Resumen de prensa

lunes, 09 de marzo de 2026



ÍNDICE

#	Medio	Titular	Fecha	
3	Expansión	La banca española repartirá 10.500 millones en dividendos hasta junio	09/03/2026	15
4	El Economista	El Banco de España construye el 'corazón' del euro digital junto a cinco bancos centrales	09/03/2026	13
5	El Economista	Soberanía en pagos: la infraestructura que sostiene la economía diaria	09/03/2026	6
6	Expansión	"El mercado maneja bien el riesgo geopolítico si no afecta a los beneficios"	09/03/2026	19
7	El Economista	Santander permitirá "rastrear" al milímetro los votos de accionistas internacionales en las juntas	09/03/2026	22
8	El Economista	CaixaBank eleva a más del 34% los clientes del banco que contratan también un seguro	09/03/2026	21
9	Expansión	BBVA regalará 150 euros para captar clientes con tarjeta	09/03/2026	16
10	El Economista	"Las condiciones de las hipotecas cambian casi semanalmente"	09/03/2026	22
11	La Razón	Un modelo de negocio cercano que funciona	09/03/2026	36
12	Las Provincias	La convocatoria de ayudas para la igualdad duplica su fondo	09/03/2026	11
13	Levante	Caixa Popular duplica el fons de la Convocatòria d'Ajudes per a la Igualtat	09/03/2026	21
14	La Opinión de Murcia	La alimentación, un pilar económico que sostiene 100.000 empleos	09/03/2026	8
15	La Opinión de Murcia	" "	09/03/2026	9
16	La Provincia	Cajasiete lanza un documental de mujeres agricultoras en Canarias	09/03/2026	33
17	Diario de León	«Nuestro modelo federal como grupo de cajas independientes ya ha demostrado su efícacia»	09/03/2026	13
18	Huelva Información	'Viaje Iniciático' de Pedro Rodríguez en Caja Rural del Sur	09/03/2026	11
19	Ideal Granada	La nutrición deportiva que conquista Europa	09/03/2026	58
20	Ideal Granada	" "	09/03/2026	59
21	Diario de Teruel	Caja Rural y Fundación Quílez Llisterri continúan apoyando la cultura	09/03/2026	16

Expansión

Publicación	Expansión General, 15	Fecha	09/03/2026
Soporte	Prensa Escrita	País	España
Circulación	37 999	V. Comunicación	66 713 EUR (77,523 USD)
Difusión	28 798	Tamaño	415,00 cm² (66,6%)
Audiencia	114 000	V.Publicitario	13 053 EUR (15 168 USD)

Dossier de prensa unacc

La banca española repartirá 10.500 millones en dividendos hasta junio

RETRIBUCIÓN/ Las seis entidades cotizadas retribuirán a sus accionistas entre marzo y mayo con pagos complementarios con cargo a los beneficios récord de 2025. A esto se suman recompras de acciones.

C. Rosique/M. Martínez. Madrid

Los seis bancos cotizados españoles repartirán entre sus accionistas más de 10.500 millones de euros en dividendos antes de junio. Son los pagos previstos como abonos complementarios del ejercicio 2025 y el extraordinario de Sabadell con motivo de la venta de TSB a Santander, pendiente de repartirse.

Además, los cuatro grandes bancos españoles han recomprado acciones por valor de unos 2.600 millones de euros en 2026 y se espera que superen los 10.000 millones en el conjunto del año.

BBVA lidera el ránking por importe total del dividendo. Pagará el 10 de abril más de 3.400 millones de euros con los 0,60 euros por acción anunciados por la entidad. BBVA reparte entre sus inversores entre el 40% y el 50% de sus beneficios, a través de abonos en efectivo y recompras. Con cargo a 2025, pagará un dividendo histórico total de 0,92 euros, un 31% más que un año antes.

Actualmente, está ejecutando la recompra de acciones extraordinaria de 4.000 millones que anunció en diciembre para distribuir su plus de solvencia por encima del 12%. El plan se extenderá, como tope, hasta diciembre de este año y se está desarrollando por tramos. El viernes culminó el primer tramo de 1.500 millones de euros, el mayor de su historia.

Le sigue Banco Sabadell, del que se esperan cerca de 2.500 millones con motivo de la venta a Santander de TSB, su filial en Reino Unido, por unos 3.100 millones de euros. Es el único pago que aún no tiene fecha confirmada, ya que depende de cuando se cierre la operación. La previsión es finales de abril. Sabadell distribuye entre sus accionistas hasta el 60% de sus beneficios a través de pagos en metálico y recompras, además de su compromiso de repartir los fondos propios que superen el listón del 13%.

El banco ha pagado un dividendo total de 0,14 euros a cargo de 2025, por debajo de los 0,20 euros del ejercicio previo. La retribución, no obstante, será superior tras incluir el dividendo extraordinario de 0,50 euros que Sabadell desembolsará una vez cerrada la venta de su filial TSB, lo que se espera para finales de abril. A su vez, el banco tiene en marcha una recompra de 800 millones. De esta cifra, 365 millones son con cargo a los resultados de 2025 y el resto es exceso de capital.

EL CALENDARIO A SEGUIR

Por orden de fecha de abono.

	Fecha de pago	Próximo dividendo	Cifra, en euros.	Tipo de dividendo
bankinter	2 ABR		0,15	Complementario 2025
CaixaBank	9 ABR		0,332	Complementario 2025
BBVA	10 ABR		0,6	Complementario 2025
Unicaja	23 ABR		0,107	Complementario 2025
Sabadell	ABR		0,5	Extraordinario
Santander	5 MAY		0,125	Complementario 2025

Por importe

En millones de euros.

	Del próximo pago	Con cargo al ejercicio 2025
BBVA	3.425	5.252
Santander	1.836	3.525
CaixaBank	2.332	3.512
Sabadell	2.511	3.215*
bankinter	134	544
Unicaja	275	437

*Incluye el extraordinario por TSB

Rentabilidad por dividendo estimada para 2026

En porcentaje.

Sabadell	18,31
Unicaja	7,95
CaixaBank	5,38
BBVA	5,37
bankinter	4,88
Santander	2,75

Expansión — Fuente: BME, CNMV, Bloomberg y elaboración propia

Impulso

Santander, con los 0,125 euros previstos para el 5 de mayo, repartirá 1.800 millones entre sus inversores como pago complementario de los resultados de 2025.

La entidad presidida por Ana Botín mantiene un *pay-out* (porcentaje del beneficio destinado al accionista) del 50%, que actualmente distribuye a partes iguales entre dividendos en efectivo y recompras. Desde el próximo año, sin embargo, dará más peso a los pagos en metálico, a los que dedicará el 35% del resultado, frente al 15% de las recompras. El banco abonará un dividendo total de 0,24 euros con cargo a los beneficios de 2025, un 14% más. En paralelo tiene en marcha una recompra de acciones por 5.000 millones de euros. De este importe, 1.800 millones corresponden al programa ordinario a cuenta de los resultados del segundo semestre de 2025 y los restantes 3.200 millones, a la recompra extraordinaria por el colchón de capital generado con la venta de la filial en Polonia.

El banco reiteró recientemente su compromiso de adquirir títulos propios por 10.000 millones con cargo a los resultados de 2025 y 2026 y al exceso de capital.

Bankinter, BBVA, CaixaBank y Unicaja remuneran a los inversores entre el 2 y el 23 de abril

Banco Sabadell tiene que fijar aún la fecha de su dividendo 'extra' y Santander pagará en mayo

CaixaBank distribuirá unos 2.300 millones de euros con el dividendo complementario de 0,332 euros brutos por acción anunciado para el 9 de abril. La política de retribución del banco dirigido por Gonzalo Gortázar fija un *pay out* de entre el 50% y el 60% a repartir vía dividendo en efectivo. Adicionalmente, el banco retorna a través de dividendos o recompras de títulos su exceso de capital por encima del 12,5%. Con este marco, CaixaBank prevé pagar un dividendo de 0,50 euros con cargo a 2025, un 15% más, y está ejecutando una recompra de 500 millones.

Unicaja es el banco cotizado que dedica un mayor porcentaje de las ganancias al reparto al accionista: el 70%, con la posibilidad de acordar remuneraciones adicionales sobre ese umbral. Con cargo a 2025, distribuirá 0,17 euros, un 28% más que el ejercicio previo, con el abono a cuenta que hizo en septiembre y los 0,107 euros fijados para el 23 de abril como complementario. Este último supone un desembolso de 275 millones de euros que coloca a la entidad por delante de Bankinter, con 134 millones en efectivo por los 0,15 euros fijados para el 2 de abril.

Bankinter repartirá un dividendo total con cargo a los beneficios del pasado año de 0,606 euros, un 14% más que en 2024. El banco distribuye entre sus inversores el 50% del beneficio y lo hace solo en metálico. Es la única entidad entre los bancos cotizados españoles que no ha apelado a las recompras de acciones como vía de retribución, aunque en los últimos tiempos ha abierto la puerta a hacerlo.

Cerca de 16.500 millones con cargo al último ejercicio

Los seis bancos cotizados repartirán vía dividendos cerca de 16.500 millones de euros con cargo al ejercicio 2025, incluyendo los 2.500 millones del pago extraordinario de Sabadell cuando se ejecute la venta de TSB. Supone el 4,7% de su capitalización bursátil, que supera los 348.329 millones de euros, al cierre del viernes. Santander lidera el ránking por tamaño en Bolsa de la banca española y de la zona euro, con 140.753 millones de euros. En Europa solo le supera el británico HSBC (246.858 millones). Está muy por encima del siguiente en la lista. BBVA tiene una capitalización bursátil superior a los 104.874 millones de euros. El banco español supera al italiano UniCredit (99.705 millones) y a BNP Paribas (95.123 millones). Unicaja es el banco cotizado español de menor tamaño, con 6.434 millones de capitalización bursátil. Es, por detrás de Sabadell, la entidad más rentable por dividendo con las previsiones para 2026, con un 7,95%. El pago extraordinario previsto para Sabadell y la caída en Bolsa dispara su rentabilidad por dividendo por encima del 18%, según Bloomberg. CaixaBank y BBVA rondan el 5%, Bankinter el 4,8% y Santander el 2,75% (ver gráfico). Este último es el banco más recomendado, con un 70% de consejos de compra.

TAMAÑO EN BOLSA

Capitalización bursátil, en millones de euros.

