Resumen de prensa

lunes, 02 de marzo de 2026



ÍNDICE

#	Medio	Titular	Fecha	
3	Expansión	Los 10 banqueros de inversión ‘top’ que más contratos atraen	02/03/2026	21
4	El Economista	Santander y Mastercard realizan el primer pago real con un agente de IA en Europa	02/03/2026	19
5	El Economista	CaixaBank lanza un programa para atraer talento femenino a la banca de inversión y a mercados	02/03/2026	20
6	Expansión	CaixaBank ofrecerá Movistar Plus+ para captar clientes digitales	02/03/2026	22
7	El Economista	Cajamar adelanta las ayudas europeas de la PAC al sector agrícola	02/03/2026	17
8	Las Provincias	Cada compra con tarjeta se convierte en apoyo a AVAPA	02/03/2026	11
9	Levante	Caixa Popular converteix cada compra en suport a Avapace	02/03/2026	20
10	Diario de Noticias	Cooperativismo y empresa humanista	02/03/2026	18
11	Diario de Noticias	“ “	02/03/2026	19
12	Ideal Suplemento	Melfosur. Cuatro décadas a la vanguardia de la energía	02/03/2026	2
13	Ideal Suplemento	“ “	02/03/2026	3
14	Ideal Suplemento	Fundación Caja Rural presenta un microbús para Aspace	02/03/2026	5
15	Diario de Teruel	El mercado inmobiliario turolense registra más operaciones aún con el alza de precios	02/03/2026	2

Los 10 banqueros de inversión 'top' que más contratos atraen

RÁNKING DE 2025 POR VOLUMEN ASESORADO EN 'M&A'/ Olaf Díaz-Pintado abandona Goldman Sachs en lo alto de la clasificación de 2025 y con un volumen récord de las transacciones en las que ha participado.

Díaz-Pintado retrasó su salida para completar la defensa de Sabadell en la opa de BBVA

Axel Fornieles y Andrés Herranz acompañan a Goldman Sachs en lo alto del ránking



Ránking 1 — **OLAF DÍAZ-PINTADO** Socio y responsable de Goldman Sachs en España.



Ránking 2 — **AXEL FORNIELES** Responsable de 'M&A' en Crédit Agricole CIB en Iberia.



Ránking 3 — **ANDRÉS HERRANZ** Responsable de Banca de Inversión en Iberia de JPMorgan.



Ránking 4 — **JUAN PEDRO PÉREZ CÓZAR** Responsable de Evercore en Iberia.



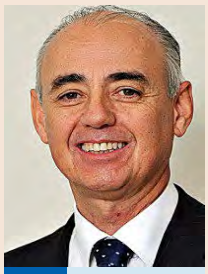
Ránking 5 — **JOAQUÍN AREÑAS** Responsable de Bank of America en España.



Ránking 6 — **GONZALO ARDURA** Responsable de Banca de Inversión de Barclays en España.



Ránking 7 — **ÍÑIGO PAÑEDA** Responsable de Rothschild en España.



Ránking 8 — **JORGE LUCAYA** Socio fundador de AZ Capital.



Ránking 9 — **ANDRÉS GUTIÉRREZ** Responsable de Banca de Inversión de Jefferies en España y Portugal.



Ránking 10 — **IGNACIO DE LA COLINA** Presidente y CEO de JPMorgan en España y Portugal.

Inés Abril. Madrid

Olaf Díaz-Pintado anunció su marcha de Goldman Sachs en el primer trimestre del año pasado y desde ese momento empezó a ceder las riendas a sus dos sucesores al frente de la banca de inversión en España, Juande Gómez-Villalba y Gloria Carreño. Eso no le ha impedido imponerse en el ránking de los 10 banqueros más activos de 2025 y con una cifra récord. Axel Fornieles y Andrés Herranz le acompañan en el podio.

El volumen que ha cosechado el ya ex máximo responsable de Goldman Sachs en España es el mayor registrado en los siete años que la firma británica experta en banca de inversión MergerLinks lleva rastreando las operaciones españolas de fusiones y adquisiciones (*M&A*, por sus siglas en inglés) en busca de las personas que las han llevado a cabo.

La opa de BBVA sobre Sabadell retrasó la salida efectiva de Díaz-Pintado. El banquero se comprometió a defender al banco opado hasta que se cerrara la contienda y la resolución no llegó hasta el otoño, lo que le dio tiempo para dejar atados los cabos sueltos de todas las operaciones en las que estaba involucrado.

Transición

Lo hizo en una transición fluida con los nuevos responsables de Goldman Sachs en España, que lideraron buena parte de las transacciones, según señalan fuentes cercanas a la entidad.

Y fueron muchas las que pasaron por las manos de Díaz-Pintado, un banquero conocido por arremangarse y luchar hasta la última coma de las operaciones. La desinversión de Santander en Polonia, el traspaso de Allfunds o la compra de TSB llevan su firma, y el equipo de Goldman Sachs trabajó también en Masorange y en la Universidad Alfonso X El Sabio.

MergerLinks atribuye a Díaz-Pintado un volumen asesorado de 29.201 millones de euros, el mayor que ningún banquero ha conseguido nunca y 8.000 millones por encima de la cuantía con la que en 2024 logró el mismo primer puesto que repite ahora.

También son récord los volúmenes de los dos directivos que lo acompañan en la cima. **Axel Fornieles**, responsable de *M&A* en Crédit Agricole Corporate & Investment Banking Iberia, roza los 22.500 millones de euros atribuidos después de participar en varias de las transacciones clave de 2025.

Masorange

Fornieles se encontró con Goldman Sachs en la venta del 50% de Masorange, una de las operaciones con más banqueros involucrados. A eso suma su trabajo para Iberdrola y Cellnex en varios de los movimientos estratégicos de 2025.

El siguiente de la lista está muy cerca. **Andrés Herranz**, responsable de Banca de Inversión de JPMorgan en Iberia, cierra el *top 3* con 22.183 millones de euros. Es la tercera vez que Herranz entra en el ránking de los 10 banqueros más activos de MergerLinks, pero la primera que lo hace por delante del presidente de JPMorgan en España, **Ignacio de la Colina**, quien lideró la clasificación de forma ininterrumpida desde 2021 a 2023.

