Resumen de prensa fin de semana

lunes, 06 de abril de 2026

unacc
Unión Nacional de Cooperativas de Crédito



ÍNDICE

#	Medio	Titular	Fecha	
4	Expansión	El BCE hace de la agilidad un pilar de su política monetaria	02/04/2026	14
5	Expansión	La banca española está lejos de la primera línea de fuego del crédito privado	02/04/2026	15
6	Cinco Días	Bizum permitirá el pago presencial en comercios a partir del próximo mayo	02/04/2026	13
7	Expansión	CaixaBank ofrece una Play Station 5 para captar clientes con nómina	02/04/2026	17
8	Expansión	CaixaBank, 71.000 millones en ‘factoring’ y ‘confirming’	02/04/2026	15
9	La Gaceta de Salamanca	Caja Rural de Salamanca lanza la campaña ‘Menos global, más personal’	02/04/2026	14
10	Hoy Badajoz	Caja Rural de Extremadura renueva sus instalaciones	02/04/2026	28
11	Diario de Burgos	Abierto el plazo de inscripción para optar al Premio Joven Empresario	02/04/2026	10
12	La Tribuna de Albacete	La provincia pierde casi un tercio de oficinas bancarias en la última década	02/04/2026	9
13	Segre	Trabajo voluntario y colecta vecinal para rehabilitar la piscina de Sedó	02/04/2026	20
14	Expansión	Fin de una era: el BCE desmonta el plan de emergencia de 2020	03/04/2026	18
15	El Economista	El BCE prevé que la inflación escale hasta el 3,1% durante el segundo trimestre del año	03/04/2026	20
16	ABC	Las comisiones bancarias dificultan la retirada de efectivo	03/04/2026	30
17	Expansión	Santander diseña coberturas de riesgo para aislarse de “las medusas”	03/04/2026	17
18	Expansión Inversor	Combinado de defensivos y cíclicos para esta primavera	03/04/2026	4
19	Expansión Inversor	“ “	03/04/2026	5
20	Canarias 7	La extinta lengua guanche centra las jornadas 'Mis tardes con Néstor' organizadas en Guía	03/04/2026	31
21	Hoy Badajoz	Fundación Cives organiza una jornada sobre memoria democrática	03/04/2026	19
22	La Razón Tu Economía	Hacia una banca más ágil: el plan para liberar 2,8 billones	05/04/2026	7
23	Actualidad Económica	El problema no era el ladrillo	05/04/2026	32
24	El País Negocios	La aplicación que planta cara al efectivo en Lima o en La Paz	05/04/2026	15
25	El Periódico Activos	«Hemos tomado la decisión de ir con los pies de plomo en el crédito»	05/04/2026	7
26	La Opinión de Zamora	«No somos solo una entidad financiera, sino un actor comprometido con el territorio»	05/04/2026	21
27	Diario Alto Aragón	El Ayuntamiento sigue sin fecha para la apertura del nuevo ‘Espacio Conexión’	05/04/2026	3

Expansión

Publicación	Expansión General, 14	Fecha	02/04/2026
Soporte	Prensa Escrita	País	España
Circulación	37 999	V. Comunicación	47 942 EUR (55,558 USD)
Difusión	28 798	Tamaño	281,70 cm² (45,2%)
Audiencia	114 000	V.Publicitario	11 801 EUR (13 676 USD)

Dossier de prensa unacc

LOS TIPOS PUEDEN SUBIR VARIAS VECES ESTE AÑO POR EL 'SHOCK' ENERGÉTICO/ LA AUTORIDAD MONETARIA REACCIONARÁ MÁS RÁPIDO POR LA CICATRIZ DE LA CRISIS INFLACIONARIA.

El BCE hace de la agilidad un pilar de su política monetaria

ANÁLISIS por Andrés Stumpf

Las subidas de los tipos de interés ya se respiran en el frío ambiente de Fráncfort. El Banco Central Europeo (BCE) se prepara para acometer un encarecimiento del precio del dinero que llegará en pleno *shock* energético y tras casi un año con las tasas pausadas en el 2%.

Existen pocas dudas ya sobre que el ajuste acabará llegando y los inversores tratan de mirar más allá en sus análisis, que se centran ahora en tratar de anticipar cuál será el tamaño de los movimientos y en qué cumbre se anunciarán. Porque la autoridad monetaria no puede permitirse volver a llegar tarde y eso implica actuar incluso preventivamente.

Así lo ven diferentes miembros del Consejo de Gobierno del BCE, que consideran que la agilidad será clave en el que amenaza con convertirse en el segundo *shock* inflacionario de carácter exógeno en menos de cinco años. Pese a que todavía no se conoce el alcance de los efectos de la guerra en Irán en la inflación, fuentes cercanas al órgano de decisión reconocen que, aunque esperarán para tener más información, no pueden paralizarse hasta que la incertidumbre desaparezca y deje claro el camino a seguir.

Gran parte de esta renovada prisa se explica por la consideración de la *memoria* de los consumidores y las empresas, que tienen todavía fresca la experiencia de la crisis energética de 2022 y pueden acelerar la llegada de efectos de segunda ronda a la inflación.

"Para muchos, el recuerdo de los años de alta inflación aún está muy presente", declaró Kazimir, gobernador del banco central de Eslovaquia. "Es posible que ahora muchas empresas tengan menos margen para subir los precios, pero los hogares podrían empezar a exigir salarios más altos antes de lo previsto".

Cicatrices del pasado

La propia Christine Lagarde, presidenta del BCE, se ha sumado a esta corriente de pensamiento la pasada semana en la famosa conferencia monetaria *ECB and Its Watchers* al indicar que "si la crisis se intensifica, la respuesta de las empresas y los trabajadores podría ser más rápida que la vez anterior. Tenemos un recuerdo reciente de la alta inflación, lo que podría influir en la rapidez con que se trasladen los costes y se buscan compensaciones".

La máxima responsable de la autoridad monetaria europea advierte de que "esa experiencia ha dejado huella. Toda una generación ha vivido su primer episodio de alta inflación y es posible que no tarde tanto en reaccionar una segunda vez".

El BCE suma así la memoria reciente de los agentes económicos a los pilares en los que basa el proceso de toma de decisiones y entre los que destacan los nuevos datos económicos y financieros que van llegando, la evolución de la tasa de inflación subyacente y la fortaleza de la transmisión de la política monetaria a la economía.

Con estos mimbres, crecen los apoyos para que la institución europea lleve a cabo una o varias subidas de los tipos de interés de las denominadas como preventivas. Se trata de un tipo de ajuste en las tasas que se orienta más a mantener ancladas las expectativas de inflación a medio y largo plazo que a solucionar cuestiones en el crecimiento de los precios ya presentes en la economía.

Cautela

Pese a este diagnóstico, el ala más cauta del BCE, las llamadas *palomas* de la política monetaria, se muestra mucho menos contundente. Si bien reconoce que la memoria reciente de los agentes económicos jugará un papel relevante en la absorción de la economía europea del nuevo *shock* energético, apunta a diferencias relevantes respecto al episodio inflacionario de 2022.

"Hay muchos otros factores que tendrán peso en el resultado final. Por ejemplo, el mercado laboral es más débil y eso es muy relevante. Además, no tenemos la situación de reapertura de una economía que siguió a la pandemia y la política monetaria y la política fiscal son mucho más contenidas que entonces", expresan fuentes cercanas a una de las *palomas* del Consejo de Gobierno de la autoridad monetaria que defiende darse algo de tiempo para ver cómo evoluciona la situación macroeconómica.

El debate está asegurado en el órgano de decisión del BCE. Sin embargo, sí parece que los banqueros centrales han llegado a un cierto consenso respecto a que una actuación temprana podría evitar tener que embarcarse más adelante en un ciclo intenso de alzas de los tipos de interés como el protagonizado hace dos años. Nadie quiere repetir esa experiencia, pues su reedición en caso de que la inflación se enraíce en la economía podría poner en jaque la credibilidad del organismo.



Efe

Christine Lagarde, presidenta del BCE.

Crecen los apoyos para que el BCE lleve a cabo una o varias subidas de tipos preventivas

DEBATE

El debate está asegurado en el órgano de decisión del BCE. Aunque parece que los banqueros centrales han llegado a un **cierto consenso** respecto a que una actuación temprana evita embarcarse en un ciclo intenso de alzas de los tipos

La renovada prisa del banco central se debe a la experiencia con la crisis energética de 2022

Expansión

Publicación	Expansión General, 15	Fecha	02/04/2026
Soporte	Prensa Escrita	País	España
Circulación	37 999	V. Comunicación	74 312 EUR (86,118 USD)
Difusión	28 798	Tamaño	355,12 cm² (57,0%)
Audiencia	114 000	V.Publicitario	13 783 EUR (15 973 USD)

Dossier de prensa unacc

La banca española está lejos de la primera línea de fuego del crédito privado

LA FALTA DE DATOS ELEVA LA INCERTIDUMBRE/ Santander es el más expuesto, con un 9%. BBVA, CaixaBank y, sobre todo Sabadell, están muy por debajo de la media europea.

Inés Abril. Madrid

El presidente de JPMorgan, Jamie Dimon, alude a las cucarachas cuando se refiere a los problemas del crédito privad, y su homóloga en Santander, Ana Botín, prefiere el símil de las medusas. Pero entre los reguladores y los analistas hay otra comparación que cobra fuerza: los tentáculos que se extienden más allá de los fondos prestamistas que empiezan a abrazar a la banca.

Lo difícil en este caso es conocer cómo de estrecho es ese abrazo, especialmente en los bancos de Europa. "Los reportes europeos son mucho menos detallados que los estadounidenses y, por lo tanto, mucho menos útiles en momentos de desconfianza", resalta UBS. Y eso a pesar de que las entidades del continente están mucho menos involucradas en el negocio que las de EEUU, añade.

El banco suizo apela a los datos sobre la exposición a instituciones financieras no bancarias (NBFI, por sus siglas en inglés) que maneja la Autoridad Bancaria Europea (EBA) para intentar acotar el riesgo que se esconde en los balances, aunque reconoce que no son perfectos. El crédito privado está dentro de esas cifras, pero otras partidas mucho más seguras abultan el resultado final.

Definición amplia

"La definición es muy amplia e incluye elementos como la exposición a gestoras y fondos de inversión, compañías de seguros, fondos de pensiones y cámaras de compensación, muchos de los cuales cabría esperar que estuvieran totalmente garantizados y presentaran un bajo riesgo", alerta UBS.

Con esa salvedad, los datos indican que los bancos españoles no van a la vanguardia. Santander es el primero en aparecer, con un 9% de su exposición total (préstamos, adelantos y tenencias de deuda) concentrada en instituciones financieras no bancarias. Una parte estaba en dos de las entidades que han disparado el miedo al crédito privado con sus quiebras.



Ana Botín, presidenta de Santander.



Carlos Torres, presidente de BBVA.



Gonzalo Gortázar, consejero delegado de CaixaBank.



Josep Oliu, presidente de Sabadell.

Santander ha reconocido que First Brands y Market Financial Solutions (MFS) tenían dinero suyo en sus balances.

La cuantía del banco español está muy lejos del 30% de Deutsche Bank, del 19% de Commerzbank, del 16% de Danske y del 15% de ABN. El francés BNP está en el 13%, con los italianos UniCredit e Intesa empatados en el 12% e ING, en el 11%.

La media europea ronda el 8%. Santander está ligeramente por encima, pero es el único español que la supera. CaixaBank y BBVA están netamente por debajo, con un 4%, casi en las últimas plazas entre los 37 mayores bancos europeos, aunque es Sabadell el que cierra la lista, con un 1%, el mismo porcentaje que Swedbank.

Contracorriente

Santander ha tomado medidas y ha reducido su exposición en el último año del que la EBA da cifras (cierre de junio de 2025). BBVA y Caixa Bank, en cambio, la han aumentado y esa ha sido la tendencia general. La banca europea ha sumado de media 3.000 millones de euros por entidad.

"Estos datos muestran que los vínculos bancarios con estas contrapartes han crecido significativamente, impulsados en gran parte, en nuestra opinión, por la regulación", añade el banco suizo.

La agencia de ráting S&P es optimista y dice que los impagos tienden a disminuir

La exposición al crédito privado de Deutsche Bank, Commerzbank y ABN supera el 15%

La firma de análisis de solvencia CreditSights cree también que la normativa ha espoleado el crédito privado. Las empresas con menor solvencia han tenido que buscarse prestamistas alternativos ante la retirada de la banca por las mayores cargas regulatorias.

Pero los vínculos han continuado, porque la banca presta a las entidades que financian a estas compañías, además de dar crédito privado a través de otras ramas del negocio distintas a la actividad tradicional, señalan fuentes del sector.

Las últimas quiebras lo han puesto de manifiesto, al incluir a bancos entre los afectados.

Lo que ahora intentan medir los analistas es hasta dónde puede llegar el golpe a la banca en caso de que las compañías respaldadas por el crédito privado entren en una cadena de impagos y cuáles son las relaciones reales con este negocio.

Además de la financiación directa a los fondos de crédito privado, CreditSights añade los derivados financieros fuera de balance concedidos a estas firmas, la inversión en deuda subordinada o en capital, las relaciones a través de las transferencias significativas de riesgo (SRT) o las contrapartidas de liquidez.