Santander	140.753
BBVA	104.874
CaixaBank	69.332
B. Sabadell	15.026
Bankinter	11.910
Unicaja Banco	6.434

Expansión — Fuente: BME

elEconomista

Publicación	El Economista General, 13	Fecha	09/03/2026
Soporte	Prensa Escrita	País	España
Circulación	23 667	V. Comunicación	55 928 EUR (64,990 USD)
Difusión	20 000	Tamaño	816,78 cm² (76,3%)
Audiencia	71 000	V.Publicitario	10 856 EUR (12 615 USD)

Dossier de prensa unacc

El Banco de España construye el 'corazón' del euro digital junto a cinco bancos centrales

Desarrolla la infraestructura en unión a sus pares de Francia, Italia, Alemania, Lituania y Austria

El BCE recurre a otros proveedores para piezas "externas" como gestión del fraude o uso 'offline'

E. Contreras MADRID.

El Banco de España ejercerá un rol clave en el desarrollo del euro digital, cuyo lanzamiento está previsto para 2029. El organismo trabaja junto a los bancos centrales de Italia, Francia, Alemania, Lituania y Austria en la construcción del corazón de la futura divisa (el desarrollo de la arquitectura que integra la emisión, compensación y liquidación). El Banco Central Europeo (BCE) realizó una convocatoria de ofertas dirigida a los 20 bancos centrales del Eurosistema y resultaron seleccionados. Los organismos efectuaron después las correspondientes licitaciones para acompañarse de proveedores tecnológicos especialistas.

"La Banca d'Italia, Banco de España, Banque de France, Deutsche Bundesbank, Lietuvos Bankas y Oesterreichische Nationalbank están construyendo y proveerán la infraestructura central del euro digital", explica Ion Ander Bordonaba, director General de Inetum España, la consultora que ganó la licitación abierta por el Banco de España. A diferencia de otros proyectos desarrollados en el ámbito europeo, los organismos no se han repartido la construcción de diferentes piezas para su posterior ensamblaje, sino que se han distribuido el liderazgo en los diferentes trabajos y en todos ellos hay equipos con responsables mixtos procedentes de los bancos centrales para lograr un desarrollo cohesionado desde el arranque.

"Para otros componentes externos, el BCE ha recurrido a otros proveedores especializados", detalla el director general de Inetum España. "Con equipos multidisciplinares internacionales, trabajando con metodologías ágiles, totalmente integrados, se asegura coherencia técnica y se consigue una solución robusta e integrada", agrega.

Pagos 'offline'

El BCE lanzó una licitación en 2024 para encomendar la construcción de cinco componentes a firmas europeas, adjudicando el año pasado cada uno de esos trabajos a un proveedor o un consorcio de ellos, y asignando un segundo "de reserva" por si fuese necesario recurrir también a él. El mayor contrato lo ganó la alemana G+D (Giesecke+Devrient) por 662 millones para desarrollar la solución *offline* que permitirá pagar con euros digitales sin conexiones telemáticas, como podría ocurrir con una caída de red como sucedió con el apagón o de manera habitual en zonas que puedan carecer de la adecuada cobertura, surtiendo así una función equivalente al dinero en efectivo.



Imagen del edificio principal del Banco de España. DAVID GARCÍA

Otro de los trabajos es el desarrollo de "alias" que facilitarán las transacciones de pago por parte del usuario y los intermediarios utilizando esos nombres simples en lugar de tener que introducir largos números de cuentas. La licitación la ganaron las también alemanas Tremed y Sapient, y cuenta con 55 millones de presupuesto. La *startup* portuguesa Feedzai logró el concurso para proporcionar apoyo adicional a los intermediarios para identificar transacciones fraudulentas –cuenta con 238 millones de presupuesto–; mientras que las italianas Almaviva y Fabrick se ocupan de desarrollar las soluciones para facilitar su integración en las aplicaciones e interfaces de los bancos –153 millones de presupuesto–.

1.300
MILLONES DE EUROS
Es el coste previsto por el BCE para desarrollar la infraestructura y todos los componentes del euro digital. A partir de su emisión primera prevé 320 millones al año.

12
MESES
El BCE lanzará un proyecto piloto cuando los desarrollos estén listos. Su previsión es que arranque en el segundo trimestre de 2027 y durará 12 meses.

2029
LANZAMIENTO FORMAL
La previsión es que el euro digital arranque en 2029, pero el BCE no aprobará su acuñación hasta que se apruebe la regulación. Se espera que ocurra este año.

21
PAÍSES EN LA EUROZONA
El euro se utiliza en 21 países de Europa tras la incorporación de Bulgaria en enero. En 1999 se estrenó en las transacciones electrónicas y en 2002 en efectivo.

Soberanía de pagos

La creación de una divisa digital de curso legal ha encontrado en Europa un impulso que no se ve en otras geografías al identificarse como prioridad lograr la soberanía en pagos frente a las crecientes tensiones geopolíticas agitadas por Donald Trump –ya cortado el servicio por parte de Visa y MasterCard en sus ofensivas bélicas–. En el Viejo Continente hay 13 países dependientes de la intermediación de esas grandes firmas, que verían interrumpidos sus pagos en una situación así. En España, hay autonomía con el servicio de Bizum y en transacciones domésticas, pero afectaría en aquellas internacionales como las relativas al turismo.

Los trabajos para dotarse de esa soberanía en pagos discurren en paralelo desde el ámbito público –con el euro digital– y el proyecto de un gigante de pagos instantáneos por parte de la banca. Bizum ha interconectado ya sus operaciones con los esquemas gemelos de Italia y Portugal, y los operadores de 13 países de la alianza EuroPA donde los participantes han suscrito un memorándum de entendimiento para extender esa conexión. Prevén además extender la operativa con EPI, cabecera de Wero, la solución de la banca francesa, alemana y belga.

Piloto a partir de 2027

El BCE lanzó la fase de desarrollo del euro digital en noviembre y prevé emitirlo en 2029. No tomará la decisión definitiva hasta que su regulación esté aprobada, algo que se espera a finales de este ejercicio, pero va cubriendo etapas. Y la semana pasada abrió el proceso para seleccionar a los PSPs (proveedores de servicios de pago) que participarán en un proyecto piloto donde se probarán los pagos en un entorno real, aunque acotado, para comprobar su eficacia y mejorarlo.

La prueba arrancará en el segundo trimestre de 2027 con una duración prevista de 12 meses, y participarán funcionarios de los bancos centrales. El personal seleccionado podrá comprar y pagar en comercios que prestan servicios en las instalaciones de esos organismos y del BCE como son las cafeterías y restaurantes, y en comercios electrónicos. Se testarán los pagos entre particulares y con comercios, en su modalidad *online* y *offline*.

"Esta semana el BCE ha mantenido sesiones de trabajo con los potenciales interesados en participar en las pruebas del piloto, con el objetivo de empezar durante el 2026 los desarrollos que concluirán con el lanzamiento del piloto en la segunda mitad del 2027", señala el director general de Inetum España.

El coste final de un euro digital dependerá del diseño final, los componentes y los servicios relacionados que deban desarrollarse, pero el BCE estima en 1.300 millones de euros esa inversión hasta la primera emisión y en 320 millones al año a partir de ahí. El Eurosistema no cobraría ni se beneficiaría de comisiones por las operaciones y asumirá los gastos inherentes a la infraestructura y establecimiento del sistema. Se cubrirán con el "señoreaje" como ocurre hoy con los billetes (ingresos que obtiene por la emisión del dinero).

elEconomista

Publicación	El Economista General, 6	Fecha	09/03/2026
Soporte	Prensa Escrita	País	España
Circulación	23 667	V. Comunicación	41 792 EUR (48,564 USD)
Difusión	20 000	Tamaño	812,95 cm² (75,9%)
Audiencia	71 000	V.Publicitario	10 820 EUR (12 573 USD)

Dossier de prensa unacc

Soberanía en pagos: la infraestructura que sostiene la economía diaria



Diego Sánchez Repila

Director de Estrategia y Servicios de Procesamiento en Redsys

Pagar es el gesto económico más frecuente y, al mismo tiempo, el menos cuestionado. Un movimiento casi automático que conecta en segundos a un consumidor, un comercio, su banco y una red tecnológica de capilaridad global. Esa simplicidad es solo aparente. Detrás existe una infraestructura compleja cuya continuidad no es solo una cuestión operativa: es una condición necesaria para garantizar la estabilidad económica.

Durante años dimos por hecho que esa infraestructura era neutra, permanente y ajena a la geopolítica. En marzo de 2022 esa percepción cambió. Tras la invasión de Ucrania, Visa y Mastercard suspendieron sus operaciones en Rusia. La decisión se enmarcó en el régimen sancionador internacional, pero evidenció un hecho estructural: quien controla los raíles de pago posee una capacidad de influencia sistémica.

Desde entonces, el debate sobre la soberanía de los pagos ha dejado de ser académico. Hace apenas unos días, The Guardian recogía la preocupación expresada por directivos de algunos de los principales bancos británicos, que analizaban públicamente la necesidad de explorar alternativas domésticas ante la elevada concentración del mercado en dos grandes redes internacionales. Que una economía madura y tradicionalmente muy vinculada al sistema financiero estadounidense se plantee esta cuestión no responde a impulsos proteccionistas, sino a una lógica de prudencia estratégica.

Europa ha construido durante décadas un sistema financiero eficiente, integrado y competitivo. Sin embargo, una parte mayoritaria de los pagos con tarjeta en el mercado comunitario depende de redes internacionales. Mientras el entorno es estable, esa concentración no genera tensiones visibles. Pero en un contexto de fragmentación geopolítica, sanciones económicas y competencia tecnológica global, la dependencia adquiere una dimensión distinta.

La soberanía en pagos no implica sustituir infraestructuras que hoy funcionan con eficiencia. Supone asegurar que la economía pueda seguir operando con normalidad incluso en escenarios de tensión externa. En esa lógica se enmarca la autonomía estratégica europea: fortalecer capacidades propias en ámbitos críticos, sin renunciar a la apertura, la competencia o la interoperabilidad global.

España presenta una posición robusta. Más del 85% de los pagos electrónicos se procesan a través de infraestructuras críticas nacionales, bajo gobierno del sector bancario y sin depender de redes externas. En términos prácticos, significa que el comercio diario, desde el supermercado hasta la farmacia, puede seguir funcionando incluso en escenarios de tensión externa.

En este contexto, el desarrollo de Bizum trasciende la mera innovación tecnológica. Nació como una iniciativa del sector bancario español para dotarse de una solución de pagos inmediata y común, en un momento en el que la capacidad de procesar pagos de forma autónoma empezaba a ganar relevancia estratégica. Más que una aplicación para enviar dinero entre particulares, es la expresión visible de una infraestructura sectorial más amplia.

Su construcción ha requerido adaptación tecnológica, integración masiva de comercios, modelos eficientes de liquidación y compensación, sistemas antifraude y esquemas de resiliencia operativa alineados con los estándares regulatorios más exigentes. Cuenta además con una hoja de ruta de evolución sólida para seguir ampliando sus capacidades y equipararse progresivamente al nivel de sofisticación que las tarjetas han desarrollado a lo largo de varias décadas.