Los grandes banqueros nunca habían registrado tanto volumen asesorado en España

Pérez Cózar lleva cuatro años consecutivos en el ránking y Joaquín Arenas repite

De la Colina ocupa en esta ocasión la décima plaza. Siete por encima está Herranz, que también cuenta con la operación de Masorange como su principal valedora para sentarse en lo alto del ránking. ACS o Indra han servido igualmente de impulso.

Juan Pedro Pérez Cózar, responsable de Evercore en Iberia, se coloca justo por detrás, con una cuarta posición y cerca de 19.800 millones de euros en operaciones asesoradas. El banquero es uno de los fijos en el ránking, en el que entró ya en la primera edición de 2019, pero entonces lo hizo en representación de Rothschild.

De ahí salió en 2021 para encabezar la oficina de Evercore en Madrid y desde 2022 no ha faltado ningún año, aunque nunca con un volumen atribuido tan alto como en la clasificación actual.

Joaquín Arenas, responsable de Bank of America en España, cierra el grupo de los cinco primeros. El ejecutivo figura por segunda vez en el ránking con el impulso de Iberdrola y Masorange y casi 19.100 millones de euros.

La sexta plaza es para **Gonzalo Ardura**, responsable de Banca de Inversión de Barclays en España. Entra por primera vez en el ránking y lo hace con casi 17.000 millones de euros, una cifra que otros años ha servido para liderar la clasificación y que en esta ocasión marca la frontera de los banqueros que han logrado cifras récord de atribución.

Eso deja a cierta distancia a los siguientes ejecutivos. **Íñigo Pañeda**, responsable de Rothschild en España, ocupa la séptima posición, con cerca de 6.500 millones. **Jorge Lucaya**, socio fundador de AZ Capital, está detrás, aunque con otro salto importante en volumen, porque su atribución es de 1.860 millones.

Andrés Gutiérrez, responsable de Banca de Inversión de Jefferies para España y Portugal, ocupa el noveno puesto, con De la Colina como décimo banquero del *top* español del año pasado.

elEconomista

Publicación	El Economista General, 19	Fecha	02/03/2026
Soporte	Prensa Escrita	País	España
Circulación	23 667	V. Comunicación	27 931 EUR (33,007 USD)
Difusión	20 000	Tamaño	427,40 cm² (39,9%)
Audiencia	71 000	V.Publicitario	6961 EUR (8226 USD)

Dossier de prensa unacc

Santander y Mastercard realizan el primer pago real con un agente de IA en Europa

La prueba comprueba la efectividad de compras ordenadas y ejecutadas por máquinas

E. Contreras MADRID.

La Inteligencia Artificial ya no solo recomienda productos: empieza también a comprarlos y pagarlos. Banco Santander y Mastercard acaban de probar con éxito el primer pago real efectuado íntegramente por un agente IA en Europa. La operación ha consistido en la compra de una camiseta básica de algodón en un *marketplace* con sede en Estados Unidos, abonada por una tarjeta Mastercard emitida por Santander España.

Por ahora se trata de una prueba piloto, sin lanzamiento comercial inmediato. Pero el ensayo ha demostrado que el sistema funciona con efectividad, fiabilidad y seguridad en un entorno bancario regulado, acercando la fecha de que su uso pueda ser una realidad. El banco desveló que iniciará ahora una fase de pruebas "ampliadas y escaladas para explorar nuevos casos de uso y posibles alianzas manteniendo controles robustos, resiliencia operativa y plena alineación regulatoria".

La transacción se realizó en un entorno controlado utilizando Mastercard Agent Pay, con el apoyo de PayOS, y fue procesada a través de la infraestructura real de pagos de Santander "para validar el marco operativo y de control de extremo a extremo en condiciones reales".

El sistema permite a un consumidor delegar en un agente IA el inicio y ejecución de los pagos en su nombre dentro de unos parámetros, límites y autorizaciones previamente definidos. En la práctica y según explica Santander, esto hace posible que un sistema de IA complete una compra "de forma segura y transparente utilizando las redes de pago existentes, con estrictos estándares de seguridad, privacidad y protección al consumidor".

> El banco permitirá a los comercios que usen la tecnología agéntica para aceptar dichos abonos

La tecnología agéntica permitirá en el futuro encargar a este tipo de asistentes autónomos, por ejemplo, buscar transporte y alojamiento para disfrutar de una escapada en unas fechas, regiones y hasta coste predefinido, o comprar el pantalón de moda cuando su precio caiga por debajo de determinado importe. La herramienta podrá buscar, comparar y acometer la compra o reserva con las indicaciones y reglas predefinidas.



ISTOCK

"A medida que los agentes de IA se integran en las compras del día a día, será clave contar con marcos sólidos y escalables que generen confianza para aprovechar todo su potencial", refiere Matías Sánchez, responsable global de Tarjetas y Soluciones Digitales en Santander. El banco ha puesto foco en la IA y en el comercio agéntico, trabajando a ambos lados del mostrador de las operaciones. La prueba realizada confirma su preparación técnica y operativa en la ejecución de pagos con tarjetas por Agentes IA. Pero el grupo cántabro también ha desarrollado herramientas para permitir a los comercios que utilicen la tecnología en sus ofertas y realizar las operaciones de forma eficaz y segura. Su filial de adquiriencia Getnet prevé tener listas, de hecho, las herramientas en el primer trimestre de 2026 para ayudar a los comercios en este viaje.

Mastercard Agent Pay integra a los agentes de IA dentro del flujo de pago como participantes identificables y supervisados, lo que facilita la interacción entre emisores, adquirentes y comercios. La presidenta de Europa en Mastercard, Kelly Devine, señala que esa infraestructura aplica "los mismos principios que han definido nuestra red durante décadas, seguridad, confianza, interoperabilidad y escala global, a una nueva era de comercio impulsado por IA".

elEconomista

Publicación	El Economista General, 20	Fecha	02/03/2026
Soporte	Prensa Escrita	País	España
Circulación	23 667	V. Comunicación	20 075 EUR (23,723 USD)
Difusión	20 000	Tamaño	259,14 cm² (24,2%)
Audiencia	71 000	V.Publicitario	5003 EUR (5912 USD)

Dossier de prensa unacc

CaixaBank lanza un programa para atraer talento femenino a la banca de inversión y a mercados

Tiene una duración de tres años con formación, prácticas y la posibilidad de reclutar por la entidad

E. C. MADRID.

CaixaBank se acerca al mundo universitario para animar a las futuras profesionales a que desarrollen su carrera en la banca de inversión y mercados, divisiones todavía dominadas por hombres. El banco lanza el programa *Girls in Finance & Talent* (GIFT) que combina formación especializada, con prácticas laborales y un acompañamiento personalizado buscando despertar el interés de estudiantes de ADE, Economía, Física, Derecho, Matemáticas o similares en el ámbito financiero desde el conocimiento directo del negocio y el aprendizaje con los equipos de la entidad.

