

Ibercaja lanza una campaña de marca y reafirma que salir a bolsa no está en su «hoja de ruta»

● El banco mantiene su apuesta de seguir en solitario, apoyada por su sólida posición financiera ● Con el lema 'Nos mueves tú', refuerza su compromiso directo con las personas

ZARAGOZA. Ibercaja mantiene su apuesta de seguir en solitario con el impulso de su plan estratégico 2024-2026 y sólidos datos financieros, tal y como ha demostrado en los resultados del primer trimestre de este año, con un beneficio neto de 84 millones de euros, un 46,7% más que en el mis-

mo periodo del año anterior. Desde el banco se reafirmó a este diario, en el marco de la presentación de una nueva campaña de marca, que su salida a bolsa «no está en la hoja de ruta» y que la evolución de su negocio le fortalece para continuar desplegando su estrategia. Un modo de funcionar, re-

calcó, muy diferente al de cualquier otra entidad financiera.

Durante un encuentro con los medios para dar a conocer la campaña de marca, que lleva el lema 'Nos mueves tú', el consejero delegado de Ibercaja, Víctor Iglesias, consideró que el banco se encuentra «en un momento dulce».

Después de tomar decisiones estratégicas «difíciles pero acertadas», entre ellas la salida a Bolsa que Ibercaja descartó tras la invasión de Rusia a Ucrania, explicó que el banco se ha «transformado» y ahora cuenta con un negocio «más diversificado», según recoge un despacho de la agencia Efe.

En esa cita con la prensa, en la que se dejó claro el carpetazo a ese salto bursátil, Iglesias sí abrió la puerta a la posibilidad de aprobar nuevas adquisiciones que refuerzan sus servicios digitales, en línea con la compra de la plataforma tecnológica de Orange Bank completada a finales del año pasado.

En la presentación del plan estratégico 'Ahora Ibercaja', el 27 de abril del año pasado, Francisco Serrano, presidente de la entidad, ya dijo que la salida a bolsa no estaba prevista (el plan 2024-2026 no la incluye) y que la Fundación Ibercaja (accionista mayoritaria del banco) había terminado de constituir ya, con una dotación de 320 millones de euros, el fondo de reserva que exige la Ley de Cajas de 2013 como alternativa a dar el salto al parqué bursátil. Lo había hecho, destacó, mucho antes del plazo legal, fijado para diciembre de 2025.

La nueva campaña de marca da continuidad al propósito corporativo de la entidad —«ayudar a las personas a construir la historia de su vida, porque será nuestra historia»— y lo activa de forma tangible a través de su actividad financiera, su cercanía al cliente y su impacto social.

La iniciativa forma parte del plan estratégico 'Ahora Ibercaja' y está diseñada para destacar cómo la entidad «pone el foco en un modo propio de hacer banca basado en el acompañamiento experto, la proximidad a los clientes y la generación de valor colectivo». Este posicionamiento, subrayaron fuentes del banco, «se traduce en acciones concretas que

«En Ibercaja convertimos cada euro de beneficio en oportunidades para las personas y en valor para las comunidades en las que estamos presentes», destaca Enrique Barbero, director de Comunicación y Relaciones Institucionales

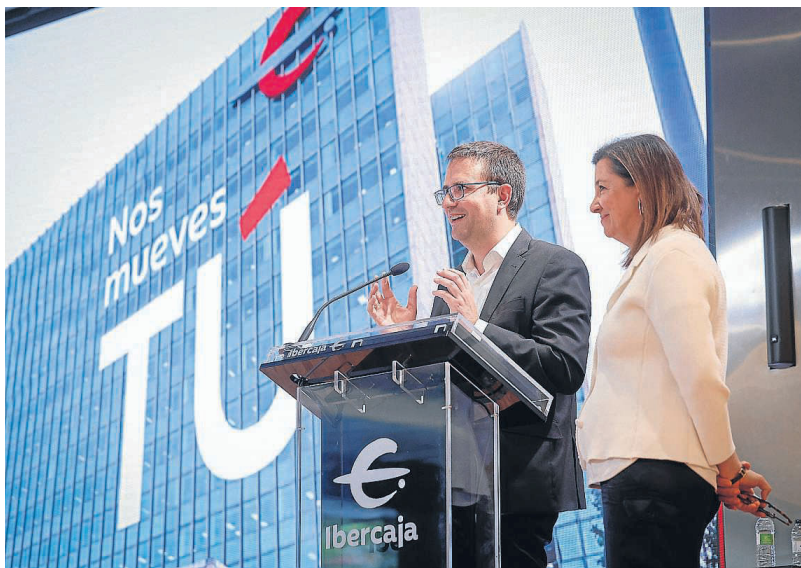
refuerzan el vínculo emocional y funcional con sus clientes, y que proyectan una imagen de banco comprometido, confiable y con propósito».