> Una interrupción en pagos paraliza el comercio, tensiona la liquidez y erosiona la confianza

Ese modelo sectorial se apoya, además, en una infraestructura europea común. La red de transferencias inmediatas, basada en el esquema europeo de transferencias inmediatas y soportada por plataformas como TIPS, constituye el rail sobre el que se asienta este sistema. Convertir esa base técnica en un instrumento de uso masivo ha exigido gobernanza sectorial, inversión sostenida y capacidad operativa a gran escala.

Sobre esa base, Bizum ha alcanzado una dimensión masiva, con más de 25 millones de usuarios y miles de millones de operaciones anuales, reflejo de la cooperación del sector bancario español y de su progresiva conexión europea a través de iniciativas como EuroPA. No sustituye a los esquemas internacionales de pago, pero introduce equilibrio y capacidad real de continuidad.

Es una realidad que buena parte de la tecnología que utilizamos a diario no es europea. Los dispositivos desde los que iniciamos pagos dependen de sistemas operativos desarrollados en Estados Unidos. También muchas de las plataformas digitales sobre las que operan empresas y administraciones, desde servicios de almacenamiento hasta herramientas de gestión, se apoyan en infraestructuras digitales alojadas en nubes tecnológicas globales.

> La estabilidad económica no se mide solo con las cifras de crecimiento

Esa interdependencia forma parte del entorno digital actual y no es, en sí misma, un problema. Lo relevante es entender dónde se sitúan los puntos críticos del sistema. Por eso la soberanía en pagos no puede analizarse solo desde la superficie del servicio, sino desde su arquitectura completa.

La cuestión clave no es el origen de cada componente tecnológico, sino quién controla el procesamiento, la compensación y la liquidación y quién garantiza su continuidad en situaciones de tensión. Cuando esas funciones descansan sobre infraestructuras propias, operadas en entornos tecnológicos bajo control sectorial, la exposición a decisiones externas se reduce de forma significativa.

La soberanía en pagos, como en cualquier infraestructura esencial de una sociedad avanzada, no es aislamiento tecnológico, sino diseño responsable de la resiliencia.

En este contexto, el euro digital puede aportar una dimensión adicional a la autonomía europea en el ámbito monetario. Su principal novedad sería ofrecer un medio de pago digital respaldado directamente por el banco central, complementando la infraestructura existente.

Sin embargo, en términos de soberanía efectiva, la clave será la misma que en cualquier otro negocio: la adopción. Es decir, ¿qué ventajas reales percibirán ciudadanos y comercios para utilizarlo? Para que el euro digital se implante de forma masiva no basta con su respaldo institucional. Deberá ofrecer funcionalidades comparables a las ya consolidadas en otros medios de pago: mecanismos claros de reclamación, cobertura amplia de casos de uso, gestión eficaz del fraude, aceptación extendida, también fuera de nuestras fronteras, y una evolución funcional y tecnológica ágil.

Tendrá además que integrarse con naturalidad en los hábitos existentes y definir con precisión su equilibrio entre privacidad y cumplimiento normativo, así como su encaje en el modelo de intermediación bancaria. Todo ello en un mercado donde ya existen sistemas de pago ampliamente consolidados.

Si estas condiciones se cumplen y su despliegue mantiene un ritmo adecuado, el euro digital podrá convertirse en un instrumento que refuerce de manera tangible la autonomía europea. Si no, su impacto será limitado. En definitiva, la soberanía en pagos no depende solo de anunciar nuevas herramientas, sino de que esas herramientas se utilicen de forma cotidiana y resulten verdaderamente competitivas en el mercado.

Las infraestructuras críticas solo se hacen visibles cuando fallan. En el caso de los pagos, una interrupción no es una simple molestia: paraliza el comercio, tensiona la liquidez y erosiona la confianza.

Fortalecer la soberanía en pagos no significa levantar fronteras financieras, sino asegurar que la economía pueda seguir funcionando con normalidad incluso en entornos adversos. Es, en definitiva, una cuestión de diseño y de previsión estratégica.

Porque la estabilidad económica no se mide solo en cifras de crecimiento, sino en algo más básico: que podamos pagar con normalidad mañana, pase lo que pase.



ISTOCK

Expansión

Publicación	Expansión General, 19	Fecha	09/03/2026
Soporte	Prensa Escrita	País	España
Circulación	37 999	V. Comunicación	54 784 EUR (63,661 USD)
Difusión	28 798	Tamaño	427,94 cm² (68,6%)
Audiencia	114 000	V.Publicitario	13 323 EUR (15 482 USD)

Dossier de prensa unacc

"El mercado maneja bien el riesgo geopolítico si no afecta a los beneficios"

ENTREVISTA FABIANA FEDELI Directora de Inversiones de Bolsa y Multiactivos de M&G/ "La volatilidad de los mercados es una ventaja para alguien con paciencia y espera para seleccionar los nombres correctos", aconseja.

Artur Zanón. Londres

Correcciones a la baja como la actual pueden ser una oportunidad para los inversores, que reaccionan ahora sin el pánico del pasado a guerras como la de Irán. Lo importante para invertir en la Bolsa son las empresas, individualmente, sostiene Fabiana Fedeli (Roma, 1970), directora de Inversiones de Renta Variable, Multiactivos y Sostenibilidad de M&G Investments, en una entrevista con EXPANSIÓN, en la que prefiere no citar nombres.

Fedeli está al frente de un equipo que maneja activos por unos 80.000 millones de euros, básicamente de acciones (66.600 millones, de los que 10.100 millones, en Europa), pero también multiactivos (12.400 millones). Cree que los mercados están reevaluando sus inversiones porque la inteligencia artificial (IA) no solo beneficiará a un puñado de compañías, y valora la evolución de España de los últimos años.

– ¿Cómo cree que va a afectar la guerra en Irán a los mercados? ¿Se están acostumbrando a una inestabilidad crónica?

Hay dos tipos de inestabilidad. Primero, los riesgos geopolíticos, que los mercados pueden manejar bastante bien, a no ser que afecten a la solvencia y los beneficios de las compañías. Lo hemos visto tras el Día de la Liberación [el pasado 2 de abril, cuando Trump anunció aranceles a varios países], también en las guerras de Ucrania y Oriente Próximo y ahora con la última escalada en la región, donde los mercados han reaccionado de una forma relativamente contenida pese a temas de seguridad y precios de la energía más altos. El otro tipo se refiere a las empresas, sobre todo en cómo les influye la IA. Existen preocupaciones sobre las elevadas inversiones de algunas de ellas y sobre cuáles podrían verse negativamente afectadas por la IA. Veo que el mercado está recalibrando lo que piensa sobre la IA y la tecnología. Hasta ahora, esta inversión era pasiva: hacia los nombres más grandes y conocidos. Pero creo que ahora tenemos una oportunidad para ampliar la lista de los beneficiarios de la inteligencia artificial.

– Otro de los temores, más allá de la guerra, es si existe una burbuja en la inteligencia artificial...

La pregunta es equivocada porque la IA es fabulosa. Estamos justo en los inicios. No obstante, muchas compañías han visto incrementar significativamente su valoración de acuerdo a las expectativas. Así es que si algunas no las cumplen... Pero no creo que sea algo sistémico. Estamos en un momento de recalibrar más que en la burbuja punto com.

– ¿Cómo se va a producir esa reevaluación?

Comenzando a ser más selectivos en empresas que también proveen servicios o se benefician de la inteligencia artificial. También hay otras compañías favorecidas por la inversión que otras realizan en el mercado. Algunas no están en el sector tecnológico. En las últimas presentaciones de resultados hemos visto algunas que mejoran costes gracias a la IA. El mercado va a ser más selectivo, pero también se va ampliar más allá de un reducido número de compañías. No todo el mundo va a perder con la inteligencia artificial.

– Usted habla de polarización. ¿Por qué hemos llegado a esta situación?

Primero y principal, hay muchas noticias [sobre la IA] y el inversor minorista tiende a seguirlas. Asistimos a movimientos en el mercado más amplios que en el pasado, que se deben a que hay mucho *trading* con algoritmos con grandes movimientos en poco tiempo. También hay más posibilidad de acceder [a la Bolsa]. Posiblemente todo eso hace a los mercados más volátiles y polarizados. Se puede ver en las acciones, el oro o las divisas. Es una ventaja para alguien que tiene un poco de paciencia y espera para seleccionar los nombres correctos.

– ¿Cuáles son esas empresas? ¿Prefiere hablar de países o sectores?

Prefiero hablar de empresas. Vemos dos cosas en los mercados. Una es que los movimientos son más rápidos y amplios que antes: lo que en el pasado era una señal, ahora es ruido. Por eso, hay que ceñirse a los fundamentos: hay que ver lo que subyace a una empresa. La otra es que hemos visto resultados muy diferentes en empresas de los mismos sectores en los mismos mercados. Piense sobre compañías de consumo en EEUU, o sobre banca en España. Ya no va de países ni tampoco de sectores. Literalmente esto va de empresas: la capacidad de adaptarse a las necesidades de sus clientes, de innovar..., en ámbitos como tecnología e innovación en el cuidado de la salud. Y si analizas desde una perspectiva regional, nos sigue gustando Europa, con áreas cuyos fundamentales no aprecian los inversores, y países emergentes, con firmas que mejoran constantemente. En el pasado, el país imprescindible era EEUU, donde vemos oportunidades en áreas donde se aplica la tecnología y la innovación.

– También ha lamentado en otras ocasiones que la calidad ha perdido. ¿A qué se refiere?

A acciones con ganancias estables, generación de flujo de caja, balances fuertes... Este tipo de empresas se han comportado [en Bolsa] por debajo de la media en las dos últimas décadas. Por ejemplo, algunas de consumo: el mercado primero estaba preocupado por los aranceles, luego por la IA... Pero muchas son resilientes y sus valoraciones son mucho menos caras que en el pasado, lo que las hace más atractivas.

– ¿Qué significa que el Ibex 35 subiera el año pasado mucho más que el índice S&P 500?

Significa mucho: que mercados que se consideraban débiles se han comportado significativamente mejor que EEUU, no solo en precios, sino en retorno al accionista. Son los casos de España e Italia. España ha trabajado muy duro para dotarse de mayor resiliencia, para tener un régimen fiscal más fuerte y para intentar conseguir un mayor crecimiento económico. Las empresas son ahora, de lejos, mucho más disciplinadas. Pienso en el sector financiero, infraestructuras, *utilities*...

– ¿Seguirá la tendencia en 2026?

Dependerá de cada compañía. Vemos valor en bastantes de las españolas cotizadas, al igual que en Europa. Por valor entendemos un precio atractivo frente a los fundamentales del mercado.

– ¿Cree que el oro se ha convertido en un valor especulativo o sigue siendo seguro?