El programa quiere despertar vocaciones y generar referentes de forma temprana. Y para la primera edición colaborará con cinco universidades: Universitat Pompeu Fabra, Universidad Carlos III, Esade, Icade y Cunef, además de las áreas claves de CaixaBank.

Según explica la entidad, el programa está concebido con una duración de hasta tres años combinando formación y experiencias laborales en diferentes fases. La primera edición arrancará en Madrid la próxima semana con una jornada diseñada como una experiencia inmersiva y exclusiva donde 40 alumnas de tercero y cuarto de carrera de las citadas universidades tendrán contacto directo con la alta dirección y con profesionales de referencia de la entidad. Las participantes tendrán la ocasión de conocer el trabajo in situ, con visitas a las salas de *Markets* y charlas sobre la división financiera y de banca de inversión.

> Colabora con cinco universidades para despertar el interés de las estudiantes por dichos trabajos

Un día después las universitarias tendrán la oportunidad de trabajar en equipos en la resolución de un reto realista de negocio bancario, diseñado para acercarlas al tipo de decisiones que se adoptan en la entidad, en una actividad concebida de tipo hackathon en colaboración con la Universitat Pompeu Fabra.

Las diez ganadoras del reto tendrán prácticas durante el verano y en el curso siguiente prácticas remuneradas de seis meses, "orientadas al crecimiento profesional y la aportación de valor", según el banco.

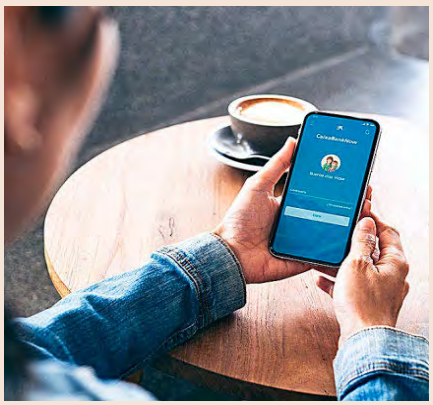
Las participantes tendrán, por último, la posibilidad de optar al programa New Graduate de CaixaBank a la finalización del grado universitario. Se trata de uno de los principales programas de la entidad para iniciar una carrera profesional en Corporate & Investment Banking y otras de sus áreas estratégicas. El programa prevé el apoyo a las participantes de mujeres que han desarrollado su carrera profesional en Banca de Inversión y en áreas financieras especializadas.

CaixaBank enmarca la iniciativa en su programa Wengage, con que el promueve la igualdad de oportunidades. El 55,5% de los 47.120 empleados que integran su plantilla son mujeres, que también ocupan el 44% de las posiciones directivas y el 40% del consejo de administración. En las áreas de CIB (banca de inversión) y financiera trabajan casi 1.100 personas (unas 900 en CIB y cerca de 200 en el área Financiera).

Expansión

Publicación	Expansión General, 22	Fecha	02/03/2026
Soporte	Prensa Escrita	País	España
Circulación	37 999	V. Comunicación	20 178 EUR (23,845 USD)
Difusión	28 798	Tamaño	139,21 cm² (22,3%)
Audiencia	114 000	V.Publicitario	4967 EUR (5870 USD)

Dossier de prensa unacc



Aplicación móvil de CaixaBank.

CaixaBank ofrecerá Movistar Plus+ para captar clientes digitales

M. Martínez. Madrid.

CaixaBank redobla el foco en la captación de clientes, uno de sus ejes estratégicos en la actualidad.

El banco, que desde hace tiempo viene incentivando la entrada de clientes con nómina, ha puesto en marcha una nueva campaña orientada a potenciar las altas digitales.

Los particulares que contraten la *Cuenta Online* obtendrán una suscripción gratis de un año a la plataforma de televisión Movistar Plus+, que ofrece fútbol, deportes, cine y series.

Además de contratar la cuenta digital, los clientes deberán cumplir otras dos condiciones: activar Bizum y realizar tres pagos con tarjeta antes del 31 de mayo.

Doble estrategia

El incentivo está valorado en 99,90 euros. El beneficio de un año sin coste se aplicará sobre suscripciones que no estén activas en el momento de la promoción. El alta en la cuenta online podrá realizarse tanto a través de la aplicación móvil de CaixaBank como por la banca digital.

La *Cuenta Online* no tiene comisiones ni exige vinculación. Incluye una tarjeta de débito sin coste y ventajas como devoluciones (*Cashback*) por compras con tarjeta.

La nueva campaña convivirá con la oferta que CaixaBank ya tiene en el escaparate y con la que abona 250 euros en efectivo por la domiciliación de nóminas. El cliente también puede optar por recibir un vale de hasta 400 euros canjeables en Facilitea, la tienda online del banco.

El incentivo, valorado en 99,90 euros, exige contratar la cuenta online y activar Bizum

Impulsará la entrada de clientes como primer paso para convertirse en su banco principal

Con la doble oferta comercial, CaixaBank, además de primar la fidelización, impulsa la entrada de clientes como primer paso para convertirse en su banco principal.

El grupo confía en que, tras esa incorporación, el conocimiento y satisfacción con los servicios y productos ofrecidos llevará a la vinculación del cliente. Los particulares que tienen contratadas tres o más familias de productos alcanzan ahora el 72,1%, frente al 71,8% de hace un año.

CaixaBank cerró el pasado ejercicio con 18,87 millones de clientes en España, tras sumar 390.000 clientes netos. La entidad ha acelerado el ritmo de captación desde las 280.000 altas que registró el ejercicio anterior.

Una de sus palancas de crecimiento está siendo su neobanco Imagin, que aporta en torno a la mitad de la captación.

CaixaBank también considera clave la dimensión de su red. Suma más de 3.500 oficinas *retail*, frente a las 1.630 sucursales de Santander y las casi 1.900 de BBVA, sus grandes competidores en España.

elEconomista

Publicación	El Economista General, 17	Fecha	02/03/2026
Soporte	Prensa Escrita	País	España
Circulación	23 667	V. Comunicación	15 129 EUR (17,878 USD)
Difusión	20 000	Tamaño	170,06 cm² (15,9%)
Audiencia	71 000	V.Publicitario	3724 EUR (4401 USD)

Dossier de prensa unacc

Cajamar adelanta las ayudas europeas de la PAC al sector agrícola

Facilita liquidez inmediata adaptada a las necesidades de las explotaciones

elEconomista.es MADRID.