Pero el veredicto de sus analistas es que la exposición real es inferior a la que muestran los datos sobre préstamos a instituciones financieras no bancarias. Al menos, es lo que dicen los bancos.

Menos que la EBA

Deutsche Bank, por ejemplo, asegura que su financiación al crédito privado es del 5% de su cartera de préstamos (entre 20.000 y 25.000 millones, muy lejos del 30% de la EBA) y que el 75% está respaldado por compañías de alta solvencia. HSBC reduce la suya al 1% y con muy poco peso de Estados Unidos, mientras que la de BNP es del 3%, está diversificada y es mayoritariamente sénior, según las declaraciones que ha recogido CreditSights de las conferencias de analistas de las entidades.

Los bancos europeos apelan a sus rigurosos criterios de aseguramiento como respaldo a la seguridad de las inversiones en crédito privado.

S&P no lo duda, pero cree que las condiciones del mercado han llevado a cierta laxitud. "La competencia entre bancos y prestamistas directos ha fomentado una tendencia hacia condiciones de préstamo favorables para los prestatarios, incluyendo el aumento de la prevalencia de estructuras con cláusulas restrictivas reducidas", señala.

Eso no impide que la agencia de ráting tenga una visión positiva sobre el crédito privado. "Los impagos tienden a disminuir y las tasas de recuperación históricas siguen superando a las observadas en los mercados cotizados", asevera.

Eso sí, "las tendencias de recuperación más recientes muestran signos de convergencia", alerta.

CincoDías

Publicación	Cinco Días General, 13	Fecha	02/04/2026
Soporte	Prensa Escrita	País	España
Circulación	20 000	V. Comunicación	26 680 EUR (30,918 USD)
Difusión	18 000	Tamaño	235,73 cm² (37,8%)
Audiencia	60 000	V.Publicitario	6733 EUR (7803 USD)

Dossier de prensa unacc

Bizum permitirá el pago presencial en comercios a partir del próximo mayo

La plataforma de la banca española implementará abonos sin contacto para posibilitar compras físicas

Será una alternativa a Google Pay, Visa y Mastercard

RAMÓN MUÑOZ / ÁLVARO BAYÓN
MADRID



Una mujer hace un bizum en el centro de Barcelona. GIANLUCA BATTISTA

Bizum, la popular solución de pagos respaldada por la banca española, ampliará sus servicios a la modalidad de pago presencial en comercios a partir del próximo mayo. La herramienta, que cuenta hoy con 30 millones de usuarios, permitirá abonar compras en tiendas físicas y grandes superficies mediante el uso del teléfono móvil, como adelantó **Cinco Días**. Esta expansión sitúa a la plataforma en competencia directa con los sistemas de Apple Pay y Google Pay, así como con las redes tradicionales de tarjetas de crédito y débito.

La implementación técnica se basará en la tecnología de comunicación de campo cercano (NFC), lo que permitirá realizar pagos sin contacto o contactless. Para el usuario, la operativa consistirá en aproximar el dispositivo móvil al terminal de punto de venta (TPV) del establecimiento. Según fuentes financieras conocedoras del proyecto, el sistema está diseñado para ofrecer una experiencia sin fricciones, eliminando la necesidad de introducir el código PIN en el datáfono para validar la transacción.

El despliegue del servicio requerirá que los clientes descarguen la aplicación específica denominada Bizum Pay, que estará disponible en las próximas semanas tanto para sistemas operativos iOS como Android. De forma paralela, diversas entidades bancarias españolas evalúan la integración directa de esta funcionalidad de pago en sus propias aplicaciones nativas. El objetivo de la banca es capturar una cuota de mercado en un segmento donde se gestionan volúmenes de capital superiores a los envíos de dinero entre particulares, hasta ahora la función principal de Bizum.

Desde una perspectiva operativa, el sistema ofrece ventajas técnicas frente a las redes internacionales. Bizum Pay tiene la capacidad de ejecutar operaciones incluso en condiciones de fallo en la conexión a internet del dispositivo, una característica que supone un diferencial técnico frente a ciertos protocolos de tarjetas convencionales. Además, el servicio operará como una cartera digital o *wallet*, permitiendo al usuario almacenar no solo el método de pago, sino también entradas y tarjetas de fidelización de distintos establecimientos.

El modelo financiero de esta nueva funcionalidad altera la dinámica actual de cobros en los puntos de venta. Al tratarse de una transferencia directa entre la cuenta corriente del consumidor y la del comercio, la liquidación de los fondos se produce de manera instantánea. Esta inmediatez contrasta con los procesos de Visa y Mastercard, donde el abono de las ventas en las cuentas de los establecimientos suele presentar un desfase temporal, dependiendo de las condiciones contractuales firmadas con la entidad adquirente.

El usuario podrá efectuar el desembolso a través de su teléfono móvil

Tarifas más baratas

En cuanto a la estructura de costes, Bizum aplicará tarifas a los comercios por la prestación de este servicio, a diferencia de la gratuidad que rige para los pagos entre particulares. No obstante, fuentes cercanas a la entidad indican que las comisiones se situarán por debajo de los niveles actuales de las redes de tarjetas tradicionales. Este posicionamiento de precios busca incentivar la adopción por parte de los profesionales y presionar a la baja las tarifas del mercado, especialmente ante el riesgo de que las grandes redes internacionales pierdan parte de un negocio que han gestionado de forma mayoritaria durante décadas.

La política comercial de las entidades participantes se definirá tras el periodo de Semana Santa. Se prevé que las tarifas sean más competitivas para los grandes distribuidores, como Mercadona o El Corte Inglés, debido a su mayor capacidad de negociación por volumen de transacciones. Los datos del Banco de España reflejan que, en la actualidad, los pequeños comercios soportan costes por aceptación de tarjetas que triplican o cuadruplican los de las grandes superficies, alcanzando en ocasiones el 1% del valor total de la compra.

El éxito de la adopción de Bizum en tiendas físicas podría reducir el uso de plásticos bancarios de forma significativa, según analistas del sector. Si bien es poco probable que los comercios prescindan totalmente de Visa y Mastercard, especialmente en entornos turísticos donde los visitantes extranjeros dependen de estas redes globales, Bizum Pay se perfila como la alternativa preferente para el consumo interno. La trayectoria de la herramienta en el ámbito del comercio electrónico sirve como precedente para esta expansión al entorno físico.

En el canal digital, Bizum ya ha consolidado su presencia a través de acuerdos estratégicos con grandes corporaciones. Compañías como Renfe permiten la adquisición de billetes de tren integrando Bizum como opción de pago junto a tarjetas bancarias y servicios como PayPal. Esta red de colaboradores se ha extendido a empresas como Air Europa, AliExpress y MediaMarkt. Incluso Amazon ha integrado el servicio español entre sus métodos de pago aceptados, un movimiento poco frecuente para soluciones de pago no originarias de EE UU.

Expansión

Publicación	Expansión General, 17	Fecha	02/04/2026
Soporte	Prensa Escrita	País	España
Circulación	37 999	V. Comunicación	39 045 EUR (45,248 USD)
Difusión	28 798	Tamaño	210,14 cm² (33,7%)
Audiencia	114 000	V.Publicitario	9611 EUR (11 138 USD)

Dossier de prensa unacc



JMCadenas

Oficina de CaixaBank.

CaixaBank ofrece una Play Station 5 para captar clientes con nómina

M. Martínez. Madrid

CaixaBank potencia su campaña de captación de nóminas para reforzar su base de clientes vinculados.

La entidad, que ya tiene establecidos distintos premios en efectivo y en especie para fomentar la domiciliación de ingresos, ha ampliado más el abanico. Desde ahora, el banco también dará la opción de recibir una PlayStation 5, para elevar el atractivo de la oferta entre más perfiles de clientes.

Para acceder a la videoconsola de Sony, valorada en 499,99 euros, los particulares deberán trasladar una nómina de al menos 2.500 euros.

El cliente, además de domiciliar los ingresos, debe trasladar recibos y utilizar la tarjeta

CaixaBank tiene 18,87 millones de clientes en España, de los que el 72,1% son vinculados

El banco, que ya bonifica con efectivo y otros premios en especie, incorpora al catálogo la consola

Condiciones

CaixaBank considerará las domiciliaciones realizadas entre el 1 de marzo y el 15 de abril y además, exigirá otros dos requisitos: tener tres recibos domiciliados y realizar al menos tres compras con tarjeta al trimestre.

El particular, a su vez, deberá cumplir las condiciones durante un mínimo de 24 meses y posteriormente, permanecer otros dos años como cliente manteniendo una cuenta con un saldo mínimo de cinco euros.

El particular que se acoja a la campaña recibirá un cupón de 400 euros de Facilitea, la tienda online del banco, que podrá canjear por la PlayStation 5 Edición Digital, de 825 GB. Esta liquidación se hará sin coste, aunque el producto esté valorado a un precio superior.

Si la nómina alcanza importes de entre 1.500 y 2.500 euros, el cliente recibirá un cupón de 300 euros, por lo que tendría que aportar 100 euros para recibir la PlayStation 5. En la horquilla de salarios entre 900 y 1.500 euros, el cupón será de 200 euros, con un remanente a cubrir de otros 200 euros.

La incorporación de la videoconsola amplía la batería de incentivos que CaixaBank ya tiene en el escaparate. El banco también da la opción de recibir 250 euros en efectivo por nóminas desde 1.500 euros. Para el rango entre 900 y 1.500 euros, el premio está en 150 euros.

Como alternativa, los clientes también pueden optar por un televisor Samsung o un cupón de entre 200 y 400 euros para canjear en Facilitea por productos de electrónica, hogar y movilidad. Es en este catálogo donde CaixaBank ha incorporado ahora la opción de la PlayStation 5.

CaixaBank cerró el pasado año con 18,87 millones de clientes en España, tras sumar 390.000 particulares y empresas a lo largo del ejercicio. Ha acelerado el ritmo de captación desde las 280.000 altas que registró el año anterior.

Del total, el 72,1% son clientes vinculados, frente al 71,8% de hace un año. Esta tipología de cliente tiene al menos tres familias de productos contratados.

Altas digitales

En paralelo a la fidelización, la entidad también está impulsando la entrada de clientes con menores niveles de vinculación, especialmente en el mundo digital, como primer paso para convertirse en su banco principal.

Con este enfoque, CaixaBank está ofreciendo ahora acceso gratis durante un año a Movistar Plus+, un incentivo valorado en 99,90 euros.

Para ello, los nuevos clientes deben contratar la *Cuenta Online* a través de la aplicación móvil o la banca digital y cumplir otros dos requisitos: activar Bizum y realizar tres pagos con tarjeta antes del 31 de mayo.

Expansión

Publicación	Expansión General, 15	Fecha	02/04/2026
Soporte	Prensa Escrita	País	España
Circulación	37 999	V. Comunicación	12 618 EUR (14,622 USD)
Difusión	28 798	Tamaño	12,68 cm² (2,0%)
Audiencia	114 000	V.Publicitario	3106 EUR (3599 USD)

Dossier de prensa unacc

CaixaBank, 71.000 millones en 'factoring' y 'confirming'

TESORERÍA CaixaBank gestionó 70.931 millones de euros en *factoring* y *confirming* en 2025, con cuotas de mercado del 26,8%, con 34.200 millones y 26% con 36.700 millones gestionados. Supone un incremento del 10,5% y del 3,1%, respectivamente, en comparación al año anterior y se consolida así como el líder español en ambos segmentos.

LA GACETA REGIONAL DE SALAMANCA

Publicación	La Gaceta de Salamanca General, 14	Fecha	02/04/2026
Soporte	Prensa Escrita	País	España
Circulación	12 154	V. Comunicación	2 461 EUR (2,852 USD)
Difusión	9923	Tamaño	109,92 cm² (10,4%)
Audiencia	48 000	V.Publicitario	672 EUR (779 USD)

Dossier de prensa unacc

Caja Rural de Salamanca lanza la campaña 'Menos global, más personal'

Salamanca– Caja Rural de Salamanca lanza su campaña de comunicación más valiente y emocional hasta la fecha. Bajo el claim "Menos global, más personal" invierte el lenguaje habitual del sector y despliega una propuesta creativa 360°, con una potente acción de street marketing en tres capitales de Castilla y León.

Frente a una comunicación financiera cada vez más uniforme, apoyada en discursos genéricos, promesas abstractas y grandes escenarios, la entidad ha optado por hacer lo más difícil y lo más valiente: decir la verdad. La campaña pone el foco en una realidad diferencial: mientras buena parte del sector ha ido cerrando oficinas y alejándose del día a día de miles de personas, Caja Rural de Salamanca ha mantenido su apuesta por la atención cercana y el arraigo al territorio. Es la entidad con mayor red de oficinas en la provincia de Salamanca, concentrando el 30% del total.

Uno de los ejes creativos se apoya en un mensaje especialmente rotundo: "Tienen oficina en Ushuaia pero cerraron la de tu barrio". La frase resume con claridad el contraste entre los grandes relatos de globalidad y el cierre masivo de oficinas. La acción más singular de la campaña es la intervención de street marketing realizada sobre antiguas oficinas cerradas de la competencia en Salamanca, Ávila y Valladolid. Con una creatividad de fondo verde que evoca una persiana metálica y un grafiti de gran formato, la iniciativa lanza un mensaje claro y directo.