Hay algo estructural [en la subida de su precio] y es que los bancos centrales han elevado la diversificación de sus reservas en divisas, particularmente más allá del dólar, por motivos sobre todo geopolíticos. Muchos tienen un porcentaje bajo en oro, por lo que podremos ver más compras de estos inversores. Pero los mercados no son lineales y lo que hemos visto en los últimos días, como en el Covid, es que en el corto plazo se pueden producir grandes movimientos y correcciones.



Fabiana Fedeli, directora de Inversiones de Renta Variable y Multiactivos de M&G Investments.

> "La inversión no va de países, ni tampoco de sectores. Va, literalmente, de empresas que se adaptan e innovan"

> "Movimientos que antes eran una señal, ahora son ruido; por eso, hay que ceñirse a los fundamentos"

> "No todo el mundo va a perder con la IA; el mercado se va a ampliar más allá de un número reducido de empresas"

> "España e Italia han trabajado para dotarse de más resiliencia; las empresas son mucho más disciplinadas ahora"

"La Bolsa ofrece muchas oportunidades"

Fedeli dice que no analiza los mercados "por índices, sino por empresas" y, de la Bolsa cree que "relativamente no está cara y ofrece muchas oportunidades". Algunas de las compañías lo van a hacer muy bien", expone. "Es difícil decir qué mercado sobresaldrá en Europa. Las compañías operan en varios países. Veremos cómo muchas de ellas comienzan a concentrarse en Europa y se convierten en verdaderos campeones europeos", dice. En relación al papel de la IA en profesiones como la suya, considera que la "intuición humana todavía tiene un valor increíble en el proceso de inversión". "Nos tenemos que adaptar; la IA mejora la capacidad de analizar compañías, pero aún necesitamos la intervención humana para comprobar que los datos son correctos. Por ejemplo, los cambios de regulación no los incorpora inmediatamente".

elEconomista

Publicación	El Economista General, 22	Fecha	09/03/2026
Soporte	Prensa Escrita	País	España
Circulación	23 667	V. Comunicación	23 196 EUR (26,954 USD)
Difusión	20 000	Tamaño	358,12 cm² (33,5%)
Audiencia	71 000	V.Publicitario	6165 EUR (7164 USD)

Dossier de prensa unacc

Santander permitirá "rastrear" al milímetro los votos de accionistas internacionales en las juntas

Su filial de banca de inversión gestiona las asambleas de accionistas del 70% del Ibex-35

E. Contreras MADRID.

Banco Santander permitirá rastrear de forma completa los votos emitidos por los accionistas extranjeros en las juntas de las compañías cotizadas, un proceso tradicionalmente complejo debido a la extensa cadena de custodios, subcustodios e intermediarios financieros que intervienen en la transmisión de las instrucciones de voto.

La entidad, a través de su filial de banca de inversión Santander Investment, ha implantado en España un nuevo modelo que permite seguir y confirmar el voto a lo largo de toda la cadena de intermediarios, desde el accionista hasta la empresa emisora. El sistema se apoya en la infraestructura y la mensajería de Swift.

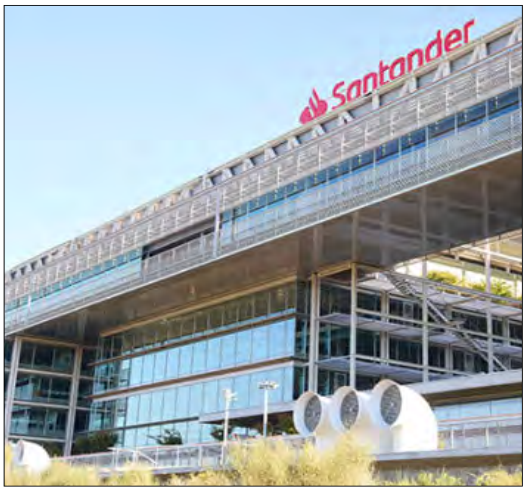
Este estándar internacional, ampliamente utilizado en los mercados financieros, permite asegurar la transmisión electrónica de la información y confirmar el voto de forma interoperable entre emisores, intermediarios financieros y accionistas, según explica la entidad.

El servicio se presta a través de Santander Investment en colaboración con Caceis Bank Spain como custodio local, y está diseñado tanto para dar servicio al propio grupo bancario como a compañías cotizadas y otros participantes del mercado.

Santander Investment se sitúa entre los principales proveedores de este tipo de servicios en España, con una cuota cercana al 70% entre las compañías del índice Ibex 35. Durante 2025, la filial gestionó un total de 60 juntas generales de accionistas, en las que se solicitaron 47.324 confirmaciones de voto a través de la cadena de intermediarios.

Esta cifra representó aproximadamente el 41% del quórum medio registrado en cada junta y refleja el elevado grado de utilización de los mecanismos de confirmación por parte de inversores institucionales y extranjeros.

Se trata de un colectivo clave en el accionariado de las compañías cotizadas, ya que representa en torno al 45% del capital del mercado bursátil español. En este contexto, la correcta transmisión y verificación de su voto se ha convertido en un elemento esencial para el funcionamiento de las juntas y para garantizar la seguridad jurídica de los acuerdos adoptados.



Edificio del Banco Santander en su Ciudad Financiera. EE

Hasta ahora, el ejercicio del derecho de voto por parte de accionistas institucionales e internacionales se articulaba a través de una compleja cadena de intermediarios, lo que en muchos casos dificultaba la trazabilidad completa del proceso y la confirmación de que la instrucción había sido correctamente registrada y contabilizada por la compañía emisora. El nuevo modelo permite a las empresas mejorar la transparencia del proceso de votación en las juntas generales y refuerza la confianza de los inversores en el sistema.

La implantación de estos mecanismos responde también a un marco regulatorio más exigente en materia de gobierno corporativo. La Directiva europea sobre derechos de los accionistas obliga a los intermediarios a facilitar la confirmación del voto y el flujo de información a lo largo de toda la cadena de custodia, especialmente en mercados con una elevada presencia de capital internacional.

elEconomista

Publicación	El Economista General, 21	Fecha	09/03/2026
Soporte	Prensa Escrita	País	España
Circulación	23 667	V. Comunicación	42 169 EUR (49,002 USD)
Difusión	20 000	Tamaño	491,17 cm² (45,9%)
Audiencia	71 000	V.Publicitario	7693 EUR (8940 USD)

Dossier de prensa unacc

CaixaBank eleva a más del 34% los clientes del banco que contratan también un seguro

La entidad potencia la venta cruzada para ofrecer hipotecas con menos márgenes

Aitor Caballero Cortés MADRID.

CaixaBank basa su triunfo en el terreno hipotecario en las sinergias con otros negocios, como el asegurador. Y es que el banco riega a VidaCaixa, su filial especializada en productos de vida ahorro y vida riesgo, con sus propios clientes, y son ya más del 34% aquellos con una cuenta abierta en la entidad catalana que tienen a su vez al menos un seguro de los previamente mencionados.

Esta cifra se mantiene relativamente estable, aunque la tendencia es alcista. En 2023, ese porcentaje era algo inferior al 32%. Ahora, de los 20,7 millones de clientes del banco, cerca de 7,1 millones también lo son de VidaCaixa. Es decir, la gran mayoría de asegurados son a su vez usuarios del banco, y esto se consolida año a año con el crecimiento de ambas entidades. La aseguradora aumentó su cartera en 200.000 clientes, mientras CaixaBank lo hizo en 390.000.

La cuenta aún se elevaría más si se incluyera a SegurCaixa Adeslas, que es la participada en seguros de no vida del banco, con el 49% del capital, mientras lo restante pertenece a Mutua Madrileña, donde consolida. El banco no ofrece cifras oficiales, pero argumentan que dicho porcentaje estaría más cerca del 40%, ya que dentro del 34% anterior también puede haber duplicidades, porque algunos clientes pueden contar con un seguro de VidaCaixa y también de Adeslas.

En esta fuerza comercial se apoya para seguir liderando el mercado de concesión de nuevas hipotecas. Así lo explicó Gonzalo Gortázar, CEO de CaixaBank, en la conferencia con analistas: "Las hipotecas a tipo fijo se están concediendo por debajo de los costes de financiación porque tenemos un negocio de seguros completamente diferente al de otros bancos". Y puso como ejemplo a Adeslas comparándolo con fórmulas similares que los bancos están llevando a cabo con aseguradoras: "Las primas rondan los 6.000 millones, mientras nuestros dos principales competidores están en los 600 millones. Es diez veces su tamaño (en referencia a BBVA Allianz y Santander Generales, con Aegon). Por eso, cuando el cliente entra en el universo de CaixaBank, la rentabilidad global del cliente es mayor que en cualquier otro banco", argumentó.



Sede de CaixaBank. EP

> Hasta el 60% de las hipotecas se firman con algún seguro combinado, según la asociación Amaef

Todos los bancos utilizan el seguro como una fuente de ingresos extra, incluso a costa de estrechar al máximo los márgenes en el negocio puramente bancario. En el caso de CaixaBank, este aprovechamiento está magnificado por su tamaño dentro del sector asegurador gracias a su legado y sus adquisiciones (la última más relevante, la de Bankia). A la hora de conceder un crédito hipotecario, para el banco juega a su favor no solo ser el líder en este ámbito, sino también en seguros de vida (con VidaCaixa acumulando casi un 30% de cuota); y contar con la segunda entidad en seguros de no vida tan solo por detrás de Mapfre, y que a su vez se englobe en Mutua Madrileña.

El banco no ofrece cifras de cuántas hipotecas comercializadas van con un seguro combinado de sus socios. No obstante, y a pesar de la especificación de la ley que permite al cliente firmar el préstamo a pesar de no contratar los seguros vinculados que ofrecen las entidades, "el 60% de las hipotecas se firman con algún seguro combinado, sea de vida o de hogar", especifica Álvaro Urrutia, presidente de Amaef, la asociación de bancaseguros española. Esto se debe a que los bancos normalmente eliminan bonificaciones si los seguros no son combinados.

Tampoco es posible conocer con los números exactos cuál es el peso de los seguros embebidos con la hipoteca dentro del negocio de VidaCaixa. No obstante, desglosando por vida riesgo (los más frecuentes con hipotecas), las primas fueron de 1.156 millones, un 13% más que un año atrás. La entidad obtuvo unas primas de vida (incluyendo ahorro y colectivos) de 10.599 millones, lo que representa alrededor de un 10%.

Expansión

Publicación	Expansión General, 16	Fecha	09/03/2026
Soporte	Prensa Escrita	País	España
Circulación	37 999	V. Comunicación	12 301 EUR (14,294 USD)
Difusión	28 798	Tamaño	67,25 cm² (10,8%)
Audiencia	114 000	V.Publicitario	3028 EUR (3519 USD)

Dossier de prensa unacc

BBVA regalará 150 euros para captar clientes con tarjeta

M. Martínez. Madrid

BBVA pone en marcha una nueva campaña de captación de clientes que volverá a gravitar sobre su producto estrella, la *Cuenta Online*, junto a la tarjeta de débito asociada.