Cajamar ha lanzado una campaña de anticipo de las ayudas de la Política Agraria Comunitaria (PAC) para ofrecer a agricultores y ganaderos una solución financiera ágil que les facilite liquidez inmediata adaptada a las necesidades de cada explotación. Según ha informado en un comunicado la entidad financiera, los perceptores que domicilien el cobro de estas ayudas y superen la cantidad de 5.000 euros recibirán sin coste una licencia anual del Cuaderno de Campo CX Tierra. Se trata de una herramienta digital desarrollada por Plataforma Tierra, integrada en el Ecosistema de Innovación Agroalimentaria de Cajamar,para cumplir con la obligatoriedad del registro SIEX desde cualquier dispositivo.

Dicha aplicación incluye además funciones de apoyo a la gestión agrícola, como planes de riego y fertilización, control integrado de plagas, predicción meteorológica o el cálculo de la huella de carbono.

Cuota de mercado

La cooperativa de crédito, que cuenta con una cuota de mercado a nivel nacional del 15,2% en el sector primario y que concentró en él más del 40% de la nueva financiación empresarial concedida en el último ejercicio, ha reafirmado asimismo su compromiso con la especialización de los profesionales mediante su Ecosistema de Innovación Agroalimentaria.

Esta estructura cuenta con dos centros de investigación destinados a la transferencia desinteresada de conocimiento, la incubadora de empresas emergentes Cajamar Innova enfocada en la gestión del agua y tecnología agrícola, y un Servicio de Estudios con informes para fomentar la competitividad y sostenibilidad del campo. Asimismo, la entidad ofrece a los profesionales del medio rural servicios específicos que abarcan diversas modalidades de financiación, la Cuenta Autónomo Agro y seguros agrarios o de incapacidad laboral temporal (ILT).

Cajamar asegura en su comunicado que con todo este programa de iniciativas "consolida su papel como entidad de referencia para el sector agroalimentario y su compromiso con el apoyo al medio rural".

LAS PROVINCIAS

Publicación	Las Provincias Suplemento, 11	Fecha	02/03/2026
Soporte	Prensa Escrita	País	España
Circulación	22 735	V. Comunicación	13 165 EUR (15,557 USD)
Difusión	17 483	Tamaño	340,10 cm² (54,6%)
Audiencia	46 000	V.Publicitario	3499 EUR (4135 USD)

Dossier de prensa unacc

CAIXA POPULAR

COMPROMISO. Destinará un 0,7% de los beneficios generados a apoyar su labor

CADA COMPRA CON TARJETA SE CONVIERTE EN APOYO A AVAPACE

La entidad refuerza su acción social seleccionando a l'Associació Valenciana de Paràlisi Cerebral como destinataria de sus 'Tarjetas Solidarias'

VALENCIA

Extras. Caixa Popular refuerza su compromiso social seleccionando este 2025 a Avapace, l'Associació Valenciana de Paràlisi Cerebral, como entidad destinataria de la iniciativa 'Tarjetas Solidarias' que mantiene la entidad financiera cada año.

Entre el 1 de enero y el 31 de diciembre de 2026, por cada compra realizada con una tarjeta de crédito de Caixa Popular, la entidad destinará un 0,7% de los beneficios generados a apoyar la labor que desarrolla Avapace.

Avapace es una entidad valenciana de referencia que acompaña a personas con parálisis cerebral y a sus familias a través de centros, servicios especializados y programas orientados a la autonomía, la inclusión y la mejora de la calidad de vida.

Esta colaboración fortalece una relación de proximidad y valores compartidos entre ambas entidades, que coinciden en su apuesta por generar un impacto positivo real en la sociedad valenciana.

Desde Avapace, José Marquina, presidente de Avapace afirma que «esta aportación contribuirá a impulsar proyectos esenciales para que las personas con parálisis cerebral continúen avanzando en autonomía, inclusión y bienestar».

Por su parte, Paco Alòs, director de Responsabilidad Social y Relaciones Institucionales de Caixa Popular, destaca: «A través de esta iniciativa buscamos que un gesto tan cotidiano como pagar con tarjeta se convierta en una forma sencilla de apoyar a entidades que transforman la vida de muchas personas. La colaboración con Avapace es una muestra más de nuestra voluntad de estar al lado de quienes más lo necesitan».

Gracias a esta acción, cada compra realizada por la clientela se traduce en un apoyo directo a proyectos que mejoran la vida de personas en situación de especial vulnerabilidad, reforzando el compromiso de Caixa Popular con un modelo financiero más responsable y con mayor impacto social.



Firma del convenio entre Caixa Popular y Avapace. LP

Levante EL MERCANTIL VALENCIANO

Publicación	Levante EMV General, 20	Fecha	02/03/2026
Soporte	Prensa Escrita	País	España
Circulación	26 311	V. Comunicación	6 483 EUR (7,661 USD)
Difusión	21 724	Tamaño	169,23 cm² (27,1%)
Audiencia	79 000	V.Publicitario	1723 EUR (2036 USD)

Dossier de prensa unacc

Projectes inclusius

Caixa Popular converteix cada compra en suport a Avapace

Per cada compra feta amb una targeta de crèdit seua, l'entitat destinarà un 0,7 % dels beneficis generats a l'associació valenciana

RICARDO SORIANO
València

Caixa Popular reforça el seu compromís social seleccionant aquest 2025 Avapace, l'Associació Valenciana de Paràlisi Cerebral, com a entitat destinatària de la iniciativa Targetes Solidàries que manté l'entitat financera cada any.

Entre l'1 de gener i el 31 de desembre de 2026, per cada compra feta amb una targeta de crèdit de Caixa Popular, l'entitat destinarà un 0,7 % dels beneficis generats a donar suport a la tasca que desenvolupa Avapace.

Avapace és una entitat valenciana de referència que acompanya persones amb paràlisi cerebral i les seues famílies a través de centres, servicis especialitzats i programes orientats a l'autonomia, la inclusió i la millora de la qualitat de vida.

