixa	6,31	7,01	375.360	421
Central Nuclear Ascó Vandellos	BBVA	6,29	6,31	1.018	425
Repsol Petroleo	BBVA	6,05	6,08	4.192	300
Diputación general de Aragón	Ibercaja Pensión	6,03	6,45	18.387	268
Ibercaja	Ibercaja Pensión	5,92	6,86	5.916	762
Funcionarios del Estado	BBVA	5,91	5,82	464.989	577
Banco de España	Ibercaja Pensión	5,66	6,58	4.496	420
Telefónica Móviles España	Fonditel Pensiones	5,63	5,84	5.116	400
CaixaBank	Vidacaixa	5,59	5,64	51.334	8.800
Santander	Santander Pensiones	5,56	6,96	32.805	1.085
Unicaja	Unicorp Vida	5,51	5,49	3.772	260
Naturgy	Vidacaixa	5,29	6,20	7.066	578
Banco Sabadell	Bansabadell Pensiones	5,07	5,07	23.762	620
Telefónica	Fonditel Pensiones	5,05	5,32	21.339	2.924
BBVA (subplan empleo conservador)	BBVA	5,04	5,24	30.402	1.823
Iberdrola 3	BBVA	4,95	4,89	208	420
Cepsa	Santander Pensiones	4,66	5,58	4.431	228
Grupo cooperativo Cajamar	Cajamar Vida	3,97	5,08	7.241	263
Endesa	Ibercaja Pensión	3,82	5,30	11.885	3.200
Iberdrola 1	BBVA	2,42	3,14	9.920	315
Sector de la construcción	Vidacaixa	1,61	-	1.006.547	317

Fuente: Inverco, con datos a 31 de marzo.

eE

Algunos 'value' se salen de la foto con rendimientos de hasta el 50%

Si en lugar de poner el foco en los vehículos con más activos bajo gestión se extiende a todos los disponibles a la venta en España, los que logran rentabilidades más altas en el último año pertenecen a gestoras con un marcado estilo de gestión 'value'. El vehículo que más se desmarca del resto es el plan de promoción conjunta de Azvalor, con rentabilidades del 56,06% en el último año; seguido del de Cobas AM, que obtiene un 41,96% en los últimos doce meses, en línea con su plan de pensiones dirigido a autónomos. Por contextualizar sus resultados, hay que tener en cuenta que los 1.300 planes de empresa registrados en España logran rentabilidades medias del 5,45% en el mismo periodo. Las mencionadas no son las únicas gestoras 'value' que colocan sus productos pensados para ahorrar de cara a la jubilación en lo más alto. Los de Horos también se sitúan entre los diez mejores, con rentabilidades que rozan el 19% a doce meses vista.

LAS PROVINCIAS

Publicación	Las Provincias Comarcas, 11	Fecha	18/05/2026
Soporte	Prensa Escrita	País	España
Circulación	2507	V. Comunicación	10 127 EUR (11,769 USD)
Difusión	1973	Tamaño	276,73 cm² (44,4%)
Audiencia	12 300	V.Publicitario	2765 EUR (3214 USD)

Dossier de prensa
unacc

CONVENIO. La renovación de este acuerdo refleja el compromiso compartido entre ambas entidades

Colaboración conjunta en apoyo a la empresa familiar valenciana

Ivefa y Caixa Popular han consolidado una relación estratégica orientada a impulsar el desarrollo y la competitividad del ecosistema empresarial valenciano

VALENCIA

Extras. El Instituto Valenciano para el Estudio de la Empresa Familiar (Ivefa) y Caixa Popular han formalizado un año más la renovación de su acuerdo de colaboración, consolidando una relación estratégica orientada a impulsar el desarrollo y la competitividad de las empresas familiares de la Comunitat Valenciana.

El acuerdo fue suscrito por la presidenta de Ivefa, Emi Boix, y el director de Banca Empresa de Caixa Popular, Juan Gallur, quienes coincidieron en destacar la importancia de sumar esfuerzos para acompañar a las empresas familiares en los actuales retos económicos y de crecimiento sostenible.

A través de este convenio, Caixa Popular continúa poniendo a disposición de las empresas asociadas a Ivefa soluciones financieras diseñadas a medida, así como productos y servicios especializados que facilitan el acceso a financiación para proyectos de inversión, innovación y expansión empresarial. Por su parte, Ivefa seguirá contribuyendo con su conocimiento especializado en empresa familiar, ofreciendo apoyo a través de acciones formativas, encuentros profesionales, jornadas técnicas y programas de desarrollo directivo. Asimismo, ambas entidades colaborarán en iniciativas conjuntas de análisis, investigación y difusión, con el objetivo de promover buenas prácticas y favorecer el intercambio de experiencias dentro del tejido empresarial valenciano.

La renovación de este acuerdo refleja el compromiso compartido de Ivefa y Caixa Popular con el fortalecimiento del ecosistema empresarial valenciano, poniendo en valor el papel estratégico de la empresa familiar como motor de empleo, cohesión social y crecimiento económico.

El Instituto Valenciano para el Estudio de la Empresa Familiar (Ivefa) es una asociación empresarial independiente y sin ánimo de lucro que agrupa y representa a las empresas familiares de la Comunitat Valenciana, apoyándolas en su desarrollo, profesionalización y defensa de sus intereses. La entidad acompaña especialmente a las empresas en los procesos de relevo generacional y en la gestión y prevención de conflictos familiares.