Desde este lunes y hasta el 7 de abril, el banco devolverá hasta 150 euros a los nuevos clientes que se den de alta a través de los canales digitales y paguen con tarjeta.

El banco premiará las compras realizadas en los primeros 30 días desde el alta como cliente, con una devolución que dependerá del volumen total de pagos con tarjeta efectuado en ese primer mes.

Si el cliente alcanza o supera los 150 euros en compras, recibirá 150 euros. Si el gasto es inferior, obtendrá una cantidad equivalente al importe total pagado.

BBVA se suma así a las iniciativas que distintos bancos están poniendo en marcha para sumar clientes sin una elevada exigencia de vinculación de partida.

En términos generales, los bancos están dando incentivos de entre 100 y 200 euros a los clientes que contratan cuentas digitales –sin comisiones, ni condiciones– y además, domicilian recibos, activan Bizum y hacen un uso mínimo de la tarjeta. Esta operativa, además de propiciar vinculación, genera comisiones para el banco.

Largo plazo

En paralelo a la nueva oferta, BBVA mantiene la campaña que puso en marcha el pasado verano y con la que el primer año abona hasta 760 euros a los nuevos clientes que mantienen una elevada operativa.

Este plan está estructurado en cuatro ejes de ventajas: nómina, recibos, tarjeta y Bizum.

Si se domicilian ingresos de al menos 800 euros, el particular recibe un abono anual de hasta 400 euros. La domiciliación de recibos de luz, gas, teléfono o Internet suponen un pago máximo de 120 euros.

Por último, las compras con tarjeta y el uso de Bizum generan sendos incentivos de 120 euros cada uno.

Si el cliente no cumple un mes una condición, no obtiene el premio del requisito que incumple. No obstante, si al mes siguiente se ajusta a la condición, volverá a obtener la bonificación.

elEconomista

Publicación	El Economista General, 22	Fecha	09/03/2026
Soporte	Prensa Escrita	País	España
Circulación	23 667	V. Comunicación	23 995 EUR (27,883 USD)
Difusión	20 000	Tamaño	424,70 cm² (39,7%)
Audiencia	71 000	V.Publicitario	6930 EUR (8053 USD)

Dossier de prensa unacc

Luis García Director general de Dr. Finanzas en España

"Las condiciones de las hipotecas cambian casi semanalmente"

Matteo Allievi MADRID.

Con más de una década de experiencia en Portugal, la *fintech* Dr. Finanzas enciende sus motores en España para ayudar a los jóvenes y a las familias a encontrar su mejor hipoteca. Desde su función de intermediario financiero entre la banca y el cliente hipotecario, en el mercado inmobiliario es como un ojo que todo lo ve. "No sé si hablaría de irracionalidad en las ofertas, pero hay tensión y seguirá habiendo cierta agresividad. Las condiciones cambian casi semanalmente y estamos recibiendo bastantes solicitudes de subrogaciones", apostilla en una entrevista con *elEconomista.es* su director general en España, Luis García.



FIRMA

¿Cuál es el primer balance?
Muy positivo. Recibimos todos los días solicitudes de consultas y manteniendo el grifo de la inversión controlada. Tenemos un equipo de cuatro gestores y la idea es ir dimensionando el personal en función del crecimiento de clientes que vayan solicitando nuestro servicio.

Habéis entrado de la mano de cuatro bancos: Unicaja, Sabadell, Abanca y UCI. ¿Estáis cerrando acuerdos con otras entidades?
Estamos en conversaciones con prácticamente la mayoría de las entidades bancarias españolas. Además de estas cuatro entidades, hemos cerrado acuerdos con tres más: Univercaja, Laboral Kutxa y CaixaBank. Con otras dos seguimos en conversaciones. Nuestro objetivo es terminar el primer trimestre con un porcentaje altísimo de cuota de mercado de bancos en España que estén trabajando con nosotros.

¿Qué similitudes habéis detectado entre el mercado portugués y el español?
Son bastante parecidos en cuanto que la vivienda es una de las decisiones más importantes que se toman en la vida y también la falta de educación financiera. Siete de cada diez españoles reconocen sentir estrés vinculado a su hipoteca. Pero en Portugal es exactamente lo mismo. Allí, cerca del 60% de los préstamos hipotecarios se gestiona a través de intermediarios financieros. La cuota es bestial. Somos líderes en gestión de préstamos digitales, por encima del 50%. El año pasado tuvimos más de 20 millones de consultas en Portugal. En España hay un gran potencial.

Hay algunos banqueros que han advertido de una competencia irracional en el mercado hipotecario español. ¿Está de acuerdo?
Las condiciones cambian casi semanalmente. Los bancos están muy activos y esto es un mercado abierto. Aquí no se pueden poner puertas al campo. No sé si hablaría de irracionalidad. Creo que hay mucha competencia porque hay una demanda muy importante. Hay un déficit de oferta que supone incremento de precios. Y hay mucha ansiedad porque primero no se encuentran las viviendas porque están carísimas y también porque hay poca oferta. Ahí lógicamente la banca hace su labor.

¿Seguirá habiendo esa agresividad?
Creo que va a seguir una competencia feroz. Cada semana veremos ofertas muy agresivas. Pero eso pasa en todos los ámbitos. El banco sabe que el cliente hipotecario permanece durante muchos años y puedes hacer la venta cruzada, con lo cual intenta ser un poco más agresivo con aquellos que tienen cierto potencial de crecimiento. Pero tampoco están en el punto tan irracional de aceptar cualquier tipo de cliente. Y estamos recibiendo bastantes solicitudes de subrogaciones. Como hay tanta agresividad en el mercado y tanta oferta, hay muchos clientes que se plantean cambiar de banco.

Subrogaciones: "Como hay tanta agresividad en el mercado, muchos clientes se plantean cambiar de banco"

¿Vais a lanzar otros productos?
Sí. De forma progresiva. Este año, probablemente a mediados, empezaremos a ofrecer seguros y préstamos personal. El objetivo es replicar el modelo portugués. Tenemos alrededor de 100 oficinas con más de 300 personas allí. En España nos estamos planteando abrir alguna, principalmente en grandes ciudades.

LA RAZÓN

Publicación	La Razón Nacional, 36	Fecha	09/03/2026
Soporte	Prensa Escrita	País	España
Circulación	40 667	V. Comunicación	19 946 EUR (23,178 USD)
Difusión	37 894	Tamaño	13,68 cm² (2,2%)
Audiencia	122 000	V.Publicitario	5098 EUR (5924 USD)

Dossier de prensa
unacc



Cipriano García
Dir. Gral. Caja Rural Zamora

Un modelo de negocio cercano que funciona.

Caja Rural Zamora vive un gran momento gracias a un modelo de negocio que, al revés que los demás, apuesta por abrir oficinas y por prestar un servicio digital de última generación además de por una cara conocida que genera confianza.

LAS PROVINCIAS

Publicación	Las Provincias Comarcas, 11	Fecha	09/03/2026
Soporte	Prensa Escrita	País	España
Circulación	2507	V. Comunicación	12 224 EUR (14,205 USD)
Difusión	1973	Tamaño	342,97 cm² (55,0%)
Audiencia	12 300	V.Publicitario	3249 EUR (3775 USD)

Dossier de prensa unacc

CAIXA POPULAR

MUJER. En la sexta edición de la iniciativa de la entidad se alcanzarán los 60.000 euros

LA CONVOCATORIA DE AYUDAS PARA LA IGUALDAD DUPLICA SU FONDO

El proyecto se financia a través de lo generado por la Tarjeta Dona de Caixa Popular, que destina parte de sus beneficios a iniciativas sociales, sin coste para los usuarios

VALENCIA

Extras. Caixa Popular reafirma su compromiso con la igualdad de género con el lanzamiento de la sexta Convocatoria de Ayudas para la Igualdad, dirigida a entidades sociales de la Comunitat Valenciana que desarrollan iniciativas centradas en el ámbito de la mujer y la promoción de la igualdad. Este año, la entidad duplica la dotación económica hasta alcanzar los 60.000 euros. Las ayudas se financian a través del fondo generado por la Tarjeta Dona, que destina parte de sus beneficios a iniciativas sociales vinculadas a la igualdad, sin ningún coste para las personas usuarias.

La convocatoria de 2026 incorpora cinco categorías, en las que se otorgarán tres premios de 6.000 euros, 4.000 euros y 2.000 euros, respectivamente. La primera, Derechos y Protección de las Mujeres, con apoyo a proyectos dirigidos a combatir las violencias machistas y la vulnerabilidad de las mujeres. La segunda será Coeducación, Infancia y Juventud, para iniciativas para promover la igualdad desde edades tempranas a través de la coeducación. La tercera es Liderazgo y Emprendimiento en Femenino, con proyectos destinados a impulsar el liderazgo, la empleabilidad y el emprendimiento. La cuarta, Artes y Deportes por la Igualdad, centrada en acciones culturales, artísticas o deportivas que fomenten la igualdad a través de la expresión cultural. Y, por último, la quinta es Bienestar Emocional y Salud Mental en Igualdad, con programas orientados a la mejora del bienestar integral de las mujeres.

Las entidades sociales interesadas pueden presentar sus solicitudes hasta el 19 de abril a través de la web: www.caixapopular.es/es/convocatoria-ayudas-igualdad. En sus cinco ediciones anteriores, estas ayudas han hecho posible el desarrollo de proyectos clave, como la mejora de la empleabilidad de mujeres víctimas de violencia de género, el impulso a la autonomía de mujeres en situación de explotación sexual o el acompañamiento a mujeres con trastornos de salud mental y adicciones.

Esta iniciativa forma parte del proyecto Caixa Popular Dona, un programa integral con diversas acciones para promover la igualdad, uno de los valores de la entidad bancaria desde su fundación hace casi 50 años.

Además de estas ayudas, Caixa Popular colabora con la Fundación Novaterra en proyectos de autoempleo para mujeres con escasos recursos y ha impulsado la línea InvestigaDona, que fomenta la presencia femenina en la ciencia y el liderazgo investigador en alianza con Incliva.

Con esta nueva convocatoria de ayudas y su firme compromiso social, Caixa Popular sigue avanzando en su propósito de ser la entidad de referencia para aquellas personas que creen en la igualdad de género como un pilar fundamental de la sociedad.