Projectes inclusius

Aquesta col·laboració enforteix una relació de proximitat i valors compartits entre totes dues entitats, que coincideixen en la seua aposta per generar un impacte positiu real en la societat valenciana. Des d'Avapace, José Marquina, president d'Avapace afirma que: «aquesta aportació contribuirà a impulsar projectes essencials perquè les persones amb paràlisi cerebral continuen avançant en autonomia, inclusió i benestar».

Responsabilitat

Per part seua, Paco Alòs, director de Responsabilitat Social i Relacions Institucionals de Caixa Popular, destaca: «A través d'aquesta iniciativa, busquem que un gest tan quotidià com pagar amb targeta es convertisca en una manera senzilla de fer costat a entitats que transformen la vida de moltes persones. La col·laboració amb Avapace és una mostra més de la nostra voluntat d'estar al costat dels que més ho necessiten».

Gràcies a aquesta acció, cada compra feta per la clientela es tradueix en un suport directe a projectes que milloren la vida de persones en situació d'especial vulnerabilitat, reforçant el compromís de Caixa Popular amb un model financer més responsable i amb més impacte social. ■

Caixa Popular



Firma conveni Avapace.

Diario de Noticias

Publicación	Diario de Noticias de Navarra General, 18	Fecha	02/03/2026
Soporte	Prensa Escrita	País	España
Circulación	26 000	V. Comunicación	6 811 EUR (8,048 USD)
Difusión	21 288	Tamaño	434,76 cm² (41,3%)
Audiencia	78 000	V.Publicitario	1903 EUR (2249 USD)

Dossier de prensa unacc

Cooperativismo y empresa humanista

POR Juan Manuel Sinde



El pasado 31 de diciembre finalizaba el denominado Año Internacional de las Cooperativas 2025, instaurado por la ONU para resaltar el papel crucial de dichas empresas en el desarrollo económico y social, destacando su contribución a soluciones inclusivas y sostenibles en las dimensiones social, económica y ambiental, aplaudiendo así a una fórmula asociativa a la que pertenecen más de 700 millones de personas en todo el mundo.

Su finalización, sin embargo, no supone sino un punto y seguido para los cooperativista, no sólo para la promoción de nuevas iniciativas cooperativas, sino también para inocular sus valores humanistas en el resto de la sociedad. Practicando el lema de Arizmendiarrieta, que hemos adaptado para definir nuestro propósito en nuestra actividad social, de humanizar la empresa para humanizar la sociedad.

Digamos de entrada que para nosotros el cooperativismo es un humanismo y no una mera fórmula jurídica. Efectivamente, el movimiento cooperativo, más allá de su dimensión económica, encarna una propuesta ética y social que encuentra fundamentos profundos en el humanismo. Particularmente, sus principios muestran claras coincidencias con el humanismo cristiano, corriente que reconoce en cada persona una igual dignidad humana.

Los siete principios cooperativos –adhesión voluntaria, control democrático, participación económica, autonomía, educación, cooperación intercooperativa y compromiso con la comunidad–, por su parte, reflejan una visión del desarrollo humano integral que es compartida por el humanismo cristiano, que propone "una economía que tenga en cuenta la dignidad de cada persona humana y el bien común". Pero, por otro lado, el reconocimiento legal y la forma en que están reguladas las cooperativas en los distintos países del mundo, varía considerablemente. Algunas naciones tienen leyes específicas, mientras que otras las incluyen dentro de estructuras generales o incluso carecen de regulación clara, lo que limita su desarrollo.

Así, mientras en algunos países como España, Francia e Italia existe una regulación específica con leyes nacionales especiales para las cooperativas, que tienen así un reconocimiento como una forma jurídica diferenciada con beneficios y tratamientos especiales, en otros países se rigen por leyes generales de sociedades (caso de USA) o se regulan como "sociedades mutuales" bajo una legislación que también abarca otras entidades no lucrativas (Reino Unido) o existen leyes provinciales para cooperativas, pero no hay una ley federal uniforme (Canadá).

El cooperativismo no es, por consiguiente, sólo una alternativa jurídica sino también una expresión concreta de una ética centrada en la persona humana. En tanto promueve estructuras económicas más justas y humanas, se constituye en una vía eficaz de encarnar los principios del humanismo, en general, y del humanismo cristiano, en especial.

Ello estuvo claramente presente en los inicios del movimiento cooperativo vasco de mediados del siglo pasado, que se dio desde convicciones ideológicas distintas: desde las posiciones socialistas de Toribio Etxebarria, promotor de la experiencia de Alfa en Eibar, a las motivaciones cristianas de Arizmendiarrieta en las cooperativas surgidas inicialmente en Mondragón.

Pero en ambos casos, desde unas convicciones y unos objetivos humanistas comunes, que trascendían ampliamente la idea de crear empresas más acordes con la dignidad humana, pero de las que se beneficiaran solamente un reducido grupo de socios trabajadores de las mismas. Por otro lado, en el libro publicado por Arizmendiarrieta Kristau Fundazioa, *Orígenes de la Experiencia Cooperativa de Mondragón*, basado en testimonios de más de 40 personas involucradas en los primeros tiempos de dicho movimiento, aparece con claridad de forma repetida que "Arizmendiarrieta nos cambió la vida", en el sentido de que les abrió un camino de desarrollo personal y comunitario impensable para ellos. ¿Se podría entender el fantástico crecimiento de las cooperativas surgidas del liderazgo de Arizmendiarrieta al margen del sentido de misión de sus primeros promotores?

En la muy documentada publicación *Dignos de ser humanos* el historiador holandés Rutger Bregman, autor también del libro *Utopía para realistas*, defiende que el ser humano tiende de forma natural a cooperar y que el hacer el bien le proporciona una satisfacción íntima extraordinaria. En ese contexto recalca que lo que los sicólogos denominan "motivación intrínseca" es el motor más poderoso para conseguir que las personas alcancen objetivos aparentemente "utópicos". (La motivación intrínseca la define como la predisposición interna de realizar una actividad por el puro placer o satisfacción que proporciona, sin necesidad de recompensas externas. Es decir, la acción en sí misma es la recompensa. Este tipo de motivación surge del interior de la persona y se basa en deseos no materiales como la autorrealización, el disfrute de la tarea o la satisfacción personal).

Insiste que ello es válido tanto en las actividades humanas que se desarrollan en la sociedad en general como en el caso de las empresas. (¿Podría valer como ejemplo nuestro caso?).