HOY

Publicación	Hoy Badajoz, 28	Fecha	02/04/2026
Soporte	Prensa Escrita	País	España
Circulación	12 667	V. Comunicación	3 355 EUR (3,888 USD)
Difusión	11 444	Tamaño	157,89 cm² (25,3%)
Audiencia	38 000	V.Publicitario	969 EUR (1123 USD)

Dossier de prensa
unacc

Caja Rural de Extremadura renueva sus instalaciones

NAVALMORAL DE LA MATA

La oficina incorpora un concepto de «espacio abierto y funcional que prioriza la comodidad del cliente y la eficiencia en el servicio»

MIGUEL ÁNGEL MARCOS



Las oficinas inauguradas el martes se ubican en Antonio Concha. HOY

Caja Rural de Extremadura ha puesto en marcha su nueva oficina en Navalmoral tras una completa renovación de sus instalaciones. Una actuación con la que la entidad, según asegura, mejora sus espacios de atención y «refuerza su papel como referente financiero en el norte de la provincia de Cáceres».

Ubicada en el peatonal de la calle Antonio Concha, la oficina ha sido rediseñada conforme a su nueva imagen corporativa, «incorporando un concepto de espacio abierto y funcional que prioriza la comodidad del cliente y la eficiencia en el servicio. El resultado es un entorno más actual, luminoso y acogedor, alineado con la evolución del modelo de atención de la entidad», añade.

Asimismo, destaca su amplitud, con un patio de operaciones de unos 80 metros cuadrados, «que permite una organización óptima del trabajo y facilita la atención simultánea de hasta cuatro profesionales». Además, el espacio ha sido concebido para garantizar la accesibilidad universal, «eliminando barreras y favoreciendo una atención inclusiva».

Lugar estratégico

La oficina de Navalmoral de la Mata, añade la nota de prensa, desempeña un papel estratégico, no solo por su ubicación, sino por su «capacidad de servicio a toda la comarca, siendo un punto de referencia para clientes del municipio y de su entorno».

En el acto de inauguración estuvieron el presidente, Urbano Caballo; la directora general, Rocío Morales, y el director de la oficina, Ángel Porras, junto al alcalde, Enrique Hueso, y el párroco Vladimir Montesino, para realizar la bendición de las instalaciones. Les acompañaron representantes del tejido empresarial y cooperativo de la zona, «reflejando la estrecha vinculación de la entidad con el territorio».

Caja Rural de Extremadura afirma, para terminar, que se ha consolidado como una de las principales entidades financieras de la región, «con una posición destacada en el mercado y una amplia red que le permite mantener una relación directa con la ciudadanía». Cuenta con más de 159.000 clientes, 110 oficinas y un equipo de más de 300 profesionales, «lo que garantiza una presencia cercana y permanente en el territorio».

www.hoynavalmoral.es

Diario de Burgos

Publicación	Diario de Burgos General, 10	Fecha	02/04/2026
Soporte	Prensa Escrita	País	España
Circulación	19 666	V. Comunicación	1 405 EUR (1,627 USD)
Difusión	10 125	Tamaño	49,84 cm² (8,0%)
Audiencia	59 000	V.Publicitario	424 EUR (491 USD)

Dossier de prensa
unacc

RECONOCIMIENTO

Abierto el plazo de inscripción para optar al Premio Joven Empresario

DB / BURGOS

La Asociación de Jóvenes Empresarios (AJE) de Burgos, junto a Cajaviva y la Fundación Caja Rural, han abierto el plazo de inscripción para la VIII edición del Concurso Mejor Proyecto Empresarial, enmarcado dentro del Día del Joven Empresario de Burgos 2026.

Gracias al convenio entre ambas entidades, se impulsa una nueva edición de este certamen, ya consolidado en la provincia, que tiene como objetivo reconocer e impulsar el talento joven, fomentar el emprendimiento y dar visibilidad a proyectos empresariales innovadores de Burgos y provincia.

El plazo de presentación de candidaturas permanecerá abierto hasta el 27 de abril (incluido). El concurso está dirigido a jóvenes empresarios cuyos proyectos destaquen por su innovación, diferenciación y potencial de crecimiento, contribuyendo mal desarrollo del tejido empresarial local.

Los proyectos finalistas serán seleccionados por un jurado compuesto por representantes de AJE Burgos, Cajaviva Caja Rural, empresarios e instituciones, y defenderán su candidatura en el marco de la jornada del Día del Joven Empresario.

Esta iniciativa forma parte de una jornada diseñada para fomentar el *networking*, el intercambio de experiencias y la generación de oportunidades entre empresarios y autónomos de la provincia. Las bases completas y el formulario se pueden consultar en la página web de AJE Burgos.

La Tribuna de Albacete
Publicación: La Tribuna de Albacete
Soporte: Prensa Escrita
Circulación: 3617
Difusión: 2991
Audiencia: 16 000
Fecha: 02/04/2026
País: España
V. Comunicación: 2 771 EUR (3,211 USD)
Tamaño: 301,62 cm² (48,4%)
V.Publicitario: 1003 EUR (1162 USD)

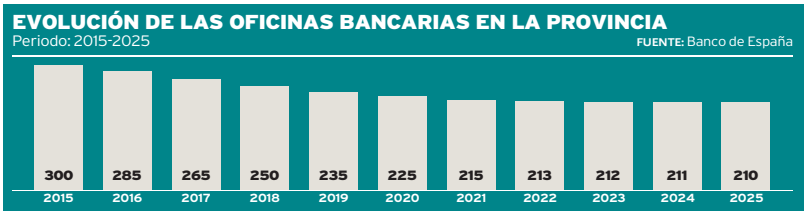
Dossier de prensa
unacc

La provincia pierde casi un tercio de oficinas bancarias en la última década

El territorio albacetense cuenta con 210 sucursales en la actualidad, 90 menos que hace 10 años



Un empleado atiende a una cliente en una sucursal bancaria. / REYES MARTÍNEZ



MERCHE RODENAS / ALBACETE

El sistema financiero español ha sufrido numerosos cambios a lo largo de la última década a consecuencia de la digitalización y los nuevos procesos tecnológicos. Estas modificaciones también se pueden ver en el territorio albacetense, tanto en la capital como en las zonas rurales, pues con el paso de los años las entidades bancarias apuestan más por oficinas y trámites digitales que aligeren los procesos y descongestionen la burocracia presencial.

El estudio que publica cada año el Banco de España refleja una tendencia continua a la baja en el establecimiento de oficinas bancarias, lo que indica que es ya un cambio estructural de nuestro sistema financiero. En este sentido, las cifras de la institución bancaria nacional señalan que a cierre de 2025 Albacete cuenta con 210 sucursales repartidas por el territorio provincial. Esto significa que Albacete tiene el 19,1% de todas las establecidas en Castilla-La Mancha, ya que en la región hay 1.101.

La cantidad de 210 oficinas indica que, en una década, la provincia de Albacete ha perdido un total de 90 sucursales bancarias, una caída del 30%, debido a que en 2015 la cifra era de 300. Si comparamos respecto a 2020, año afectado por la pandemia de coronavirus, el descenso es de 15 oficinas respecto a la cifra actual y un 6,7% menos.

SUCURSALES. La reducción de implantación de oficinas bancarias se comenzó a notar con la crisis de 2008. Con la llegada de la era digital a los bancos el descenso es estructural, especialmente notorio entre lo s años 2015 y 2021 con pérdidas de entre 10 a 20 sucursales por año.

Aún así, no todas las entidades bancarias se han visto afectadas de la misma manera. En el caso de Globalcaja, la que más presencia tiene en Albacete, ya que hace una década contaba con 73 oficinas en la provincia albacetense, mientras que en la actualidad alcanza las 83, es decir, a pesar de que existe una tendencia a la disminución, esta entidad ha aumentado sus sucursales en los últimos 10 años. Del total, 13 se localizan en la capital y el resto, 69, se distribuyen por la provincia.

Además, dentro de la red de Globalcaja con principal afluencia en Albacete, Ciudad Real y Cuenca aunque también en otras provincias, han pasado de 266 oficinas hace una década a un total de 308.

Otra de las principales entidades y con fuerte presencia en Albacete es Eurocaja Rural que cuenta con medio centenar de sucursales bancarias en la provincia, de ellas, seis pertenecen a la capital.

Ante la desaparición de oficinas bancarias algunas entidades optan por cajeros automáticos o por otros sistemas digitales accesibles para dirigirse a modelos menos dependientes de la presencialidad. No obstante, en ocasiones es una barrera para las personas mayores que no cuentan con las habilidades digitales necesarias.

En declaraciones de Globalcaja a *La Tribuna,* subrayan que mantienen un firme compromiso con el territorio y por eso apuestas por la inclusión financiera y por servicios presenciales en las zonas rurales para combatir la despoblación. De esta manera, de las 82 oficinas en Albacete un tercio se ubican en localidades que tienen menos de 1.000 habitantes, incluso en 20 municipios es la única entidad que presta servicio.

Asimismo, la entidad detalla que acompañan a los clientes en su digitalización, a la vez que prestan atención presencial con ayuda en las gestiones diarias, tanto en el medio urbano como en zonas rurales.

SEGRE

Publicación	Segre Castellano Lleida, 20	Fecha	02/04/2026
Soporte	Prensa Escrita	País	España
Circulación	1667	V. Comunicación	8 558 EUR (9,917 USD)
Difusión	1459	Tamaño	798,38 cm² (70,5%)
Audiencia	5000	V.Publicitario	3155 EUR (3656 USD)

Dossier de prensa
unacc

TORREFETA I FLOREJACS

CENTRE SOCIAL DE SEDÓ I RIBER



La reforma comenzó retirando los azulejos de la piscina.

CENTRE SOCIAL DE SEDÓ I RIBER



Se reúnen los fines de semana para trabajar en las obras.

Trabajo voluntario y colecta vecinal para rehabilitar la piscina de Sedó

Se ahorrarán alrededor de 10.000 euros al llevar a cabo ellos mismos parte de las obras

J. BONILLA

Con poco más de 100 habitantes, el núcleo de Sedó, en Torrefeta i Florejacs, es de los pocos pueblos de Lleida con una piscina privada compartida entre todos sus vecinos. La construyó el Centre Social de Sedó i Riber en 1997 sobre un terreno cedido por el ayuntamiento, que solo se hace cargo del mantenimiento. Desde entonces, el espacio ejerce como eje de dinamización social en la localidad, sobre todo en verano.

En sus casi treinta años, el recinto solo tuvo una pequeña reforma en 2008, cuando se eliminó la hierba del entorno y se sustituyó por hormigón. Ahora, la nueva junta de la agrupación propietaria ha iniciado una campaña de recogida de fondos y trabajo colaborativo para rehabilitarla. El elemento principal es el vaso de la piscina, que presentaba signos de deterioro con azulejos que saltaban y zonas mal embaldosadas.

"Cuando entramos en la junta hace dos años, pedimos presupuestos para las obras y estaban entre los 45.000 y los 50.000 euros", explicó Joan Cunyat, presidente del Centre Social. El coste era demasiado elevado para la asociación y decidieron buscar recursos donde fuera, incluso de los beneficios de la barra de la fiesta mayor. Otras entidades del municipio aportaron parte de su fondo, ya que se trataba del centro neurálgico de la vida social en verano, junto con el ayuntamiento y empresas como bonÀrea y Caixa Guissona que también donaron una cantidad.

Mecenazgo

El esprint final para reunir todo el dinero lo quieren conseguir con donaciones particulares de los vecinos de Sedó y los pueblos de alrededor. A cambio de las aportaciones, que van de los 30 a los 250 euros, el Centre Social otorgará distintas recompensas, como aparecer en un mural, un bono para la próxima temporada e incluso una cena elaborada por el chef del Palau de Margalef e hijo del pueblo, Roger Villaró, que ha querido participar en el proyecto de forma altruista. Como dijo el presidente, "se trata de una campaña al estilo Verkami (una plataforma de micromecenazgo en internet), pero hecha a la *sedonina*". Las aportaciones económicas pueden hacerse a través de la cuenta ES17 3140 0001 9400 1035 3300 o contactando con la junta.

RECOMPENSAS

Quien colabore en la campaña puede recibir bonos o una cena a cargo del chef Roger Villaró

JORDI BONILLA



Joan Cunyat es el presidente de la entidad impulsora.

Aun así, con el objetivo de reducir todavía más la factura final, algunos de los colaboradores decidieron hacer ellos mismos parte de los trabajos. "Quedamos sábados y domingos para hacer las tareas que podemos", detalló Cunyat. La empresa que realiza los trabajos se mostró dispuesta a asesorar y dejar que fuesen los propios usuarios de la piscina los que realizaran, incluso con sus propias herramientas, parte de la obra, mientras que el resto está en manos de sus técnicos y albañiles. El Centre Social de Sedó y Riber calcula que, gracias al trabajo a jova, pueden ahorrarse alrededor de 10.000 euros que, según su presidente, es "una barbaridad".