Las entidades sociales interesadas pueden presentar sus solicitudes hasta el 19 de abril. LP

Levante EL MERCANTIL VALENCIANO

Publicación	Levante EMV General, 21	Fecha	09/03/2026
Soporte	Prensa Escrita	País	España
Circulación	26 311	V. Comunicación	9 139 EUR (10,620 USD)
Difusión	21 724	Tamaño	280,97 cm² (45,1%)
Audiencia	79 000	V.Publicitario	2429 EUR (2823 USD)

Dossier de prensa unacc

Igualtat

Caixa Popular duplica el fons de la Convocatòria d'Ajudes per a la Igualtat

Aquest sisé fons es dirigeix a entitats socials del territori valencià centrades a l'àmbit de la dona i podrà aconseguir fins a 60.000 euros de dotació econòmica

OLIVIA DÍAZ
València

Caixa Popular ha llançat la sisena edició de la seua Convocatòria d'Ajudes per a la Igualtat, dirigida a entitats socials de la Comunitat Valenciana que desenvolupen iniciatives centrades en l'àmbit de la dona i la promoció de la igualtat de gènere.

Enguany, l'entitat financera ha decidit duplicar la dotació econòmica de la convocatòria fins a arribar als 60.000 euros. Les ajudes es financen a través del fons generat per la Targeta Dona, que destina part dels seus beneficis a iniciatives socials vinculades a la igualtat sense cap cost addicional per a les persones usuàries.

La convocatòria de 2026 incorpora cinc categories diferents, en les quals es concediran tres premis de 6.000, 4.000 i 2.000 euros respectivament. Les línies d'actuació inclouen projectes de defensa dels drets i protecció de les dones, especialment aquells orientats a combatre les violències masclistes i situacions de vulnerabilitat.

També es premiaran iniciatives de coeducació dirigides a la infància i la joventut per a fomentar la igualtat des d'edats primerenques, així com projectes que impulsen el lideratge, l'ocupabilitat i l'emprenedoria femenina. A més, la convocatòria contempla accions culturals, artístiques o esportives que promoguen la igualtat i programes centrats en el benestar emocional i la salut mental de les dones.

FOTOMARVY



Les ajudes han fet possible el desenvolupament de projectes clau.

Les entitats socials interessades poden presentar les seues sol·licituds fins al 19 d'abril a través de la web de l'entitat. En les cinc edicions anteriors, aquestes ajudes han permés posar en marxa projectes destacats com programes per a millorar l'ocupabilitat de dones víctimes de violència de gènere, iniciatives per a impulsar l'autonomia de dones en situació d'explotació sexual o accions d'acompanyament a dones amb trastorns de salut mental i addiccions.

Compromís amb la igualtat

Aquesta convocatòria s'emmarca dins del projecte Caixa Popular Dona, una iniciativa amb diverses accions orientades a promoure la igualtat de gènere, un dels valors que l'entitat defensa des de la seua fundació fa quasi cinquanta anys.

Entre altres iniciatives, Caixa Popular col·labora amb la Fundació Novaterra en projectes d'autoocupació per a dones amb pocs recursos i ha impulsat la línia InvestigaDona, destinada a fomentar la presència femenina en la ciència i el lideratge investigador en col·laboració amb Incliva.

Amb aquesta nova convocatòria d'ajudes, l'entitat reforça el seu compromís social i continua avançant en el seu objectiu de consolidar-se com una referència per a aquelles persones i organitzacions que consideren la igualtat de gènere un pilar fonamental de la societat. ■

Aquestes ajudes estan finançades per la Tarjeta Dona, sense cap cost per a les persones usuàries

S'atorgaran tres premis de 6.000 euros, 4.000 euros i 2.000 euros en cinc categories

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

La Opinión DE MURCIA

Publicación	La Opinión de Murcia General, 8	Fecha	09/03/2026
Soporte	Prensa Escrita	País	España
Circulación	6650	V. Comunicación	3 194 EUR (3,711 USD)
Difusión	4906	Tamaño	181,81 cm² (29,2%)
Audiencia	30 000	V.Publicitario	488 EUR (567 USD)

Dossier de prensa unacc



EEUU representa cerca del 11% de las exportaciones de la industria alimentaria regional

La alimentación, un pilar económico que sostiene 100.000 empleos

La falta de profesionales cualificados, entre los grandes desafíos de un sector de 4.318 millones

A. LORENTE

La industria alimentaria se ha consolidado como uno de los pilares económicos de la Región de Murcia, aunque su crecimiento empieza a verse condicionado por un problema cada vez más evidente: la dificultad para encontrar trabajadores cualificados. Un informe elaborado por la consultora PwC, con la colaboración de Agrupal y Caja Rural Central, analizó hace unos meses el peso real de la industria de transformación de alimentos en la economía regional y advierte de este reto.

El estudio calcula que el impacto total del sector alcanza los 4.318 millones de euros sobre el PIB regional y genera cerca de 100.000 empleos si se suman los directos, indirectos e inducidos.

En términos relativos, la actividad representa el 11% del PIB de la comunidad y el 14% del empleo total. Además, concentra alrededor de un tercio de toda la industria manufacturera murciana.

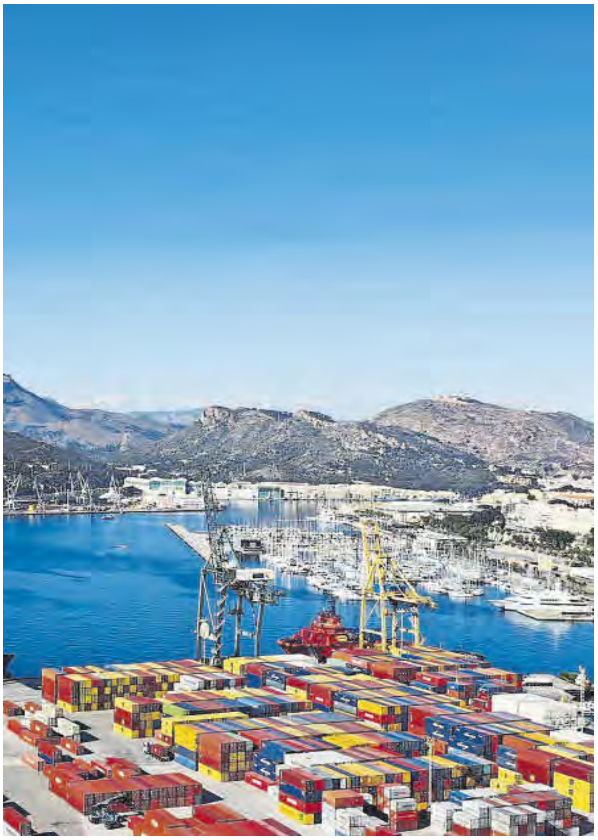
El director de PwC en Murcia, Javier Celdrán, destacó que el informe permite dimensionar la

La Opinión de Murcia

Publicación	La Opinión de Murcia General, 9	Fecha	09/03/2026
Soporte	Prensa Escrita	País	España
Circulación	6650	V. Comunicación	3 194 EUR (3,711 USD)
Difusión	4906	Tamaño	183,37 cm² (29,4%)
Audiencia	30 000	V.Publicitario	491 EUR (571 USD)

Dossier de prensa unacc

APC



contribución real del sector a la economía regional. Según señaló, la industria alimentaria representa cerca de 98.400 puestos de trabajo y su peso dentro del tejido industrial multiplica varias veces el de otras actividades manufactureras.

Dentro del sector, la industria cárnica lidera la actividad con una facturación de 2.481 millones de euros y más de 7.500 trabajadores. Le siguen la elaboración de conservas de frutas y hortalizas y la producción de alimentos para animales. El informe subraya además la fortaleza de un tejido formado principalmente por pequeñas y medianas empresas con creciente presencia internacional. En 2022, la Región de Murcia fue la quinta comunidad exportadora de alimentos de España, con 3.140 millones de euros, el 8% del total nacional.

Pese a estas cifras, el estudio identifica un obstáculo estructural: la falta de personal cualificado. Aunque existen iniciativas de colaboración con universidades y programas de formación dual, el sector considera necesario reforzar la capacitación profesional y estrechar la relación entre el sistema educativo y las empresas para garantizar el talento que exige la evolución de la industria.

El informe también apunta a las principales tendencias que marcarán el futuro de la industria alimentaria: el desarrollo de productos más saludables y personalizados, el crecimiento de las proteínas vegetales, la expansión del comercio electrónico y la apertura, tal y como defiende el secretario general de Agrupal, César Nicolás, hacia nuevos mercados internacionales, especialmente en Asia y Oriente Medio. A ello se suma la digitalización de los procesos productivos mediante tecnologías como la inteligencia artificial o el blockchain. Junto a estas oportunidades, el sector deberá afrontar desafíos ligados a la sostenibilidad, la escasez de agua, la adaptación al cambio climático y la ya citada necesidad de atraer talento especializado. ■

LA PROVINCIA

Publicación	La Provincia Nacional, 33	Fecha	09/03/2026
Soporte	Prensa Escrita	País	España
Circulación	14 809	V. Comunicación	3 557 EUR (4,132 USD)
Difusión	13 908	Tamaño	69,23 cm² (11,1%)
Audiencia	44 000	V.Publicitario	958 EUR (1113 USD)

Dossier de prensa
unacc

Cajasiete lanza un documental de mujeres agricultoras en Canarias

LA PROVINCIA/DLP
Las Palmas de Gran Canaria

La entidad financiera Cajasiete, enmarcada en la declaración del año 2026 como Año Internacional de la Mujer Agricultora por parte de la Organización de las Naciones Unidas, ha impulsado un proyecto audiovisual y divulgativo destinado a visibilizar el papel esencial de las mujeres en el sector primario de Canarias, un reconocimiento histórico al trabajo que miles de mujeres desarrollan en el ámbito agrícola.

El proyecto recoge el testimonio de trece mujeres profesionales del campo canario que representan distintas realidades del sector primario en el Archipiélago, desde la agricultura y la ganadería hasta la producción alimentaria y la gestión sostenible del territorio.

A través de una serie de entrevistas audiovisuales y materiales divulgativos, la iniciativa pretende poner en valor la contribución económica, social, cultural y medioambiental de las mujeres agricultoras, así como dar visibilidad a su papel en la sostenibilidad del territorio, el mantenimiento del tejido productivo local y la conservación de las tradiciones agrícolas.

La iniciativa responde al compromiso institucional de Cajasiete con la igualdad, el desarrollo sostenible del Archipiélago y el apoyo al sector primario.

El proyecto reúne el testimonio de trece mujeres profesionales procedentes de distintas Islas, que comparten su experiencia vital y profesional, su vínculo con la tierra y los desafíos que afronta el sector.

El proyecto ha sido concebido con un enfoque divulgativo y formativo, con el objetivo de acercar a la sociedad canaria la realidad del sector primario y reconocer públicamente la labor de las mujeres.