«En Ibercaja no hablamos de clientes en abstracto. Hablamos de personas con nombres y apellidos a las que acompañamos en decisiones importantes de su vida, desde su primera cuenta hasta su jubilación. Eso es lo que nos mueve. Y eso es lo que queremos contar con esta campaña», aseguró Enrique Barbero, director de Comunicación, Marca y Relaciones Institucionales de Ibercaja, que dio cuenta de la campaña con Carmen Pérez, jefa de Marca Corporativa y Comunicación Comercial.

El nuevo posicionamiento de Ibercaja «refuerza también uno de los elementos más diferenciales del banco: su modelo de propiedad», destacó la entidad, que destina el 100% de su beneficio a la sociedad a través de la acción social directa de sus fundaciones accionistas y mediante su actividad financiera con impacto territorial, cultural, económico y medioambiental.

«Nuestro modelo de negocio no solo nos diferencia de otras entidades, sino que también nos compromete. En Ibercaja convertimos cada euro de beneficio en oportunidades para las personas y en valor para las comunidades en las que estamos presentes», destacó Enrique Barbero.

L. H. MENÉNDEZ



Enrique Barbero y Carmen Pérez, en la presentación de la campaña de marca de Ibercaja. CH. M./IBERCAJA

«La única investigación válida es la que resuelve problemas de la sociedad»

El presidente del Barcelona Supercomputing Center, Mateo Valero, abre el ciclo de conferencias por los 50 años de la Facultad de Economía y Empresa

ZARAGOZA. «La supercomputación es muy importante para ser competitivos. Hay una carrera tremenda a nivel de países y empresas». Lo dijo ayer el aragonés Mateo Valero, presidente del Barcelona Supercomputing Center, al abrir el ciclo de conferencias organizado por la Facultad de Economía y Empresa, junto con la Cátedra Garrigues de Derecho y Em-

presa, para conmemorar el 50 aniversario de esos estudios en la Universidad de Zaragoza.

«La inteligencia artificial está cambiando la forma en que hacemos investigación. Ya no utilizamos la física o las matemáticas sino redes neuronales», dijo. Por tanto, apuntó, «los investigadores no tienen ya ninguna excusa para no lanzarse a hacer cosas que hace 5 o 10 años eran imposibles» gracias a los computadores con gran potencia de cálculo y una red de interconexión rápida.

Valero aplaudió la velocidad a la que avanza la tecnología, «un arma de doble filo», que ha de guiar la ética y que debe estar siempre al servicio de la sociedad.



Mateo Valero, ayer en el Patio de la Infanta de Ibercaja. GUILLERMO MESTRE

«La única investigación válida es aquella que resuelve problemas de la sociedad», remarcó este ingeniero en el Patio de la Infanta de Ibercaja en una conferencia que presentó Francisco Serrano, presidente del banco.

«Hay que incrementar la com-

petitividad para hacer más fuerte nuestro estado de bienestar y para reforzar los valores democráticos europeos porque nos vemos amenazados frente a tendencias que no van en la misma dirección», dijo el presidente de Ibercaja Banco en relación a «la de-

mocracia iliberal que está intentando imponer Trump en Estados Unidos o frente a un estado de partido único como es China».

Por eso, insistió Serrano, esta primera conferencia de uno de los grandes científicos aragoneses a nivel internacional aborda la supercomputación e inteligencia artificial al servicio de la sociedad. «Esta idea es básica», dijo Serrano, convencido de que «la innovación y la transformación digital es clave no como fin sino como medio para lograr un fin que no es otro que ayudar a las personas a incrementar su bienestar, su salud financiera y bienestar global».

Valero rememoró cómo siendo catedrático a los 30 ideó crear este centro, el Barcelona Supercomputing Center, para conectar investigación y universidad con la sociedad y poder transferir el conocimiento a las empresas. «Este ha sido nuestro objetivo: la ciencia tiene que ser para el uso social», recalcó.

M. LLORENTE