Compromiso vecinal

Joan Cunyat es uno de los jóvenes que ha crecido con la piscina como epicentro de los veranos en el pueblo. "En sitios tan pequeños solo nos podemos sostener con la fuerza de la gente", destacó. La limitación de fondos públicos se palía con "el compromiso y la pasión que nos hace trabajar primero para luego disfrutar de las instalaciones", que prevén estar listas para iniciar la nueva temporada en junio.

Expansión

Publicación	Expansión General, 18	Fecha	03/04/2026
Soporte	Prensa Escrita	País	España
Circulación	37 999	V. Comunicación	39 061 EUR (45,044 USD)
Difusión	28 798	Tamaño	210,27 cm² (33,7%)
Audiencia	114 000	V.Publicitario	9615 EUR (11 088 USD)

Dossier de prensa unacc

Fin de una era: el BCE desmonta el plan de emergencia de 2020

NORMALIZACIÓN/ Para 2027, el BCE habrá retirado del sistema financiero casi tres billones de euros de liquidez excedente.

O. Storbeck . Financial Times

Casi tres billones de euros de liquidez de emergencia inyectados por el Banco Central Europeo durante la pandemia de Covid-19 habrán desaparecido del sistema financiero para 2027, lo que marcará un hito en la normalización de la política monetaria.

Según una previsión publicada el jueves por el personal del banco central, el exceso de liquidez que los bancos de la eurozona depositan en el BCE caerá por debajo de los dos billones de euros el próximo año, un nivel que no se veía desde antes de que los responsables políticos pusieran en marcha el plan de estímulo sin precedentes a principios de 2020.

"Esto marca el final de una era", dice Carsten Brzeski, director global de macroeconomía de ING. "El estado de emergencia en la política monetaria europea está llegando a su fin", añade, señalando que el BCE ha logrado llevar a cabo una salida fluida de su programa de flexibilización cuantitativa.

Desde marzo de 2020, el banco central puso en marcha su Programa de Compras de Emergencia Pandémica (PEPP, por sus siglas en inglés). Este programa consistió en la adquisición masiva de bonos del gobierno y del sector privado en un intento por estabilizar y estimular la economía, devastada por la pandemia. Asimismo, ofreció a los bancos varias operaciones de refinanciación generosas y a largo plazo.

La mayoría de los economistas reconocen que el BCE evitó un colapso económico mayor, ya que la política monetaria convencional se había quedado sin margen de maniobra en aquel momento; los tipos de interés estaban en terreno negativo antes de que estallara la pandemia.

Sin embargo, los críticos de la política advirtieron de que la avalancha de liquidez pudo haber distorsionado los precios de los activos al inflar una burbuja inmobiliaria en países como Alemania.

También culparon al PEPP de contribuir al aumento de la inflación desde finales de 2021. Los economistas ortodoxos habían alertado que las medidas no convencionales podrían ser irreversibles.



Dreamstime

Sede del Banco Central Europeo.

El exceso de liquidez que los bancos depositan en el BCE se ha reducido en casi un 50%

El BCE eliminó gradualmente sus instrumentos de política monetaria no convencionales a partir de 2022, lo que provocó una disminución constante de la liquidez, que se había duplicado con creces hasta alcanzar los 4,8 billones de euros en octubre de 2022.

Vencimientos

Sin embargo, este proceso lleva tiempo: el BCE no vende de forma activa los bonos que compró durante la crisis, sino que deja que venzan. Desde finales de 2024, el banco central no ha reinvertido los fondos, sino que simplemente deja que los bonos se depreciencien.

En consecuencia, el exceso de liquidez que los bancos depositan en el BCE se ha reducido en casi un 50 % y seguirá disminuyendo para 2027.

Isabel Schnabel, miembro del comité ejecutivo del BCE, ha calificado este proceso de "normalización cuantitativa en lugar de endurecimiento cuantitativo".

Regreso a la normalidad

Hasta el momento, el regreso a la normalidad se está desarrollando sin contratiempos, según el análisis del banco central publicado el jueves. «No hay indicios de fragmentación», afirma el blog del BCE.

Los economistas del BCE afirman en su blog que los bancos ahora "tendrán que gestionar su liquidez de forma más activa". Predicen que los bancos comenzarán a depender más del mercado monetario y de las operaciones de refinanciación habituales.

Los bancos pueden acceder a liquidez del BCE con un margen de 0,15 puntos porcentuales sobre el tipo de interés principal de los depósitos, que ahora se sitúa en el 2 %.

Si bien estas herramientas se han utilizado poco en los últimos años, el personal del BCE prevé que se popularizarán a medida que disminuya el exceso de liquidez.

elEconomista

Publicación	El Economista General, 20	Fecha	03/04/2026
Soporte	Prensa Escrita	País	España
Circulación	23 667	V. Comunicación	23 638 EUR (27,258 USD)
Difusión	20 000	Tamaño	149,82 cm² (14,0%)
Audiencia	71 000	V.Publicitario	3433 EUR (3959 USD)

Dossier de prensa unacc

El BCE prevé que la inflación escale hasta el 3,1% durante el segundo trimestre del año

Algunos miembros consideran "peligroso" subir tipos en la reunión de abril, pero se debatirá

Agencias MADRID.

El Banco Central Europeo (BCE) prevé que la inflación aumente hasta el 3,1 % en el segundo trimestre de 2026 debido a la subida de los precios de la energía causada por la guerra en Oriente Próximo.

La entidad monetaria dice en su último boletín económico, publicado ayer, que la inflación descenderá posteriormente hasta el 2,8% en el tercer trimestre tras las caídas de los precios de las materias primas energéticas. Por tanto la inflación se situará por encima del 2% a corto plazo.

El BCE también advierte de que "una guerra prolongada en Oriente Próximo podría dar lugar a un aumento de los precios energéticos mayor y más duradero de lo previsto actualmente, lo que elevaría la inflación".

El BCE mantuvo en marzo sus tipos de interés a los depósitos bancarios en el 2 %.

Posteriormente algunos miembros del Consejo de Gobierno consideraron que sería precipitado aumentar las tasas en la reunión de finales de abril, pero otros han contemplado la posibilidad.

La subida de la inflación podría ser más intensa y persistente si el crecimiento de los salarios aumenta en respuesta al encarecimiento de la energía.

También si la guerra causa disrupciones más generalizadas en las cadenas de suministro globales, según el BCE.

Hasta la fecha, el BCE observa que las expectativas de inflación de los mercados financieros han aumentado considerablemente en los plazos más cortos, pero a largo plazo se sitúan en niveles cercanos al 2%.

El BCE pronostica "un modesto avance" del producto interior bruto (PIB) en el primer trimestre de 2026 en la zona del euro debido a los efectos de la guerra en los mercados de materias primas, en las rentas reales y en la confianza en todo el mundo.

ABC

Publicación	ABC Nacional, 30	Fecha	03/04/2026
Soporte	Prensa Escrita	País	España
Circulación	119 000	V. Comunicación	101 337 EUR (116,860 USD)
Difusión	116 063	Tamaño	468,95 cm² (75,2%)
Audiencia	357 000	V.Publicitario	26 236 EUR (30 255 USD)

Dossier de prensa unacc

Las comisiones bancarias dificultan la retirada de efectivo

Sacar dinero de los cajeros en 2026 es más caro y está sujeto a mayor control fiscal si las cantidades son elevadas

María Jesús Pérez
Madrid

El efectivo no pasa hoy por sus mejores momentos. En la actualidad, retirar dinero es 'per se' más caro que hace apenas diez años, por un claro aumento en las comisiones por retirada –especialmente si se utiliza un cajero de una entidad distinta a la propia–, además de estar sujeto a mayor control fiscal si las cantidades son elevadas. A esto se añade que la disponibilidad de terminales en la calle o la existencia de sucursales físicas es menor, dada la tendencia lógica del sector hacia la operatividad digital. Así se desprende de los datos recopilados por este periódico de las propias entidades financieras en comparación con lo que ocurría antes de marzo de 2015.

De hecho, para entender la magnitud de lo que sucede con la retirada de efectivo hoy día se antoja obligatorio echar la vista atrás y comparar lo que ocurría en el escenario anterior a ese año, 2015. En aquel entonces, el sistema financiero español no se basaba en acuerdos individuales entre bancos, sino en la pertenencia a una de las tres grandes redes tecnológicas de medios de pago y cajeros automáticos del país: Servired (Caixabank, BBVA, Bankia, Sabadell, Bankinter y Deutsche Bank), 4B (Banco Santander, Popular, Banesto, Openbank e ING Direct) o Euro 6000 (Unicaja, Ibercaja, Kutxabank, Abanca, Liberbank y Cecabank).

Los expertos del sector consultados por este periódico coinciden al recordar que «la gran ruptura» que desembocó en la nueva tendencia de cobrar por sacar dinero a los no clientes ocurrió cuando Caixabank decidió 'exigir' 2 euros de comisión directa por utilizar sus cajeros a aquellas personas 'ajenas a sus cuentas', lo que forzó al Gobierno a regular el sistema mediante el Real Decreto-Ley 11/2015, de 2 de octubre. Aquella medida provocó que las redes tradicionales se fragmentaran en las alianzas que conocemos hoy.

El caso es que antes existían en el mercado tres grandes grupos de redes tecnológicas de medios de pago y cajeros automáticos y ahora hay lo que tenemos se conoce en el sector como 'islas' de cajeros. Entre ellas, la red Euro 6000 es la única que ha logrado mantenerse unida como bloque de gratuidad para sus miembros, sumando además a su alianza a bancos como Bankinter o EVO para ganar volumen.

Importe mínimo

Además, en el sistema se ha instalado el 'importe mínimo', ya que antes no existía la condición de 'gratis si sacas más de 200 euros', precisamente la solución técnica que encontraron bancos como ING o EVO para compensar la comisión que ellos mismos deben pagar al dueño del cajero (Caixabank o Santander, por ejemplo) cuando su cliente lo utiliza.

A toda esta controversia que supuso la ruptura de acuerdos entre los tres grandes grupos se ha añadido la decisión de la banca española de hacer desaparecer de forma paulatina cajeros por la continuada digitalización de las operaciones bancarias y el consiguiente cierre de sucursales, lo que ha perjudicado también a la retirada de efectivo. En 2014, había unos 50.000 cajeros en España. En 2024, la cifra bajaba de los 45.000, pero la diferencia real es que antes casi el 70% de ellos eran 'amigos' (gratuitos) para cualquier cliente de Servired, y hoy ese porcentaje de gratuidad para un cliente de un gran banco (BBVA, Caixabank o Santander) se limita casi exclusivamente a sus propios terminales. La situación se ha recrudecido más si cabe y, a marzo de 2026, los cajeros automáticos han caído un 10% en la última década, lo que reduce la disponibilidad física de dinero, especialmente en zonas rurales.

Para Denaria, la asociación española sin ánimo de lucro dedicada a defender el dinero en efectivo como un bien público esencial, «el acceso al efectivo sigue teniendo múltiples barreras y una de ellas es el acceso gratuito por medio de cajeros. Los ciudadanos quieren pagar en efectivo, lo consideran seguro, privado y cómodo, pero ese derecho se ve limitado en la práctica de manera injustificada. Son necesarios más cajeros y que no se penalice por su uso. Es desequilibrado que se incentive el pago digital, pero se condicione el acceso al dinero físico».

Las quejas por la imposibilidad de pagar con dinero en metálico se disparan un 16%

La imposibilidad de pagar con efectivo en múltiples establecimientos comerciales en España, en especial en algunas grandes superficies, está provocando un creciente aumento de las quejas de los ciudadanos que aún confían en el dinero en circulación para hacer frente a sus compras u otros tipos de pagos. De hecho, según datos de Denaria, la asociación española sin ánimo de lucro dedicada a defender el dinero en efectivo como un bien público esencial, durante 2025, su canal de denuncias recibió 174 quejas relacionadas con la imposibilidad de realizar pagos en efectivo tanto en establecimientos públicos como privados, lo que supone un promedio de más de 14 quejas mensuales, un 16% más que durante 2024. Estas denuncias han sido recibidas a través de correo electrónico o llamada telefónica.

MENOR DISPONIBILIDAD

10%

La cantidad de cajeros automáticos se ha reducido un 10% durante la última década, lo que merma la disponibilidad física de dinero, especialmente en zonas rurales.



Los ciudadanos quieren pagar en efectivo, lo consideran seguro, privado y cómodo. EFE

Expansión

Publicación	Expansión General, 17	Fecha	03/04/2026
Soporte	Prensa Escrita	País	España
Circulación	37 999	V. Comunicación	63 540 EUR (73,274 USD)
Difusión	28 798	Tamaño	266,46 cm² (42,7%)
Audiencia	114 000	V.Publicitario	11 335 EUR (13 071 USD)

Dossier de prensa unacc

Santander diseña coberturas de riesgo para aislarse de "las medusas"

ESTRATEGIA/ Santander no está dispuesto a renunciar al negocio del crédito privado, pero toma medidas para limitar el daño en caso de estallido del crédito privado.