Advierte, sin embargo, que hay que tener cuidado con los estímulos económicos, ya que distintas investigaciones han demostrado que las motivaciones económicas, paradójicamente, en vez de sumar pueden entrar en conflicto con la citada "motivación intrínseca", debilitando ésta.

En ese sentido, las indudables ventajas económicas que las cooperativas ofrecen a la inmensa mayoría de sus trabajadores, derivadas de su éxito empresarial y de una política retributiva más justa ¿podrían ser en algunos casos también un hándicap para reforzar el sentido de misión original?

Desde otro punto de vista, según se recoge en el citado libro, diversos estudios muestran que la intensidad en la predisposición a cooperar tiene su contrapartida en la tendencia a rechazar a los extraños, subrayando que la solidaridad

El cooperativismo no es, por consiguiente, solo una alternativa jurídica sino también una expresión concreta de una ética centrada en la persona humana

Diario de Noticias

Publicación	Diario de Noticias de Navarra General, 19	Fecha	02/03/2026
Soporte	Prensa Escrita	País	España
Circulación	26 000	V. Comunicación	6 811 EUR (8,048 USD)
Difusión	21 288	Tamaño	90,52 cm² (8,6%)
Audiencia	78 000	V.Publicitario	655 EUR (774 USD)

Dossier de prensa unacc

entre las personas se da de forma muy diferente en función de la distancia física y emocional entre las mismas. Lo que también pudiera ser algo a ser conscientes, a fin de cuidar que el reforzamiento de los lazos cooperativos no genere una cierta endogamia que, a la larga, podría derivar en un cierto empobrecimiento.

En el año que se cumplen 50 años del fallecimiento de Arizmendiarrieta y en el marco del que hemos denominado "2026 Arizmendiarrietaren Urtea. Año de la empresa humanista" aportamos estas pequeñas reflexiones ya que cabría pensar que algunas cooperativas estén en el grupo de cabeza de las empresas que eligen ese camino de humanización, empezando quizás por la formulación de un propósito que, sin caer en demagogias, les dé un mayor sentido al trabajo y a su aportación a la sociedad vasca. (Tal como, de hecho, han realizado algunas cooperativas concretas, de las que Laboral Kutxa puede ser un ejemplo paradigmático). Evolucionando también de empresas cooperativas (cuando no es adecuada dicha fórmula por razones de lógica empresarial) a "empresas humanistas", que sigan distinguiéndose de las empresas convencionales no por su naturaleza jurídica, sino por la aplicación en la práctica de los valores humanistas citados.

Y para lo cual el recientemente creado *HumaniSare, Club Arizmendiarrieta de la Empresa Humanista* podría constituir una herramienta especialmente útil en la medida que constituya un lugar de encuentro que anime y ayude a las empresas de todo tipo a avanzar en la dirección citada. ●

El autor es presidente de Arizmendiarrieta Kristau Fundazioa y socio colaborador de Laboral Kutxa

IDEAL

Publicación	Ideal Suplemento, 2	Fecha	02/03/2026
Soporte	Prensa Escrita	País	España
Circulación	20 624	V. Comunicación	13 299 EUR (15,716 USD)
Difusión	16 809	Tamaño	477,15 cm² (76,5%)
Audiencia	60 000	V.Publicitario	2525 EUR (2984 USD)

Dossier de prensa unacc

Melfosur. Cuatro décadas a la vanguardia de la energía

De Granada al mundo. La compañía fundada por Antonio López en 1985 es un referente en eficiencia energética e infraestructuras eléctricas en España y Latinoamérica



ANDREA G. PARRA





La plantilla en la sede central de Las Gabias en 2012.

Una imagen del año 1992. ARCHIVO MELFOSUR

Hace 40 años, cuando el sector energético español comenzaba a experimentar profundas transformaciones técnicas y estructurales, nació Melfosur (Montajes Eléctricos y Fomentos del Sur SL) con un propósito claro, que era aportar soluciones eficientes y sostenibles en un ámbito clave para el desarrollo económico y social. Así lo que comenzó como un pequeño proyecto impulsado por la visión y el compromiso de su fundador, Antonio López, hoy es una empresa de referencia en ingeniería, instalación y mantenimiento de infraestructuras eléctricas, consolidada tanto a nivel nacional como internacional.

Cuatro décadas después, la historia de Melfosur es también la historia de la evolución del propio sector energético. Desde la construcción de subestaciones hasta la distribución eléctrica, desde los primeros estándares técnicos hasta la implantación de las más avanzadas soluciones de movilidad eléctrica y energía solar, la compañía ha estado presente en todas las etapas de este proceso de transformación.

Como tantas grandes empresas, Melfosur nació desde la determinación, presumen sus gestores. En sus comienzos, el equipo era reducido, los recursos limitados y el mercado exigente. Pero había algo que marcaba la diferencia, que era «una clara vocación de excelencia técnica y un firme compromiso con la seguridad y la calidad».

Desde su origen, la compañía apostó por posicionarse como empresa pionera en la implementación de normas de seguridad y estándares de calidad. En un sector donde la fiabilidad no es opcional, sino imprescindible, Melfosur en-

IDEAL

Publicación	Ideal Suplemento, 3	Fecha	02/03/2026
Soporte	Prensa Escrita	País	España
Circulación	20 624	V. Comunicación	13 299 EUR (15,716 USD)
Difusión	16 809	Tamaño	466,65 cm² (74,8%)
Audiencia	60 000	V.Publicitario	2470 EUR (2919 USD)

Dossier de prensa
unacc

La comida de Navidad de la empresa en el año 1993.





El fundador Antonio López, presidente del grupo, su hija, Victoria López, consejera delegada y su hermano David López consejero delegado. PEPE MARÍN

«Si algo no ha cambiado es el espíritu con el que nació: aportar soluciones energéticas eficientes, seguras y sostenibles allí donde se requieran»

tendió que la confianza se construye con «rigor, profesionalidad y cumplimiento».

Con el paso de los años, Melfosur amplió su ámbito de actuación hasta cubrir todas las fases del ciclo energético, desde la producción y construcción de subestaciones hasta el mantenimiento y la distribución eléctrica. Este crecimiento se apoyó en una estructura sólida y adaptable, así como en una firme apuesta por la formación continua.

Desde el principio, la compañía apostó por posicionarse como empresa pionera en la implementación de normas de seguridad y estándares de calidad

En la actualidad, la compañía cuenta con un equipo técnico altamente especializado, capaz de desarrollar proyectos complejos con «total garantía de calidad, seguridad y eficiencia».