Todo el material generado estará disponible de forma abierta y gratuita para la ciudadanía, cooperativistas, clientes, empleados y agentes del sector, garantizando un acceso amplio a los contenidos y favoreciendo su utilización como recurso educativo y de sensibilización social. ■

Diario de León

Publicación	Diario de León General, 13	Fecha	09/03/2026
Soporte	Prensa Escrita	País	España
Circulación	21 665	V. Comunicación	5 893 EUR (6,847 USD)
Difusión	13 383	Tamaño	312,25 cm² (55,3%)
Audiencia	65 000	V.Publicitario	1609 EUR (1870 USD)

Dossier de prensa
unacc

CIPRIANO GARCÍA Director general de Caja Rural

«Nuestro modelo federal como grupo de cajas independientes ya ha demostrado su eficacia»

L.M.T./D.R. | ZAMORA

Habla la experiencia de quien lleva casi una vida dedicado a un proyecto económico y social de origen zamorano. La cooperativa de crédito Caja Rural de Zamora vive un momento dulce y su director general, Cipriano García, destaca en esta entrevista concedida a Ical la «fidelidad» de sus socios y sus clientes y la «dedicación», el «esfuerzo» y el «trabajo profesional» de todo su equipo a las duras y a las maduras, en los tiempos difíciles.

Hoy, cuando la entidad es un referente en las provincias donde se asienta, García se identifica con la «filosofía» de un modelo de «proximidad, cercanía y ayuda», unas señas de identidad con las que proseguirán su camino, sin aventuras, con prudencia en su expansión (prevé abrir una nueva oficina en Madrid este año), y fieles a sí mismos, autónomos e independientes.



Cipriano García, en un momento de la entrevista. JOSÉ LUIS LEAL

—Los resultados de la entidad han sido históricos en 2025. ¿Estará orgulloso?

—Cada año vamos batiendo un poco las cifras del año anterior, como es lógico, porque cada vez tenemos más empleados y más oficinas. Pero lo importante es nuestra trayectoria, la consecución constante de los objetivos que nos marcamos.

—¿Qué es hoy Caja Rural de Zamora?

—Es una entidad solvente, con una capacidad de crecimiento importantísima, con una magnífica imagen y los mejores clientes, importantes en todos los ámbitos. Nuestra filosofía es compartir sus ilusiones y los propios clientes hacen de valedores de nuestro modelo.

—¿Cuáles han sido las claves de esta evolución o de esta casi revolución?

—La fidelidad de nuestros clientes y socios desde siempre y una plantilla unida, inmejorable, con una evolución de profesionalización importante, implicada sobre todo en los momentos de dificultad, que ha defendido a la caja más que si fuera su propio negocio. Los socios, clientes y empleados, son la conjunción perfecta. Creo con mucho orgullo que los 62.000 socios que tenemos están satisfechos con la evolución de la caja por el cariño que nos tienen.

> «Ahora mismo tenemos el 10% de la cuota en León y el 5% en Valladolid y ya estamos en Madrid»

—Ensalza el desempeño de sus profesionales, pero ¿van incorporando jóvenes?

—Nuestro modelo potencia la entidad desde dentro. La filosofía es que las personas prosperen desde dentro de la casa. Preferimos dar la oportunidad para desarrollarse a los nuestros y que la gente joven tenga una motivación.

—¿Cómo ha sido la expansión de Caja Rural de Zamora?

—Muy continuada y muy prudente. Las oficinas que vamos abriendo, van madurando, y nos facilitan que vayamos abriendo otras, que al principio tienen un costo importante. Esa mecánica que hemos ido estableciendo, nos sigue fortaleciendo. A día de hoy no hemos cejado en el empeño de seguir abriendo oficinas, fundamentalmente porque estamos convencidos de nuestro modelo, que va en otra dirección de lo que hacen el resto de las entidades. Todo el mundo lo sabe.

—¿La desaparición de las antiguas cajas de ahorro les ha abierto nuevas puertas de alguna forma?

—Nos ha favorecido sin ninguna duda porque esa figura que representaban, su obra social, tan importante en las provincias, esa labor que hacían, la estamos modestamente sustituyendo con nuestro modelo de acompañamiento social y implicación en el desarrollo económico de las empresas y familias. Ser fieles al modelo nos ha dado esa consistencia, ese camino, no cediendo nunca a todas las dificultades, ser capaces de aguantarlas y sobreponerse, con ese espíritu combativo que nos caracteriza.

> «Tenemos nuestra autonomía que se circunscribe precisamente en nuestro caso a Zamora, León, Orense, Valladolid y Madrid»

—¿Y contemplan de alguna forma embarcarse en proyectos para ganar tamaño?

—Tenemos una estructura como cooperativas de crédito y no nos vamos a salir de ahí. Tenemos un banco cooperativo que ejerce de central bancaria, una compañía de seguros que es RGA y otra informática, RSI (Rural Servicios Informáticos). Tenemos nuestra autonomía que se circunscribe precisamente en nuestro caso a Zamora, León, Orense, Valladolid y Madrid. Ni nos planteamos una fusión, ni concesiones con nadie. Vender la caja es prácticamente imposible, porque los 62.000 socios son los que tiene que dar el sí. No tiene ningún fundamento que alguien regale una caja como ha pasado en otros sitios, a otro externo, gratuitamente. Nosotros somos defensores de nuestro modelo federal de grupo de cajas independientes que ha demostrado su eficacia en el tiempo, estamos anclados a nuestras filosofía y valores, a nuestras raíces, a nuestras condiciones. No nos hemos planteado nunca una fusión y ahora menos, claro.

—¿Y las líneas a trabajar los próximos meses o años?

—Este modelo resulta razonablemente muy satisfactorio y creo que no debemos cambiar. Acabamos de inaugurar una oficina en Valladolid, y otra en Madrid, y estamos en preparativos de una quinta en Madrid. Somos el 50% de la cuota en Zamora; alrededor del 10% en León; y el 5% en Valladolid, y ahora ya estamos en Madrid.

Huelva Información

Publicación	Huelva Información General, 11	Fecha	09/03/2026
Soporte	Prensa Escrita	País	España
Circulación	7847	V. Comunicación	1 622 EUR (1,885 USD)
Difusión	6600	Tamaño	29,47 cm² (4,7%)
Audiencia	23 000	V.Publicitario	443 EUR (515 USD)

Dossier de prensa unacc

'Viaje Iniciático' de Pedro Rodríguez en Caja Rural del Sur

S.H. Huelva

Viaje Iniciático del artista onubense Pedro Rodríguez Garrido recala en la sala del Centro Cultural José Luis García Palacios de la Fundación Caja Rural del Sur en Huelva. La muestra se inaugura el martes 10 de marzo, a las 20.00 y permanecerá abierta hasta el día 27 de marzo, en horario de mañana y tarde. Su autor indica que Viaje Iniciático "es un conjunto de 24 piezas en distintos formatos realizadas en su gran mayoría sobre lienzo donde hay un alejamiento de mi anterior etapa figurativa.

IDEAL

Publicación	Ideal Granada, 58	Fecha	09/03/2026
Soporte	Prensa Escrita	País	España
Circulación	2715	V. Comunicación	24 772 EUR (28,785 USD)
Difusión	2555	Tamaño	491,99 cm² (78,9%)
Audiencia	8146	V.Publicitario	4741 EUR (5509 USD)

Dossier de prensa
unacc

La nutrición deportiva que conquista Europa

Grupo Masmusculo. Manuel Garrido Osuna empezó con un negocio para acercar la suplementación de calidad a los barrios y ha logrado levantar un gran grupo con I+D+i propia, tiendas físicas, online y gimnasios





ANDREA G. PARRA

En su denominación está agrupada toda la filosofía del Grupo Masmusculo: «No es solo un nombre comercial, sino una declaración de intenciones y una promesa de marca: más músculo, más rendimiento, más salud y más años vividos con energía». Manuel Garrido Osuna fundó su empresa en 2006 y acariciando las dos décadas su proyecto empresarial goza de muy buena salud.

Grupo Masmusculo comenzó su actividad en un modesto local a pie de calle, en Arabial 123 de Granada, con una idea muy sencilla que era acercar la suplementación deportiva de calidad al cliente de barrio. Desde allí construyeron una comunidad local de deportistas, entrenadores y aficionados al fitness que encontraban no solo productos, sino también asesoramiento cercano y especializado. «Ese espíritu de tienda de confianza, donde se conoce por nombre al cliente, sigue marcando hoy nuestra forma de crecer», destaca Garrido Osuna.

El siguiente gran logro fue el lanzamiento de la página web masmusculo.com, que les permitió llevar esa misma filosofía de servicio al entorno digital y a todo el territorio nacional. A partir de ese momento desarrollaron dos canales paralelos e interconectados: el online, con una plataforma de e-commerce, que se ha ido profesionalizando y ampliando catálogo; y el offline, con la expansión de tiendas físicas. En el canal online fueron abriendo progresivamente distintos mercados europeos, empezando por Portugal y continuando con Italia, Francia, Alemania y Reino Unido, siempre con operaciones centralizadas desde España.

Centros deportivos

En paralelo al crecimiento digital, Masmusculo consolidó una red de tiendas físicas en las principales capitales españolas para mantener el contacto directo con el cliente. Hoy la marca está presente con establecimientos oficiales en ciudades como Barcelona, Sevilla y varias ubicaciones en la propia provincia de Granada. «Esta capilaridad nos permite combinar la inmediatez y amplitud de catálogo del online con la experiencia de compra física, el consejo técnico y el trato personal en tienda», concretan en la empresa. El proyecto dio un paso más con la creación de Masmusculo Super Gym, la cadena de gimnasios, arrancando en el polígono Juncaril (Albolote) y evolucionando hacia el concepto Masmusculo Supergym. Actualmente cuentan con centros deportivos en Granada (Albolote y Armilla), Sevilla y Córdoba, y están culminando un quinto proyecto en Málaga que ampliará la red en Andalucía. Son instalaciones de gran formato, con equipamiento de última generación y pensadas para el público que busca un entrenamiento serio, desde el aficionado avanzado hasta el competidor.

> «Nuestro modelo combina venta online internacional, desarrollo propio, laboratorio de I+D y gimnasios, lo que nos permite competir con solvencia en distintos mercados»

Para sostener este crecimiento, Grupo Masmusculo ha desarrollado una infraestructura propia en el área metropolitana. Disponen de un centro logístico en Albolote que concentra gran parte de las operaciones de almacenaje y preparación de pedidos, tanto para la tienda online como para el abastecimiento de los puntos de venta físicos. Además, están sus laboratorios de desarrollo e investigación, donde trabajan en nuevas formulaciones, control de calidad y mejora continua de productos de nutrición deportiva bajo estándares exigentes. Esta integración vertical, desde la I+D hasta la experiencia de cliente en tienda y gimnasio, es hoy uno de los pilares diferenciales del grupo.