Caixa Popular, con más de cuatro décadas de historia, es una cooperativa de crédito referente por su modelo de banca cercana, su compromiso social y su arraigo en el territorio. La entidad destaca por su solvencia, su gestión responsable y su crecimiento sostenido, generando valor y riqueza local a través de una red en constante expansión de clientes, oficinas y equipo humano.



La presidenta de Ivefa, Emi Boix, y el director de Banca Empresa de Caixa Popular, Juan Gallur. **LP**

HOY

Publicación	Hoy Badajoz, 13	Fecha	18/05/2026
Soporte	Prensa Escrita	País	España
Circulación	12 667	V. Comunicación	3 029 EUR (3,520 USD)
Difusión	11 444	Tamaño	177,01 cm² (28,4%)
Audiencia	38 000	V.Publicitario	1040 EUR (1209 USD)

Dossier de prensa
unacc

La ciudad sede de unas jornadas sobre legalidad urbanística

ALMENDRALEJO

Están dirigidas a personal técnico y jurídico municipal y a profesionales de distintas administraciones

PACO GALEANO



La sede central de Cajalmendralejo acogerá las jornadas. P. G.

El Organismo Autónomo de la Protección de la Legalidad Urbanística de la Diputación de Badajoz (RESTAURA) celebrará los próximos 20 y 21 de mayo en Almendralejo sus I Jornadas Técnicas sobre legalidad urbanística, una cita concebida para impulsar el análisis y el intercambio de experiencias en torno a la disciplina urbanística, la defensa del dominio público y los principales retos administrativos en esta materia.

El encuentro nace con el objetivo de generar un espacio de reflexión, debate y trabajo práctico sobre la protección de la legalidad urbanística y la gestión territorial, facilitando, además, la resolución de dudas y situaciones reales que afrontan las entidades locales. Las jornadas están dirigidas especialmente a personal técnico y jurídico municipal, incluyendo alcaldes, secretarios, interventores, miembros de Policía Local, guardería rural, oficinas de gestión urbanística de mancomunidades, así como a profesionales de las administraciones locales, provinciales y autonómicas y a otras personas interesadas en la disciplina urbanística.

La participación es gratuita y las inscripciones se abrieron la pasada semana, pudiendo formalizarse a través de la web oficial de las jornadas, donde también se encuentra disponible el programa completo. Durante los dos días se abordarán cuestiones de actualidad vinculadas a la legalidad urbanística y se habilitarán espacios específicos para el debate y la atención de consultas.

Entre los temas previstos figuran la situación de la disciplina urbanística en Extremadura, la defensa de los bienes de dominio público municipales y la conservación de inmuebles residenciales en pequeños municipios, entre otros asuntos de interés.

Cinco mesas de debate

El programa, compuesto por cinco mesas de debate que se desarrollarán durante las mañanas del miércoles y jueves, contará con la participación de representantes de la judicatura y de distintas administraciones públicas, entre ellos magistrados del Tribunal Superior de Justicia de Extremadura, fiscales y miembros de la Fiscalía Provincial de Badajoz, así como especialistas de la Agencia de Protección de la Legalidad Urbanística de Galicia. Asimismo, intervendrán responsables técnicos y expertos de reconocido prestigio procedentes de la Guardia Civil, la Diputación de Badajoz y la Junta de Extremadura. Más información e inscripciones en la web oficial de las jornadas.

En la apertura, prevista para las diez de la mañana del día 20 en la sede central de Cajalmendralejo, participarán tanto la presidenta de la Diputación de Badajoz, Raquel del Puerto, como el alcalde de la capital de Tierra de Barros, José María Ramírez.

DIARIO JAEN

Publicación	Diario Jaén General, 25	Fecha	18/05/2026
Soporte	Prensa Escrita	País	España
Circulación	3771	V. Comunicación	2 058 EUR (2,392 USD)
Difusión	4377	Tamaño	133,74 cm² (21,4%)
Audiencia	19 000	V.Publicitario	719 EUR (836 USD)

Dossier de prensa
unacc

Ocio para niños con problemas auditivos

La Fundación Caja Rural de Jaén apoya a la asociación Afais

La Asociación de Familias y Amigos de la Infancia Sorda de Jaén (Afais) trabaja en un proyecto de ocio inclusivo para menores con discapacidad auditiva. La iniciativa, que cuenta con el apoyo de la Fundación Caja Rural de Jaén, aborda el concepto de tiempo libre como un derecho fundamental y una herramienta educativa que transforma actividades lúdicas, culturales y en la naturaleza en canales esenciales para el desarrollo personal, social y emocional de niños con discapacidad auditiva.

El gerente de la Fundación Caja Rural de Jaén, Luis Jesús García-Lomas, valora el programa del que se beneficia Afais como "una vía ideal para la educación en valores y el bienestar emocional, centrándose en que niños y niñas cuenten con un entorno adecuado para relacionarse sin limitaciones". Además, destaca la particularidad de que proyectos de este tipo fomenten "una sociedad jiennense más inclusiva y respetuosa con la diversidad". Se hacen salidas semanales planificadas.



BULEVAR. *Participantes en una de las sesiones de convivencia y ocio inclusivo.*

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