Expansión internacional

Uno de los hitos más relevantes en la trayectoria de esta empresa ha sido su expansión internacional. A lo largo de los años, ha fortalecido su presencia más allá de España, abriendo delegaciones en diferentes países y ejecutando proyectos tanto a nivel nacional como internacional.

Esa expansión no solo supuso crecimiento empresarial, sino también un desafío cultural y operativo. Adaptarse a distintos marcos normativos, entornos técnicos y realidades sociales exigió flexibilidad y capacidad de innovación. Y nuevamente, el compromiso con la calidad y la seguridad fue el denominador común que permitió consolidar su reputación en nuevos mercados.

En 2026, Grupo Melfosur se encuentra entre las empresas de eficiencia energética de referencia en España y Latinoamérica, desarrollando proyectos en todo tipo de entornos y aportando soluciones personalizadas a cada cliente.

Si algo define las últimas décadas del sector energético es la transición hacia modelos más sostenibles. Melfosur no solo ha acompañado este cambio, sino que ha querido formar parte activa de él. En los últimos años, la compañía ha asumido un papel activo impulsando proyectos de movilidad eléctrica y energía solar. La innovación y la mejora continua forman parte de su ADN, combinando experiencia y nuevas tecnologías para ofrecer soluciones competitivas y mantener su posición de liderazgo. Detrás de cada proyecto ejecutado, de cada subestación construida y de cada sistema de eficiencia energética implantado, hay personas y en Melfosur, el capital humano es considerado el principal «activo».



Trabajadores en la sede de Almería en el año 1999. MELFOSUR



El fundador Antonio López en una imagen de 1985. MELFOSUR

Cultura empresarial

Esta cultura empresarial ha permitido que la compañía no solo crezca en términos económicos, sino también en cohesión interna. «Melfosur es, ante todo, una gran familia profesional donde cada integrante entiende la importancia de su labor dentro de un proyecto común», comentan. Presumen en la empresa de tener la misma ilusión del primer día. Tras cuatro décadas desde su fundación, bajo la dirección de Victoria López y David López, segunda generación, la empresa mira al futuro con «la misma ilusión y motivación» que en sus comienzos. «Si algo no ha cambiado es el espíritu con el que nació: aportar soluciones energéticas eficientes, seguras y sostenibles allí donde se requieran», ponen en valor.

Así, en este cuarenta aniversario no es solo una celebración del pasado, sino también una declaración de intenciones hacia el futuro. La compañía afronta los nuevos retos energéticos –descarbonización, digitalización, movilidad eléctrica y energías renovables– con la experiencia de quien ha vivido la evolución del sector desde dentro.

«Melfosur es, ante todo, una gran familia profesional donde cada integrante entiende la importancia de su labor dentro de un proyecto común»

Se muestran «orgullosos del camino recorrido» y agradecidos a clientes, socios y empleados. En Melfosur saben que su historia se sustenta en la confianza generada a lo largo del tiempo. «Porque detrás de cada infraestructura eléctrica hay algo más que ingeniería: hay compromiso, visión y responsabilidad para seguir avanzando hacia un futuro energético más eficiente y sostenible», defienden.

Caja Rural Granada, el socio financiero para innovar y crecer

Fundada en 1985, Melfosur es una de esas organizaciones que han ligado su éxito de forma inseparable al bienestar de su entorno. Es una de esas empresas con raíz, apegadas al territorio y que cumplen una misión para sustentarlo y enriquecerlo. Melfosur inaugura las historias de estas 'empresas con raíz' que llegan a las páginas del suplemento Factoría de Empresas de IDEAL de la mano de Caja Rural Granada.

Desde Melfosur destacan que el apoyo de esta entidad ha sido fundamental para el crecimiento sostenido de la compañía. Con Caja Rural Granada comparten valores como la cercanía, la confianza y el compromiso con el desarrollo empresarial del territorio. «Más que un socio financiero Caja Rural Granada sido un aliado estratégico, siempre a nuestro. Contar una entidad que entiende nuestro sector y nuestra forma de trabajar ha sido fundamental para afrontar nuevos proyectos y etapas de expansión con seguridad», señalan desde la dirección.



El fundador de Melfosur y la consejera delegada con el presidente de Caja Rural Granada y directivos de IDEAL y San Telmo tras recibir su premio Quién es Quién a finales del pasado año. PEPE MARÍN

IDEAL

Publicación	Ideal Suplemento, 5	Fecha	02/03/2026
Soporte	Prensa Escrita	País	España
Circulación	20 624	V. Comunicación	2 483 EUR (2,934 USD)
Difusión	16 809	Tamaño	88,71 cm² (14,2%)
Audiencia	60 000	V.Publicitario	697 EUR (824 USD)

Dossier de prensa
unacc

Fundación Caja Rural presenta un microbús para Aspace

IDEAL

GRANADA. Servicios Centrales de Caja Rural Granada, sede de la Fundación de la Entidad, acogía la presentación de un nuevo microbús adaptado de Aspace, referente en la atención integral a personas con parálisis cerebral. El nuevo microbús dispone de seis plazas para sillas de ruedas y seis plazas para personas ambulantes, además de conductor/a y monitor/a. Su incorporación permite optimizar las rutas diarias y ampliar la participación en terapias, actividades culturales y comunitarias. En el acto, estuvieron presentes, además de la presidenta de Aspace Granada, Encarnación Navas y la Responsable de Fundación, Poli Servián, el resto de entidades públicas y privadas que han apoyado la adquisición del vehículo, entre ellas, Fundación Carrefour, Diputación, ONCE, el Ministerio (a través de la asignación tributaria del 0,7% del IRPF), el Ilustre Colegio de Abogados de Granada y Crestanevada.

En su intervención, Poli Servián agradeció a las empresas y entidades colaboradoras su implicación para alcanzar un logro «que es de todos».



Un usuario estrena el microbús ante los representantes de las entidades.

Diario de Teruel

Publicación	Diario de Teruel General, 2	Fecha	02/03/2026
Soporte	Prensa Escrita	País	España
Circulación	3530	V. Comunicación	2 713 EUR (3,205 USD)
Difusión	3320	Tamaño	461,29 cm² (74,0%)
Audiencia	8000	V.Publicitario	1199 EUR (1417 USD)

Dossier de prensa unacc

El mercado inmobiliario turolense registra más operaciones aún con el alza de precios

Las operaciones de compraventa suben un 15,65 % en 2025 y el valor tasado un 10,4 %

Alicia Royo
Teruel

El mercado inmobiliario turolense mantuvo su carácter expansivo en 2025, con unos datos de compraventas que se aproximaron a los de 2008, antes del estallido de la burbuja, unos precios que batieron récords y una demanda hipotecaria que aumentó más de un 13 % a pesar de que tan sólo 4 de cada 10 compradores requirió un préstamo.