▲ **Estrella.** El culturista americano Brandon Curry en el gimnasio.

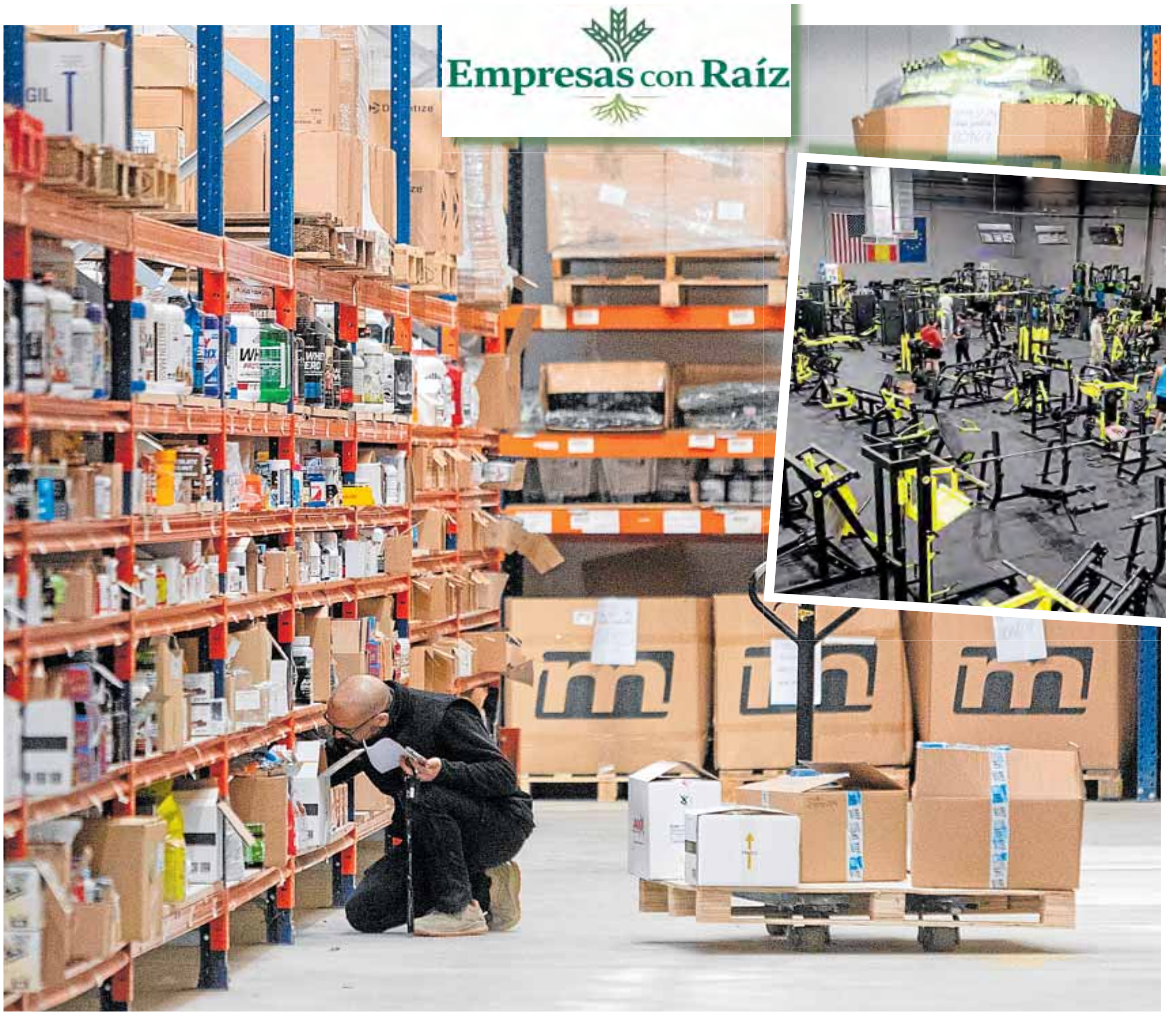
En Grupo Masmusculo han construido un ecosistema deportivo 360º completo, pensado para acompañar a las personas en su rendimiento, su salud y su evolución, por dentro y por fuera. Una marca «fuerte y confiable que informa, conecta y crea comunidad. No vendemos solo productos, compartimos conocimiento, experiencia y una forma realista de entender el entrenamiento». En las tiendas físicas ofrecen, según ponen en valor, «espacios de cercanía donde el asesoramiento es clave. Atención experta, trato humano y soluciones adaptadas a cada objetivo, reforzando la confianza y la relación directa con el cliente». «En conjunto, ofrecemos productos, espacios y conocimiento conectados, con un ob-

IDEAL

Publicación	Ideal Granada, 59	Fecha	09/03/2026
Soporte	Prensa Escrita	País	España
Circulación	2715	V. Comunicación	24 772 EUR (28,785 USD)
Difusión	2555	Tamaño	491,99 cm² (78,9%)
Audiencia	8146	V.Publicitario	4741 EUR (5509 USD)

Dossier de prensa unacc

Empresas con Raíz



◀ **Gigante.** El centro logístico de Albolote concentra los pedidos del grupo. PEPE MARÍN

▲ **Gimnasio.** La inauguración del primer Masmusculo Supergym tuvo lugar en 2020. IDEAL

jetivo claro: ayudarte a entrenar mejor y vivir el deporte de forma consciente y saludable», añaden.

En Grupo Masmusculo operan en el mercado europeo, con venta activa en toda Europa y una presencia especialmente fuerte en Portugal, Francia e Italia, donde la marca cuenta con una base de clientes recurrente y consolidada. «Nuestro modelo combina venta online internacional, desarrollo propio, laboratorio de I+D y gimnasios, lo que nos permite competir con solvencia en distintos mercados y adaptarnos a las particularidades de cada país», subrayan.

Tras casi 20 años de trayectoria, Masmusculo es una marca líder y plenamente consolidada en Andalucía, especialmente en las provincias donde operan con gimnasios propios: Granada, Sevilla y Córdoba. A nivel nacional, se posiciona como una marca líder especializada, con un modelo «difícil de replicar» en el que desarrollan sus propios productos; controlan calidad, formulación y desarrollo; y conectan producto, conocimiento y experiencia física. «No somos una marca oportunista ni de moda pasajera. Somos una marca sólida, reconocida y con recorrido, que ha sabido evolucionar con el mercado sin perder coherencia ni credibilidad», reivindica Garrido Osuna.

> «Casi dos décadas en el mercado nos han permitido construir una marca resiliente, confiable y en constante evolución»

> «Esta integración vertical, desde la I+D hasta la experiencia de cliente en tienda y gimnasio, es hoy uno de los pilares diferenciales del grupo»

Dos décadas

Presumen de que esta trayectoria de casi dos décadas en el mercado les han permitido construir «una marca resiliente, confiable y en constante evolución, con una visión clara: entrenar mejor, con salud, ciencia y comunidad».

A lo largo de su trayectoria han tenido varios hitos que han marcado el rumbo de la empresa. El primero fue la expansión internacional de su canal online, que les permitió llevar su propuesta de nutrición deportiva fuera de España y competir en mercados muy exigentes.

En paralelo, impulsaron la expansión de la red de tiendas físicas, acercando la marca al cliente con puntos de venta especializados donde ofrecen asesoramiento y una experiencia de compra «muy cuidada». Otro hito clave ha sido la apertura de sus propias instalaciones deportivas, que cierran el círculo entre entrenamiento, asesoramiento y suplementación dentro de un mismo ecosistema.

La creación de su laboratorio de investigación y desarrollo en Albolote supuso un salto cualitativo, ya que «nos permitió trabajar en formulaciones propias, control de calidad y mejora continua de producto, consolidando una integración vertical poco habitual en el sector. Este esfuerzo innovador y de crecimiento ha sido reconocido con distintos premios».

La empresa se encuentra todavía en la primera generación, la del fundador, que sigue plenamente implicado en la gestión y en la visión estratégica del proyecto. Esta continuidad permite mantener muy viva la cultura inicial de esfuerzo, cercanía al cliente y orientación al producto, que ha sido clave en su crecimiento. A la vez, cuentan con un comité de dirección con perfiles muy diversos, donde se analizan y se debaten todas las opciones antes de tomar decisiones relevantes. «Estamos profesionalizando la estructura e incorporando talento joven y especializado para asegurar que, cuando llegue el relevo generacional, la empresa esté preparada para seguir creciendo con la misma identidad y una gestión cada vez más sólida», puntualizan.

> Cuentan en el territorio nacional con tiendas físicas, venta online y cadena de gimnasios

En su camino de crecimiento han estado acompañados, entre otros, por Caja Rural. «Nuestra relación ha sido siempre muy estrecha y estratégica para la evolución de la empresa. Aunque trabajamos con distintas entidades financieras, Caja Rural Granada sigue siendo nuestra primera opción por su cercanía, su operatividad y su profesionalidad. Somos una empresa de personas, y valoramos especialmente que, en Caja Rural, nos atienden personas y no máquinas. Nos sentimos un cliente al que se escucha y se acompaña. Esta cercanía y trato humano son fundamentales para poder tomar decisiones ágiles en el día a día y afrontar con seguridad las diferentes fases de crecimiento», concluye Garrido Osuna.

Diario de Teruel

Publicación	Diario de Teruel General, 16	Fecha	09/03/2026
Soporte	Prensa Escrita	País	España
Circulación	3530	V. Comunicación	2 039 EUR (2,369 USD)
Difusión	3320	Tamaño	174,89 cm² (28,1%)
Audiencia	8000	V.Publicitario	625 EUR (726 USD)

Dossier de prensa
unacc

LA IMAGEN DEL DÍA

Puede enviarnos su fotodenuncia a lectores@diariodeteruel.net con el asunto "MIRADA CIUDADANA". Indicando siempre el lugar y fecha en la que se tomó y una breve descripción del problema, también deberá constar su nombre y teléfono de contacto.



Caja Rural y Fundación Quílez Llisterri continúan apoyando la cultura

Caja Rural de Teruel y la Fundación Quílez Llisterri renovaron su acuerdo de colaboración, con el que la entidad de crédito turolense realiza una aportación económica con el objetivo de colaborar en la creación, gestión y dinamización del Museo de Alcañiz, así como fomentar la difusión y desarrollo cultural del Bajo Aragón a través de las artes plásticas y la música. La rúbrica se realizó en la oficina principal de Alcañiz por Ángel Jesús Quílez Llisterri, presidente de la fundación, y Emilio Mallén, director de Zona Bajo Aragón de Caja Rural, que "muestra de esta forma su compromiso con la difusión de la cultura en el medio rural". La cooperativa de crédito es miembro fundador de la Fundación Quílez Llisterri y forma parte de su patronato a título institucional

LA FRASE DEL DÍA

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