Inés Abril. Madrid

Santander no está dispuesto a renunciar al negocio del crédito privado. Su presidenta, Ana Botín, lo ha dejado claro incluso después de que el banco se haya visto atrapado en dos quiebras sonadas que han golpeado el mercado los últimos meses, First Brands y Market Financial Solutions (MFS).

Pero su incursión tiene red de seguridad. Santander ha tomado medidas para acotar el daño en caso de estallido del crédito privado. Ya lo anunció Botín cuando comparó los tropiezos en el negocio con las medusas en el mar. "A veces te pican un poco, pero, si tienes cuidado, no importa. Aun así, puedes nadar", aseguró en una entrevista a *Bloomberg*.

La presidenta de Santander habló de la necesidad de ponerse protección. "Eso es lo que hacemos y así vemos la situación actual", añadió. El banco ha revelado cuáles son esos métodos, que incluyen coberturas y restricciones.



Efe

Ana Botín, presidenta de Santander.

Mensaje de calma

El punto de partida es la contención. Santander tenía una exposición limitada al crédito privado a finales del año pasado y no la ha incrementado. Su cartera de préstamos privados representa menos del 1% de sus créditos totales, según reveló el director financiero del banco, José García Cantera, en una ronda de encuentros con inversores estadounidenses y canadienses organizada por Barclays.

Esa exposición incluye también 2.000 millones invertidos en fondos de crédito privado.

La posición de Santander es netamente inferior a la de los grandes bancos de EEUU y a la de los dos europeos más expuestos: Barclays y Deutsche Bank, con el 5,5% de sus créditos totales según los datos de la firma de análisis de solvencia CreditSights.

Santander tiene más herramientas de protección. Una de las vías por las que una caída del crédito privado puede contagiar a la banca son las transferencias significativas de riesgo (SRT, por sus siglas en inglés). La entidad española es una de las más activas de Europa en estas operaciones con las que los bancos ceden de forma sintética el riesgo de sus préstamos sin sacarlos de sus balances.

Los compradores de las SRT son principalmente actores del negocio del crédito privado y uno de los problemas es que los bancos pueden terminar teniendo una doble relación con ellos al sumar también la financiación que conceden a estos inversores a través de préstamos. Eso hace que, en caso de colapso del sistema, el golpe venga por dos sitios distintos.

El arma de Santander es no conceder un euro de crédito a los compradores de SRT. Su única relación es la tenencia de las transferencias significativas de riesgo.

Hay una segunda capa de protección y es que asegura con coberturas la exposición frente a estas contrapartes, "lo que significa que el banco no tiene una exposición crediticia significativa frente a los inversores que adquieren las SRT", explica Barclays.

El arma del banco es no conceder un euro de crédito a los compradores de SRT

El cierre del mercado de SRT puede ser una vía indirecta de contagio, pero la actividad es normal

Otra vía

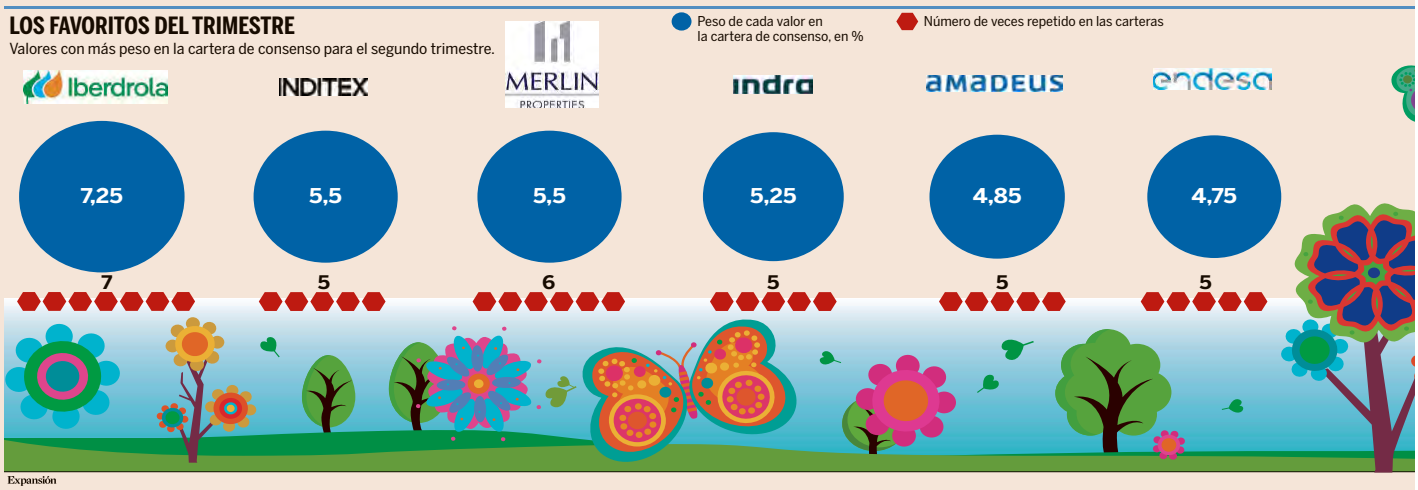
Hay otra vía más indirecta de contagio y es el cierre del mercado de SRT. El crédito privado es el principal comprador del riesgo que ceden los bancos. Si sus integrantes pisan el freno, el sector financiero se quedará sin inversores para sus ventas de préstamos.

Santander poco puede hacer en caso de desbandada de compradores. No hay escudo posible con el que defenderse, pero la sensación del banco es que no hace falta. La entidad afirma que la actividad en el mercado se mantiene "prácticamente sin cambios" y que las transacciones siguen ejecutándose sin que los precios se hayan visto alterados, señala Barclays.

Expansión

Publicación	Expansión Inversor, 4	Fecha	03/04/2026
Soporte	Prensa Escrita	País	España
Circulación	37 999	V. Comunicación	109 604 EUR (126,393 USD)
Difusión	28 798	Tamaño	455,55 cm² (73,1%)
Audiencia	114 000	V.Publicitario	11 251 EUR (12 975 USD)

Dossier de prensa unacc



Expansión

CARTERA DE VALORES PARA LA PRIMAVERA

Combinado de defensivos y cíclicos para esta primavera

Iberdrola, Inditex y Merlin son el trío más recomendado para rentabilizar la cartera en el segundo trimestre, junto a Indra, Amadeus, Endesa, Santander, Viscofan, Grifols y Repsol.

Carmen Rosique

El estallido del conflicto en Irán el 28 de febrero pasó factura en marzo a las bolsas mundiales, que sufrieron caídas de entre el 6% y el 10%. La incertidumbre generada respecto a la economía, con los precios de la energía disparados, llevó a que en el primer trimestre la mayoría de índices terminaran en negativo, un 1,49% en el caso del Ibex.

Pese al giro de inversión que supuso este conflicto bélico, quince de las 20 firmas que participan en el concurso de carteras de valores organizado por EXPANSIÓN batieron al índice español. Atl Capital, Auriga y Divacons lograron los mejores retornos.

De cara a esta primavera, las propuestas de las firmas de inversión combinan valores defensivos, como Iberdrola, Endesa y Viscofan, con otros más cíclicos pero considerados de calidad, como Inditex, Amadeus y Santander, entre otros. Repsol y Merlin, que ni siquiera aparecían en las propuestas de las carteras para el primer trimestre, se cuelan en el *Top 10* para los próximos meses.

LAS 20 CARTERAS DEL CONSENSO

LÍDERES

Atl Capital ha obtenido una rentabilidad del 8,66% con su propuesta de cartera para el primer trimestre gracias a su confianza en Solaria, Puig y PharmaMar. Auriga y Divacons superan también el 7,6% de retorno con sus carteras.

IBEX

El Ibex, que el 26 de febrero marcó récord histórico en 18.496,60 puntos y soñaba con el 20.000, sufrió la oleada de ventas que ha dominado las bolsas en marzo. El índice español bajó en el primer trimestre del año un 1,49%.

CAMBIOS

Indra, Puig, IAG, Cie Automotive, ACS y Sabadell salen de los primeros puestos de valores recomendados. En el caso de la empresa de Defensa, los conflictos entre la Sepi y la cúpula directiva resta atractivo a la compañía.

VALORES QUE ENTRAN
• Airbus • Almirall • Cirsa • Ence
• Grenergy • Izertis • Redeia • Unicaja

VALORES QUE SALEN
• Bankinter • CAF • Fluidra • Logista
• Merlin • Repsol • Grupo San José

Iberdrola sube del quinto al primer puesto en el ránking de valores recomendados por su perfil defensivo y crecimiento estable a través de redes reguladas. Los expertos confían en la eléctrica en un contexto marcado por la guerra por su diversificación geográfica y sólida estructura financiera que permite a la empresa invertir y a ofrecer una remuneración creciente a sus accionistas.

Además de Iberdrola, para la parte defensiva de la cartera los expertos confían en **Endesa**, que da solidez a la cartera ante una eventual prolongación de la guerra de Irán. El nuevo plan de inversiones, centrado principalmente en redes, pero también en renovables, permitirá a la empresa seguir reduciendo su coste medio de generación, según Álvaro Romero, de Singular Bank. A corto plazo, la elevada generación hidráulica este año y los precios de la electricidad más elevados por la guerra de Irán elevarán sus beneficios por encima de lo previsto, según los expertos.

"La necesidad urgente de ampliar y digitalizar las redes eléctricas para integrar las nuevas fuentes renovables y la nueva demanda afianza su modelo de negocio regulado", explican en Tressis.

Inditex gana adeptos tras presentar unas cuentas sólidas, con beneficio récord, y mantener el sello de ser la mejor de su sector. Su posicionamiento universal, muy pegado a la moda y su compromiso de control de costes, hace que los analistas consideren que puede comportarse bien en Bolsa. La dueña de Zara se mantiene como el mayor valor de la Bolsa española por capitalización bursátil, más de 157.000 millones de euros.

La Socimi **Merlin** ha protagonizado un ascenso meteórico entre las recomendaciones de los expertos. Ha pasado de no estar presente en ninguna de las 20 firmas de inversión a ser el tercer valor más respaldado. La compañía ha ampliado un 10% su capital para financiar su apuesta por el negocio de centros de datos. Tras la operación, ha eliminado una de las principales incertidumbres que lastraban la cotización. El negocio de centros de datos está transformando su perfil de crecimiento y el mercado empieza a poner en precio esta parte tecnológica, que se suma al valor de su cartera logística y de oficinas *prime*, explica José Francisco Ibáñez, analista en Tressis.

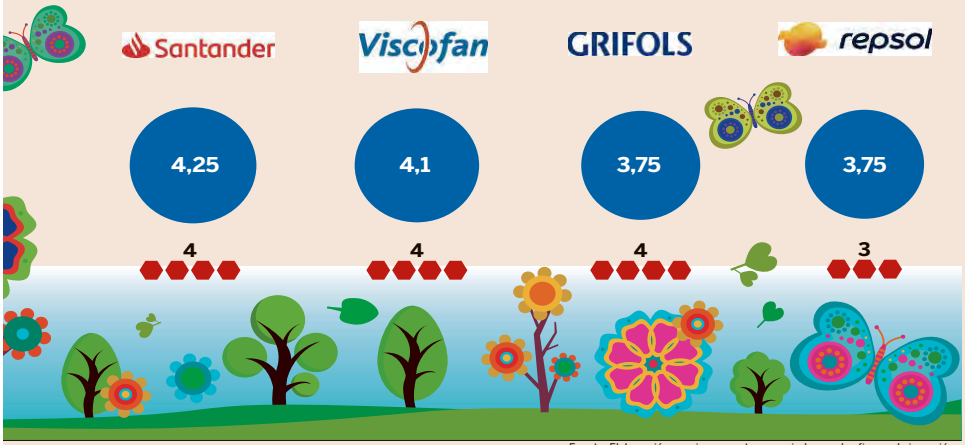
Amadeus, tras el castigo sufrido en lo que va de año (baja un 21,16%), se ve como una oportunidad para invertir en la tecnológica del sector del viaje a precios atractivos. "Está injustamente afectada por el temor del mercado a que la IA vaya a terminar con sus negocios de distribución e IT, comenta Virginia Pérez, de Intermoney. Junto con otros expertos cree que tiene ventajas competitivas que protegen su negocio.

Santander se mantiene co-

Expansión

Publicación	Expansión Inversor, 5	Fecha	03/04/2026
Soporte	Prensa Escrita	País	España
Circulación	37 999	V. Comunicación	109 604 EUR (126,393 USD)
Difusión	28 798	Tamaño	454,16 cm² (72,8%)
Audiencia	114 000	V.Publicitario	11 228 EUR (12 948 USD)

Dossier de prensa unacc



Fuente: Elaboración propia con carteras enviadas por las firmas de inversión.