La combinación de una demanda en alza sustentada en el crecimiento de la población, el buen comportamiento del empleo, el menor coste hipotecario y la progresiva normalización de las condiciones financieras son algunas de las causas de la reactivación del sector en los últimos años, según los expertos. Sin embargo, la escasez de oferta disponible, que afecta a la práctica totalidad de las localidades con independencia de su tamaño y un volumen de construcción escaso para atender la creación de hogares ha llevado los precios a máximos, lo que dificulta todavía más el acceso a los jóvenes y los colectivos más vulnerables.

En este contexto, el precio acentuó su subida al cierre de 2025 con un incremento interanual del 10,4 % hasta los 1.402 euros el metro cuadrado, según el valor tasado medio de la vivienda libre que ofrece el Ministerio de Vivienda y Agenda Urbana. La subida fue del 8,2 % en el caso de los inmuebles de más de 5 años de antigüedad, hasta los 950 euros, mienras que no hay datos registrados para los inmuebles más nuevos debido al escaso número de operaciones formalizadas.

A cierre del ejercicio, la ciudad de Teruel alcanzó valores de 1.841 euros el metro cuadrado para las viviendas de hasta 5 años de antigüedad (165.744 euros para un piso de 90 metros), un 36 % más que hace un lustro; y de 1.601 para las más viejas, un 16 % más que un año antes, según la estadística ministerial.

Compraventas

El repunte no se limitó a los precios dado que la compraventa creció en 2025 en la provincia de Teruel un 15,65 % -por encima de la media española situada en el 11,5 %-, hasta las 1.707 unidades, la cifra más alta que se registra desde 2008, cuando fueron 1.895, según los datos de Transmisiones de Derechos de la Propiedad difundidos recientemente por el Instituto Nacional de Estadística (INE).



Vivienda consolidada en el barrio turolense de San Julián

LOS DATOS

1.707
VIVIENDAS
fueron objeto de compraventa en la provincia de Teruel en 2025, 231 más que en 2024, de las que 1.491 eran usadas y 216 nuevas

669
HIPOTECAS
para la adquisición de vivienda se formalizaron en la provincia turolense el año pasado, un 13,2 % más, con un importe medio de 95.000 euros

Las compraventas de segunda mano, las más numerosas del mercado al concentrar más del 87 % del total, aumentaron un 12,18 % hasta las 1.491, la cifra más alta desde que en 2007 comenzó la serie del INE con 1.501. Por su parte, las de vivienda nueva subieron en mayor medida, un 46,9 %, hasta las 216 unidades, el dato más elevado desde 2019, cuando fueron 251.

Hipotecas

Aunque en los últimos años se ha observado un incremento en el número de adquisiciones de vivienda que se cierran sin financiación, el número de hipotecas en la provincia turolense creció un 13,2 % en 2025 hasta las 669 operaciones, según el INE. La cifra es notablemente inferior al máximo registrado en 2007, con 2.652, pero superior al mínimo de 2014 (433).

El capital prestado superó los 63,6 millones de euros, que se sitúa un 19,1 % por encima del de 2024, y el importe medio subió un 5,2 % hasta los 95.136 euros.

Elevar la oferta de vivienda sigue siendo la asignatura pendiente si se quiere atender la oferta y suavizar los precios. Para ello, desde el sector reclaman políticas coordinadas entre todas las administraciones centradas en atajar este déficit.

Con unos niveles de producción claramente insuficientes, falta de suelo finalista y un bloqueo a la reforma de la Ley del suelo, y sin un pacto de país que se aleje de los ciclos electorales, los expertos creen que las tensiones seguirán presentes no sólo este 2026 sino también a medio plazo.

El socio fundador del Grupo Dfincas y director de la oficina de Teruel, Daniel Egeda, apuntó a la falta de suelo como uno de las principales causas de la escasez y del alto precio de la vivienda, aunque no la única. Y es que al retraso en la aprobación del Plan General de Ordenación Urbana (PGOU) en la capital turolense se suman los altos costes en el sector de la construcción. En su opinión, en el mejor de los casos, pasarán al menos 5 años hasta que se aprecien cambios en el mercado inmobiliario turolense.

La falta de pisos para comprar deriva la presión de la demanda al alquiler, de forma que no será hasta que se empiece a construir vivienda nueva cuando bajen los precios de los arrendamientos, argumentó.

Por otro lado, Egeda comentó que la mayoría de las operaciones de compraventa de vivienda que gestiona el Grupo Dfincas en Teruel, siempre usada, se llevan a cabo con financiación.

El director de Negocio de Caja Rural de Teruel, Carlos García, indicó que, de acuerdo a las promociones de vivienda que financia la entidad, entre el 40 % y el 50 % de los compradores requieren hipoteca y el resto lo hacen con fondos propios.

La cooperativa de crédito gestiona 4 de cada 10 hipotecas que se firman en la provincia y el número de contratos suscritos en 2025 fue muy similar al del año anterior, con más de 250 operaciones.

La hipoteca media se situó entre los 125.000 y los 135.000 euros, un 15 % superior, un porcentaje que coincide con la subida del precio de la vivienda, señaló García.

El director de Negocio de Caja Rural de Teruel admitió que se ha roto el equilibrio entre la oferta y la demanda de vivienda, sobre todo en el medio urbano. Y aunque se mostró contrario a limitar el precio de la vivienda, sí defendió la implantación de medidas fiscales para quienes residen en el medio rural, el aumento de la promoción pública y, sobre todo, cambios en la Ley de crédito inmobiliario que permitan flexibilizar la dotación de los préstamos promotores que exige el Banco de España. "Con las condiciones actuales, son pocas las entidades dispuestas a otorgarlos si la constructora no dispone del suelo comprado y de entregas a cuenta garantizadas", comentó.

Por otro lado, señaló que la línea ICO de avales para la adquisición de primera vivienda de jóvenes y familias con menores a cargo no ha resultado útil por sus elevados requisitos burócráticos y abogó por un mecanismo "más ágil y versátil".

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