LAS APUESTAS DE LOS EXPERTOS

Peso en % de cada compañía en el cómputo general y número de veces que se repite cada valor en las carteras

	Peso (%)	N.º de veces repetido
Iberdrola	7,25	7
Inditex	5,5	5
Merlin	5,5	6
Indra	5,25	5
Amadeus	4,85	5
Endesa	4,75	5
Santander	4,25	4
Viscofán	4,1	4
Grifols	3,75	4
Repsol	3,75	3
Acerinox	3	3
Dia	3	3
Puig Brands	3	3
Cie Automotive	2,85	3
ACS	2	2
Aena	2	2
Banco Sabadell	2	2
BBVA	2	2
CaixaBank	2	2
Rovi	2	2
Solaria	2	2
Sacyr	1,85	2
IAG	1,8	2
Meliá	1,75	2
Enagás	1,5	2
Acciona	1,25	1
Acciona Energía	1	1
Amper	1	1
ArcelorMittal	1	1
Bankinter	1	1
CAF	1	1
Cellnex	1	1
Ferrovial	1	1
Fluidra	1	1
Logista	1	1
Naturgy	1	1
Neinor Homes	1	1
OHLA	1	1
PharmaMar	1	1
San José	1	1
Vidrala	1	1
Atresmedia	0,8	1
HBX (Hotelbeds)	0,75	1
Colonial	0,5	1

LA RENTABILIDAD DE LAS CARTERAS

Retorno obtenido por las carteras de las firmas de inversión durante el primer trimestre 2026 y en años anteriores. En porcentaje

	Primer trimestre 2026	2025	2024	2023	2022	2021
Atl Capital	8,66	94,88	-1,52	24	8,4	1,42
Auriga	7,94	33,57	-6,65	17,32	-1,85	-8,28
Divacons-Alphavalue	7,69	72,07	6,83	16,79	-16,67	10,7
Caja de Ingenieros	7,13	55,76	-17,11	18,34	-13,62	12,88
XTB	4,86	26,92	19,88	18,57	-8,78	7,93
Finaccess Value	3,31	N.D	N.D	N.D	N.D	N.D
IG Markets	2,77	85,72	32,21	8,53	-21,97	15,84
CARTERA CONSENSO	0,32	49,03	6,26	13,39	-2,29	9,88
Tressis	0,18	21,89	18,66	31,07	-21,66	-8,96
Bankinter	0,15	72,66	2,28	24,86	5,6	0,28
Kutxabank Investment	-0,2	37,04	-3,14	11,36	16,78	13,71
Banco Big	-0,82	52,68	4,50	N.D	N.D	N.D
Tradition	-0,93	38,16	49,10	23,44	-1,23	26,87
Singular Bank	-1,06	65,43	10,63	28,75	16,89	12,85
Renta 4	-1,24	58,08	1,65	28,17	-12,75	N.D
GVC Gaesco Valores	-1,26	26,25	-6,71	31,28	2,6	12,15
IBEX 35	-1,49	49,27	14,78	22,76	-5,56	7,93
Andbank	-2,35	46,53	2,23	26,6	-0,57	19,4
Banca March	-3,34	31,88	2,38	35,18	2,89	15,28
Banco Sabadell	-7,14	58,17	11,04	13,86	-17,2	-1,92
Intermoney	-8,64	42,60	N.D	N.D	N.D	N.D
Metagestión	-10,21	N.D	N.D	N.D	N.D	N.D

N.d.: no disponible.

Fuente: Elaboración propia.

CARTERAS PARA EL 2.º TRIMESTRE DE 2026

Composición de las carteras de las firmas de inversión con los valores y su peso, en %

Andbank
Viscofan 25
Grifols 20
Puig 20
Vidrala 20
HBX 15

Atl Capital
Amadeus 20
B. Sabadell 20
Inditex 20
Indra 20
Solaria 20

Auriga
Acerinox 20
Dia 20
Grupo San José 20
OHLA 20
PharmaMar 20

Banca March
Santander 25
Inditex 20
Enagás 15
Grifols 15
Iberdrola 15
Colonial 10

Banco Big
ACS 20
Amadeus 20
BBVA 20
Iberdrola 20
Santander 20

Banco Sabadell
Acerinox 20
Amper 20
Bankinter 20
IAG 20
Merlin 20

Bankinter
BBVA 20
Endesa 20
Iberdrola 20
Merlin 20
Santander 20

Caja Ingenieros
Acerinox 20
Cellnex 20
Grifols 20
Meliá 20
Solaria 20

Divancons-AlphaValue
Repsol 25
ACS 20
ArcelorMittal 20
Iberdrola 20
Endesa 15

Finaccess Value
Acciona Energía 20
Cie Automotive 20
Inditex 20
Rovi 20
Sacyr 20

GVC Gaesco
CAF 20
Dia 20
Merlin 20
Naturgy 20
Puig 20

IG Markets
Repsol 25
Iberdrola 25
Endesa 20
Enagás 15
Meliá 15

Intermoney
Amadeus 17
Cie Automotive 17
Sacyr 17
Viscofán 17
Atresmedia 16
IAG 16

Kutxabank Inv (Norbolsa)
Amadeus 20
CaixaBank 20
Ferrovial 20
Inditex 20
Merlin 20

Metagestión
Amadeus 20
Banco Sabadell 20
Grifols 20
Indra 20
Merlin 20

Renta 4
Aena 20
CaixaBank 20
Fluidra 20
Indra 20
Viscofán 20

Singular Bank
Aena 20
Cie Automotive 20
Endesa 20
Neinor 20
Santander 20

Tradition
Acciona 25
Iberdrola 25
Indra 25
Repsol 25

Tressis
Endesa 20
Iberdrola 20
Logista 20
Merlin 20
Rovi 20

XTB
Inditex 30
Dia 20
Puig 20
Viscofán 20
Merlin 10

* **Cartera de consenso** Veinte firmas de inversión confeccionan cada trimestre una cesta de valores de hasta seis títulos. Cada estrategia se revisa al cierre del trimestre (con la posibilidad de cambiar dos valores durante el periodo), y acumula la plusvalía o minusvalía obtenida.

Fuente: Las propias firmas de inversión

mo el banco español con más respaldo de los expertos, aunque cae desde la primera posición del trimestre anterior a la séptima. Con el proceso de rebajas de tipos finalizado en Europa, según Singular, los expertos confían en el crecimiento de ingresos y un impulso del beneficio por acción en torno a un 10% anual hasta 2028. El esperado proceso de rebajas de tipos en Brasil sería un factor añadido positivo por el impacto favorable que tendría en la morosidad. Además, con un nivel de capital elevado (*CET1* superior al 13%), está en condiciones de elevar su retribución al accionista en los próximos años.

La parte defensiva de la cartera se arma con un valor de fuera del Ibex: **Viscofán**. El fabricante de envolturas para la alimentación es una compañía bien gestionada, de calidad y líder de su sector que presenta unos niveles atractivos para invertir ahora, indica Andbank. Esta firma resalta que tiene una rentabilidad sobre el flujo de caja del 7%, que considera atractiva. La compañía tiene un plan estratégico hasta 2030 en el que prevé crecer al 8% anual con mejora de márgenes, comentan en Intermoney.

El fabricante de hemoderivados **Grifols** se mantiene en el *Top 10* de las apuestas trimestrales, pero con menos convicción que hace tres meses. "Estamos ante un negocio ya recuperado de las presiones en márgenes pos-Covid, una generación de caja robusta, un endeudamiento a la baja y una estructura de gobierno corporativo más transparente que la que había hace dos años", comentan en Andbank.

El que entra con fuerza también en las propuestas de inversión del trimestre es **Repsol**, ante el aumento del precio del petróleo a consecuencia del conflicto en Irán. La petrolera española se ha disparado más del 29% en Bolsa en marzo y supera el 50% desde enero. Si las tensiones continúan, los expertos creen que puede mantenerse entre los mejores, como ha pasado con el resto del sector en Europa en marzo. Pero si el conflicto se resuelve puede sufrir por la toma de beneficios.

Canarias7

Publicación	Canarias7 General, 31	Fecha	03/04/2026
Soporte	Prensa Escrita	País	España
Circulación	13 360	V. Comunicación	10 565 EUR (12,183 USD)
Difusión	10 559	Tamaño	359,54 cm² (64,7%)
Audiencia	37 000	V.Publicitario	3968 EUR (4576 USD)

Dossier de prensa unacc

La extinta lengua guanche centra las jornadas 'Mis tardes con Néstor' organizadas en Guía

El Ayuntamiento celebra los días 11, 18 y 25 de abril un ciclo de conferencias en el que participan Rumén Sosa, Víctor Perera y Gonzalo Ortega

F.Z.

LAS PALMAS DE GRAN CANARIA. La concejalía de Cultura del Ayuntamiento de Guía que dirige Manuel Julián Melián, con la colaboración de la unidad de Patrimonio Histórico del Cabildo de Gran Canaria y la Fundación Canaria Néstor Álamo, impulsa los días 11, 18 y 25 del presente mes de abril, un ciclo de conferencias alrededor de la extinta lengua aborigen y la toponimia indígena, en el que tomarán parte el profesor especialista en Historia Moderna de Canarias, Rumén Sosa, el abogado e investigador Víctor Perera y el catedrático de Lengua Española de la ULL, especialista en la Dialectología Canaria y miembro de la Academia Canaria de la Lengua, Gonzalo Ortega.

La actividad, que tendrá lugar en la sede de la Casa Museo Néstor Álamo de Santa María de Guía, siempre a las 11.00 horas, aborda algunos aspectos vinculados a la dialectología canaria, la toponimia recabada en las fuentes documentales históricas y su permanencia en la memoria oral, y la lengua amazigh hablada por los antiguos isleños, uno de los rasgos más distintivos de su identidad étnica.

Las jornadas dará comienzo el día 11 con la intervención del historiador y docente de Educación Secundaria, Rumén Sosa, quien en su conferencia titulada 'La muerte de la lengua guanche', se referirá a su estudio monográfico del mismo título publicado por Le Canarien Ediciones, en el que ofrece una visión amplia y detallada de la sociolingüística histórica del amazigh insular, abordando aspectos como la existencia de una o varias lenguas, las causas y proceso de su declive, o el momento de su desaparición con la colonización y las transformaciones sociales de la época que provocan la progresiva desaparición de la lengua guanche entre los siglos XV y XVII. Además, Sosa se propone en su intervención profundizar sobre el impacto de este hecho histórico en la pérdida de la conciencia étnica.

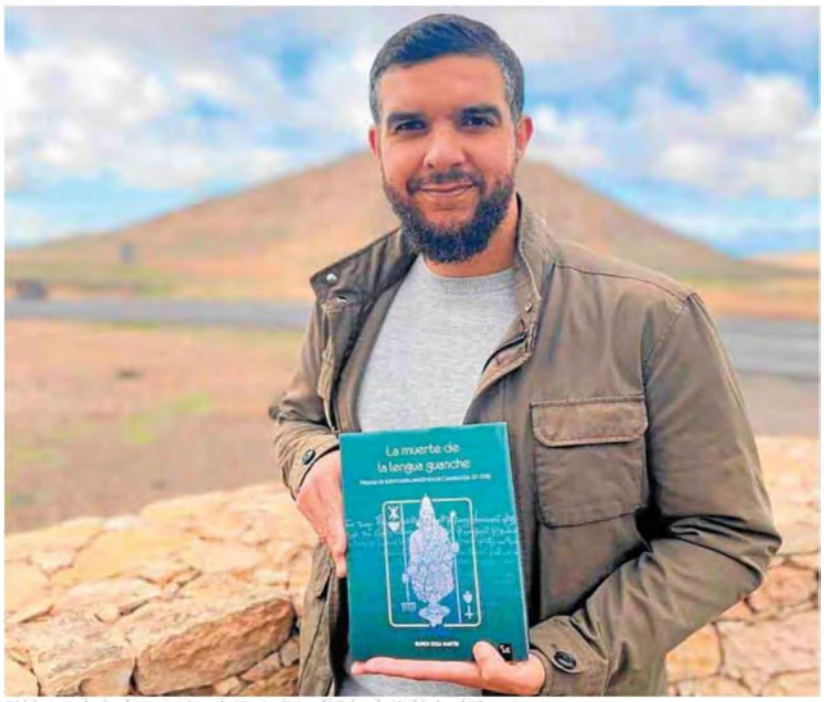
Rumen Sosa explora en su libro un pasado poco conocido con la finalidad de que el lector pueda comprender mejor el proceso de adaptación de la población indígena canaria tras la conquista castellana del siglo XV, analizando el proceso de sustitución lingüística que llevó a la desaparición de las variedades amazigh habladas por la población indígena.

Para Sosa, la lengua del poder de las élites de la nueva sociedad colonial y de los grupos humanos que habitaban Canarias, como portugueses, castellanos y moriscos, se impuso progresivamente extendiéndose durante tres o cuatro generaciones. «La lengua amazigh se asociaba a un mundo pagano, de menor desarrollo, que había sido sometido y cristianizado. Lo curioso es que en este proceso también existió un bilingüismo, con los indígenas sobre todo hablando dos lenguas: la suya y la impuesta», subraya. «Décadas después de la Conquista había hablantes aborígenes monolingües que no sabían castellano», agrega.

El día 18 tocará turno a Víctor Perera, Premio de Investigación Gregorio Chil y Naranjo en 2021 que convoca El Museo Canario con el apoyo de la Fundación Cajasiete-Pedro Modesto Campos, quien hablará de la toponimia indígena y más concretamente al caso de Artebirgua, topónimo utilizado para una demarcación que hace referencia a un distrito de recolección del diezmo del grano que se realizaba entre los vecinos que correspondían a dicha zona.

Para el investigador, «el vocablo tiene varias acepciones, una es el lugar físico dónde se deposita el grano recaudado, pero también la que hace referencia a los mencionados distritos de recolección. No es un término indígena sino castellano, pero en el caso de la Cilla de Artevirgo, este distrito de recolección incluiría los territorios de Acusa, Artenara y Artevirgo propiamente dicho», señala Perera, para quien la microtoponimia indígena fue la más afectada tras el proceso de la conquista y posterior colonización. Según Perera «la toponimia recrea la historia, tenga el origen que tenga. Ofrece información de las familias, de la vegetación, de las costumbres, de las creencias religiosas, y en cuanto a la indígena, por su escasez implica más valor lo que de ella se pueda rescatar».

Finalmente, el día 25 de abril, el catedrático y académico Gonzalo Ortega, que ha publicado como autor o en coautoría varios diccionarios de regionalismos canarios, amén de otras obras de carácter teórico, se detendrá en el español de Canarias en su conferencia que ha titulado '¿Hablamos bien los canarios?'. Ortega es de la opinión que nuestra variedad idiomática insular es seguramente la más exhaustivamente estudiada de todo el mundo hispánico, aunque matiza que es preciso «abordar la historia de nuestro dialecto con mayor sistematicidad, insistiendo en trabajos de corte gramatical, ya que la fonética y el léxico han resultado hasta ahora atendidos en su abordaje», explica Ortega, quien asegura que «el español de Canarias no corre el menor riesgo de perderse».



El historiador y docente Rumén Sosa abre el ciclo el día 11 de abril. C7

«El español de Canarias no corre el menor riesgo de perderse», asegura el catedrático y académico Gonzalo Ortega

HOY

Publicación	Hoy Badajoz, 19	Fecha	03/04/2026
Soporte	Prensa Escrita	País	España
Circulación	12 667	V. Comunicación	1 642 EUR (1,893 USD)
Difusión	11 444	Tamaño	62,38 cm² (10,0%)
Audiencia	38 000	V.Publicitario	511 EUR (589 USD)

Dossier de prensa unacc

Fundación Cives organiza una jornada sobre memoria democrática

REDACCIÓN

MÉRIDA. Fundación Cives, junto a la Diputación de Badajoz y la Secretaría de E stado de Memoria Democrática, organiza una jornada de reflexión, debate y convivencia con la comunidad educativa sobre los retos que debe abordar la memoria democrática en el ámbito escolar. Durante la cita, que se celebrará los días 17 y 18 de abril en la sede financiera de Cajalmendralejo en Badajoz, se pondrá en valor la educación en democracia frente a la educación en dictadura, a través de la visión y las voces del alumnado, profesorado y personas expertas en este ámbito.

La jornada comenzará a las 16.30 horas con el acto inaugural, de la mano del secretario de Estado de Memoria Democrática, Fernando Martínez López; la presidenta de la Diputación de Badajoz, Raquel del Puerto, y el presidente de la Fundación Cives, Victorino Mayoral. El evento continuará con la conferencia 'La educación en dictadura y en democracia. Muerte y recuperación de una esperanza', a cargo de Alejandro Tiana Ferrer, catedrático de Teoría e Historia de la Educación en la Universidad Nacional de Educación a Distancia y exsecretario de Estado de Educación (2018-2022).

Durante la segunda jornada del evento, se llevará a cabo un memorial por las víctimas de Badajoz (agosto 1936) a través de la voz del cantautor Luis Pastor Rodríguez y del escritor e historiador Justo Vila Izquierdo.

Una de las piezas angulares de este evento serán los dos diálogos educativos para la convivencia y la memoria democrática que llevarán a cabo alumnado y profesorado de seis centros de Secundaria de municipios de la provincia.

LA RAZÓN

Publicación	La Razón Tu Economía, 7	Fecha	05/04/2026
Soporte	Prensa Escrita	País	España
Circulación	40 667	V. Comunicación	132 363 EUR (152,484 USD)
Difusión	37 894	Tamaño	210,28 cm² (39,8%)
Audiencia	122 000	V.Publicitario	24 369 EUR (28 074 USD)

Dossier de prensa unacc

Hacia una banca más ágil: el plan para liberar 2,8 billones

▶La Asociación de los Mercados Financieros en Europa propone un marco simplificado

Cristina Ruiz MADRID

Tras más de una década de reformas regulatorias destinadas a estabilizar el sistema financiero global tras la crisis de 2008, la banca europea ha alcanzado niveles de resiliencia sin precedentes. Sin embargo, esta solidez ha venido acompañada de una «complejidad burocrática» que, según un reciente informe de la Asociación para los Mercados Financieros en Europa (AFME), está lastrando la competitividad del continente y su capacidad para financiar las transiciones verde y digital.

El sistema actual se describe como un marco de «legado» excesivamente complejo, donde se han acumulado capas de requisitos de capital, supervisión y resolución a menudo duplicados. Mientras que en Estados Unidos el marco de capital operativo se compone de solo tres capas uniformes, un grupo bancario transfronterizo en la UE puede enfrentarse a hasta 86 requisitos distintos, dependiendo de los países en los que opere.

Esta «complejidad vertical y horizontal» genera ineficiencias costosas. Los datos de la Autoridad Bancaria Europea (EBA) indican que los bancos de la UE mantienen ratios de capital Tier 1 del 17,7%, muy por encima de los niveles óptimos estimados por diversos estudios, situados entre el 10% y el 15%. AFME advierte de que superar estos niveles genera «rendimientos decrecientes», donde el beneficio de la protección adicional contra crisis ya no justifica el sacrificio en términos de crecimiento económico. Para solucionar este solapamiento, AFME propone una simplificación del marco en tres niveles o «capas» claras: mínimo obligatorio (Pilar 1), la base de seguridad común e inalterable para todos los bancos; protección macroprudencial, enfocada en riesgos sistémicos, y supervisión personalizada (microprudencial), que agrupa las exigencias específicas para cada banco según su riesgo individual. La innovación aquí es integrar el colchón de conservación de capital en este nivel para que sea realmente «usable» durante las crisis sin sanciones automáticas, emulando la flexibilidad estadounidense.

EFE



Los bancos europeos mantienen elevados ratios de capital

El impacto de esta reforma no sería solo administrativo. La Asociación para los Mercados Financieros en Europa estima que su propuesta liberaría capital suficiente para generar aproximadamente 2,8 billones de euros en préstamos adicionales a la economía real. Asimismo, el coste de capital para los bancos de la UE se reduciría en unos 62 puntos básicos en promedio, siendo las entidades menos significativas (LSIs) las más beneficiadas con una caída de 132 puntos básicos.

Para asegurar que estas reglas sigan siendo eficaces, AFME propone crear un «Foro Bancario de la UE». Este organismo coordinaría a las autoridades micro y macroprudenciales para evaluar el impacto operativo y la demanda de capital de sus decisiones de forma holística, evitando que las capas de requisitos vuelvan a acumularse de forma inconsistente.

En conclusión, el informe sugiere que Europa no debe comprometer su resiliencia, pero sí «adaptar sus reglas» para que el sector bancario deje de ser un acumulador pasivo de capital y se convierta en el motor activo que la economía europea necesita para su transformación futura.

ACTUALIDAD ECONÓMICA

Publicación	El Mundo Actualidad Económica, 32	Fecha	05/04/2026
Soporte	Prensa Escrita	País	España
Circulación	162 334	V. Comunicación	105 532 EUR (121,574 USD)
Difusión	145 603	Tamaño	458,00 cm² (80,5%)
Audiencia	487 000	V.Publicitario	26 973 EUR (31 073 USD)

Dossier de prensa unacc

MACRO

El problema no era el ladrillo

Modificar el patrón inversor por sí solo no garantiza un cambio de modelo económico con mejores resultados, hacen falta pasos previos



Víctor Ausín*

Durante años, el diagnóstico parecía claro: el exceso de ladrillo nos hacía menos productivos, distanciándonos de los principales socios europeos. Sin embargo, los datos más recientes de Contabilidad Nacional cuestionan esta idea. Para entenderlo, conviene mirar brevemente hacia atrás. Entre 1964 y 1980, la economía española se encontraba en plena fase de desarrollo, mientras el país transitaba de la dictadura a la democracia. Durante este ciclo, el esfuerzo inversor –la ratio de inversión sobre PIB– fue elevado y se situó en torno al 25,5% del PIB. La construcción de vivienda y, en menor medida, de infraestructuras representaban conjuntamente cerca del 60% del total. En relación con su composición –construcción, maquinaria y conocimiento– la inversión en maquinaria y en conocimiento suponían el 34% y el 8% del esfuerzo, respectivamente. Crecer era construir.

A partir de los 80, el guion cambió. La entrada en Europa y la reconversión industrial catalizaron el proceso de modernización de la economía española. Entre 1980 y 1999 se redujo la inversión en vivienda y, con ello, el esfuerzo inversor, que pasó a situarse en torno al 23% del PIB. Sin embargo, el peso de la construcción se mantuvo en el entorno del 60%, compensado por la modernización de las infraestructuras. En paralelo, empezaba a emerger una señal de cambio: una parte de la inversión en maquinaria –alrededor de dos puntos porcentuales– empezó a desplazarse hacia activos intangibles.

Invertir más en conocimiento y menos en construcción no implica converger con la UE

En España, ahorro disponible y oportunidades de inversión no están alineados

El tercer acto, entre 1999 y 2018, consolidó el esfuerzo inversor en torno al 23% del PIB, pero alteró su composición. La entrada en el euro, los bajos tipos de interés y la abundancia de crédito impulsaron un intenso ciclo inmobiliario que elevó la inversión en vivienda, seguido de un prolongado ajuste en inversión pública. Aun así, el peso de la construcción se mantuvo en torno al 60%, mientras la inversión en conocimiento continuó ganando terreno hasta alcanzar el 14%, en detrimento de la maquinaria.

A partir de 2018 se inicia el actual ciclo inversor, que marca un punto de inflexión. En primer lugar, el esfuerzo inversor se reduce de forma significativa hasta situarse en torno al 20% del PIB. En segundo lugar, cambia su composición: la inversión en conocimiento se aproxima ya al 25% del total, mientras que la construcción –vivienda e infraestructuras– reduce su peso hasta el 50%. En resumen, el nuevo ciclo reduce el volumen de inversión y lo redistribuye de forma que el ladrillo pierde peso en beneficio del conocimiento. Paradójicamente, este nuevo patrón inversor, más cercano al modelo europeo, no parece haber impulsado de forma diferencial la convergencia real con la UE. Entre 2018 y 2025, el PIB per cápita relativo de España apenas ha pasado del 91,2% al 91,3% del promedio de la UE. El problema, por tanto, no era el ladrillo, así que conviene analizar por qué no es oro todo lo que reluce.

En este sentido, el nuevo patrón inversor convive con un saldo superavitario por cuenta corriente, incluso durante la actual fase expansiva. Esto implica que la economía española ahorra más de lo que invierte. Detrás de esta anomalía hay un diagnóstico incómodo: sobran recursos financieros y faltan proyectos suficientemente rentables. En otras palabras, existe un problema de emparejamiento o *matching* entre el ahorro disponible y las oportunidades de inversión. Para resolver ese problema de *matching* se requiere enfrentar un doble reto.

El primer reto es de capital humano. La inversión en activos intangibles –I+D+i, *software*, equipos TIC o propiedad intelectual– solo genera valor si existen trabajadores capaces de aprovecharlos, una idea ya subrayada por Lucas (1990). Sin embargo, el mercado laboral español sigue mostrando dificultades para cubrir posiciones de alta cualificación. El riesgo es evidente: aumentar la inversión en intangibles sin mejorar las capacidades de la fuerza laboral puede traducirse en rendimientos decrecientes. Por el contrario, alinear el capital humano con el nuevo patrón inversor elevaría la productividad y aumentaría la rentabilidad de los proyectos.

El segundo reto es financiero. Por un lado, el sistema bancario español ha venido especializándose con reconocido éxito en la financiación de inversión en activos reales, como viviendas o infraestructuras. Sin embargo, la financiación de activos intangibles plantea nuevos retos: son más difíciles de valorar, ofrecen menos garantías y requieren asumir más riesgo. Por otro lado, la regulación bancaria actual descansa en la garantía real. Todo ello, dificulta la financiación de intangibles, justo cuando más relevante se vuelve. Para superar este obstáculo, será necesario desarrollar instrumentos que permitan gestionar mejor el riesgo, como avales públicos o sistemas de ratings independientes que faciliten la canalización del ahorro hacia este tipo de inversiones.

El paso del ladrillo al conocimiento marca una transformación relevante, pero modificar el patrón inversor por sí solo, no garantiza un cambio de modelo con mejores resultados. El éxito dependerá de la capacidad para adaptar nuestras instituciones, nuestro capital humano y nuestro sistema financiero al nuevo patrón inversor. Sin ese paso adicional, corremos el riesgo de quedarnos a medio camino. Porque el problema nunca fue solo el ladrillo, sino las limitaciones de la economía para transformar la inversión en productividad, rentabilidad y crecimiento. ■

* ***Víctor Ausín*** *es técnico comercial y economista del Estado y profesor del IE.*

EL PAÍS NEGOCIOS

Publicación	El País Negocios, 15	Fecha	05/04/2026
Soporte	Prensa Escrita	País	España
Circulación	281 667	V. Comunicación	169 571 EUR (195,348 USD)
Difusión	252 669	Tamaño	346,28 cm² (55,4%)
Audiencia	845 000	V.Publicitario	46 940 EUR (54 076 USD)

Dossier de prensa unacc



Raimundo Morales, consejero delegado de Yape. YAEL ROJAS

La aplicación que planta cara al efectivo en Lima o en La Paz.

Yape, un monedero digital creado por el Banco de Crédito del Perú, gana terreno en la región andina y ya suma más de 19 millones de usuarios

Por **Stefania G. Arias**

Los taxistas en Lima ya no llevan cambio. Los conductores de aplicaciones como Uber o Cabify, tampoco. No llevan datáfonos ni prefieren los pagos dentro de las aplicaciones financieras. Lo que esperan es que sus clientes saquen su teléfono y les *yapeen*, es decir, que entren a una billetera electrónica llamada Yape y les hagan una transferencia escaneando un código QR o tecleando su número de móvil.

"El 70% de lo pagos que recibo son a través de Yape", asegura Ronal Sarabia, un conductor limeño que opera con la aplicación de transporte de pasajeros InDrive. "La ventaja es que así ya no me dan un billete o moneda falsos. Antes, eso me pasaba mucho cuando trabajaba de noche", explica mientras conduce por la capital peruana. "Además, se volvió una necesidad porque muchos pasajeros ya no pagaban en efectivo y me decían: 'Señor, hágase su Yape para pagarle por ahí'", recuerda.

En la tienda de barrio, la lavandería, el autobús urbano y hasta el dentista, *yapear* se ha vuelto la opción más popular para realizar pagos. La billetera móvil más usada de Perú salió al mercado en 2016 y, casi una década después, suma más de 16 millones de usuarios en un país donde la población económicamente activa es de poco más de 17 millones. La aplicación también es la más utilizada en Bolivia, donde incursionó en 2023. Allí, más de tres millones de los cinco millones de bolivianos económicamente activos hacen sus compras con ella.

Si bien han surgido servicios similares como Plin o izipayYA, a Raimundo Morales, gerente general de Yape, no le preocupan. "Nuestra competencia es el efectivo", afirma desde la sede central del Banco de Crédito del Perú (BCP), en el exclusivo distrito de La Molina, donde Yape ocupa un ala de la planta baja. "Yape es el segundo producto que lanzó el Centro de Innovación del BCP. Cuando nace, el 2% o 3% del número total de pagos se hacía a través del sistema financiero y el 98% restante, al contado. Entonces, dijimos: en vez de hacer una solución para aumentar nuestra participación de mercado frente a los otros bancos, hagamos una solución que ayude a capturar los pagos en efectivo. Y esa ha sido nuestra visión", explica.

Solo seis de cada 10 adultos peruanos tienen algún tipo de cuenta en el sistema financiero, según datos del Instituto Nacional de Estadística e Informática. Yape calcula que ha ayudado a que más de cinco millones se integren a la banca. El sector también ha puesto de su parte en los últimos años, con cuentas sin coste de mantenimiento, tarjetas de débito gratuitas y la posibilidad de abrirlas en cuestión de minutos, tanto por internet como directamente en máquinas ubicadas junto a los cajeros automáticos. Si bien ha habido progreso (en 2019 eran cuatro de cada 10 los peruanos con cuentas bancarias), aún hay factores que obstaculizan el acceso, como la informalidad laboral, que supera el 70%.

A diferencia de competidores locales como Plin o el servicio español Bizum, a Yape no se accede a través de la aplicación de un banco: es una *app* autónoma. Los clientes del BCP, el banco más grande del país, pueden enlazar su cuenta corriente a Yape, aunque un 40% de los usuarios prefiere afiliarse solo con su número de DNI y darle efectivo a amigos y conocidos para que se lo *yapeen*, explica Morales, quien cree que esta independencia es lo que ha contribuido al éxito del proyecto. "Fue una discusión que tuvimos: 'Oye, ¿pero para qué una aplicación nueva? Es más gasto, más inversión'. Pero teníamos esa mirada de: 'Oye, tenemos que incluir financieramente a más personas. Creemos algo diferente, más sencillo", explica. "Para que reemplazara al efectivo, tenía que ser una aplicación muy fácil de usar, donde te afiliaras en uno o dos minutos, y que solo funcionara para hacer y recibir *yapeos*, no para 18 cosas más".

Desde Yape afirman que se realizan 66 transacciones al día por cada usuario o *yapero*. La adopción ha sido tal que su nombre se ha convertido en verbo. "Mucha gente piensa que se hizo un estudio de mercado, pero la realidad es que fue una discusión donde distintas personas del equipo fueron planteando nombres", recuerda Morales. Al final, quedó Yape, un término popular peruano que procede de "ya pues", una especie de "por favor" cuando se está pidiendo algo con insistencia, como: "Ya pe, págame".

Yape asegura mover unos 11.000 millones de euros cada mes de particulares y empresas. Algunos lo utilizan a regañadientes, como John Vásquez, propietario de un local de emolientes, una bebida tradicional peruana hecha con hierbas, cereales y frutas. "Yo preferiría que la gente pagase con efectivo, porque dicen que Sunat [el equivalente a la Hacienda española] ahora va a fiscalizar lo que recibas por Yape. Y los impuestos son demasiado altos para mis precios tan bajos", lamenta.

"Así ya no me dan billetes o monedas falsas", asegura un taxista peruano

El sistema ha ayudado a la integración financiera de millones de ciudadanos

Comisiones y créditos

El ingreso principal de Yape viene de las comisiones que pagan los grandes comercios y empresas de servicios. "Por otro lado, dado que ya tenemos información de millones de *yaperos* que no trabajaban con el sistema financiero, podemos estimar sus ingresos y prestarles dinero con condiciones mucho más favorables que las que conseguirían en el mundo informal, que es la alternativa que tienen hoy", afirma Morales. Son préstamos pequeños que comienzan en los 50 soles (unos 13 euros) y que pueden escalar hasta los 10.000 soles (unos 2.500 euros) para los usuarios que han demostrado ser responsables con sus deudas. "Tenemos 1,8 millones de préstamos todos los meses. Ya se los hemos dado a más de cuatro millones de personas y lo mejor es que más de un millón nunca habían accedido a un crédito del sistema financiero, y este número crece todos los meses", afirma el gerente de Yape.

La empresa espera que los créditos pronto superen a las comisiones como mayor fuente de ingresos. La compañía es rentable desde el segundo trimestre de 2024, cuando alcanzó el punto de equilibrio con una facturación de unos 36 millones de euros. "Hay que manejarlo muy responsablemente, porque no queremos sobreendeudar a la gente. Así que va creciendo progresivamente", asegura Morales. "No queremos tener *yaperos* con alta morosidad porque destruiríamos esa lógica de inclusión y de educación financiera que hemos venido construyendo".

En su coche, el conductor Ronal Sarabia cuenta que ha recurrido a créditos de Yape para "emergencias" más de una vez. "Pido 200 soles y devuelvo unos 215 un mes después, no es mucho. Te lo dan rápido. Antes tenía que ir a la oficina del banco a solicitar un préstamo y alguna vez me lo han negado", relata mientras conduce del distrito de Miraflores al de Barranco, en un viaje por el que recibirá diez soles (unos 2,5 euros). Sarabia admite que aún es necesario llevar algo de efectivo para los turistas —aunque el BCE trabaja en una opción pensada para ellos en 2026— y para los clientes "chapados a la antigua". Pero al llegar al destino y ver que la pasajera saca una cartera, se apresura a decir: "Ay, perdón..., ¿podría pagar con Yape?".

El Periódico de Cataluña

Publicación	El Periódico de Cataluña Activos, 7
Soporte	Prensa Escrita
Circulación	94 697
Difusión	74 788
Audiencia	177 000
Fecha	05/04/2026
País	España
V. Comunicación	109 141 EUR (125,732 USD)
Tamaño	509,08 cm² (81,7%)
V.Publicitario	22 079 EUR (25 435 USD)

Dossier de prensa unacc

Personas



Ignacio Zunzunegui, Head of Growth de Revolut en el sur de Europa y Latinoamérica. | 'activos'

Ignacio Zunzunegui

Head of Growth de Revolut en el sur de Europa y Latinoamérica. El directivo reflexiona sobre la carrera que libra su fórmula con la gran banca, el horizonte de ofrecer hipotecas y la importancia que tiene para Revolut el mercado español, tercero en número de clientes y con 1.600 empleados.

«Hemos tomado la decisión de ir con los pies de plomo en el crédito»

JAIME MEJÍAS

—¿Qué balance haces de los resultados de 2025?
— La principal conclusión que sacamos es que la banca se puede hacer de otra manera. No todo tiene que girar en torno al crédito: normalmente, el 70% de los ingresos de un banco vienen de los créditos, pero para nosotros es solo el 22%. Hemos demostrado que se puede tener un modelo mucho más eficiente en capital y a la vez rentable.

—¿Continúan sintiéndose cómodos en la categoría de neobanco?
— Según cómo lo vea cada uno. Si implica una manera diferente de hacer banca, entonces sí. Estamos reinventando lo que hace la banca, con más eficiencia, mejor experiencia y una escalabilidad infinitamente más rápida. Pero no somos un banco pequeño. Tenemos seis millones de clientes en España y esperamos llegar a los 10 millones en 2028, lo que nos pondría de tú a tú con un BBVA o un Santander en este sentido. Y los resultados nos avalan: 6.000 millones de dólares [unos 5.300 millones de euros] en ingresos totales es un aumento del 46% desde el año pasado, un beneficio bruto de 2.300 millones de dólares [unos 2.000 millones de euros]... Son magnitudes muy parecidas a las de los grandes bancos.

—¿Qué tipo de relación tienen con la banca tradicional?
— Nosotros vemos la coexistencia como una carrera, y el BBVA o el Santander nos llevan 100 años de ventaja. Pero creo que es un poco cortoplacista mirar solo la diferencia, hay que mirar la velocidad. A nivel mundial, hemos crecido el 30% en clientes , en España, el 45%. En cuanto a depósitos, estos han ido creciendo a un ritmo del 75% año a año, y somos el mercado en España con más depósitos en la cuenta remunerada, con 3.000 millones de euros. Aún nos quedan muchos pasos que dar... Pero la cuestión no es si llegará, la cuestión es cuándo.

—¿Y con sus competidores?
— En este concepto de carrera, todo lo que hagamos en esta nueva categoría conlleva ampliarla y dar a conocer este nivel de productos. Cuando Trade Republic gana un cliente, no lo vemos como algo negativo. Al revés, vemos que estamos cambiando de verdad el paradigma. Si sumamos a todos los *players*, hablamos del 30% o el 40% de penetración en el mercado. De Trade Republic podríamos aprender, por ejemplo, el funcionamiento de su plataforma de inversión, porque comenzaron con ella y están muy bien posicionados en esa pata.

—¿Qué cambio notaron tras recibir el IBAN español en 2023?
— Uno muy grande, sobre todo en confianza. Esta se construye a través de tres patas: la regulación, porque al cliente le da mucha tranquilidad saber que te supervisa el Banco de España; lo que dice la gente de ti, porque, si tu hermano, tu cuñado o tu amigo te recomienda Revolut, es mucho más probable que te fíes, y, por último, la construcción de marca. Con estas tres variables, hoy vemos que España crece más rápido que en 2025 e infinitamente más que en 2024. Esas capas de confianza hacen que la máquina funcione mucho más rápido.

> «La banca tradicional nos lleva 100 años de ventaja. No hay que mirar solo la diferencia, hay que mirar la velocidad»

—¿Cuál es la importancia de España para Revolut, empezando por las nuevas oficinas en Madrid y Barcelona?
— Hasta el momento, España es el mercado que mejor adopción de producto ha tenido en todo el universo Revolut. La gente nos utiliza en su día a día y es el segundo mercado con más volumen de depósitos de clientes a nivel mundial, después del Reino Unido, que tiene más del doble de clientes. A nivel de empleados, ya contamos con 1.600 en España, con dos oficinas. Cabe citar, especialmente, que en Barcelona está nuestro *hub* tecnológico, y esto demuestra el rol tan importante que España está jugando en el crecimiento y en la innovación de producto.

—¿Por qué confía tanto en Revolut el cliente español?
— Si mira la impresión de los clientes sobre varios sectores, la banca siempre está entre los tres últimos. En 2008, el sector sufrió una crisis que sigue teniendo impacto, pero también juega un papel importante el modelo de negocio. Cuando empieza la relación con un banco, parece que todo es muy bonito, rosita, y luego, a medida que lo vas conociendo, es como una relación tóxica que te está costando más dinero del que pensabas. Y ahí es donde creo que nosotros entramos como una bocanada de aire fresco.

—¿Qué horizonte se fijan a la hora de ofrecer hipotecas?
— Hasta que no tengamos los resultados de las pruebas en Lituania, Irlanda y Francia, no podemos decir nada. Es un producto muy complejo, con una regulación totalmente diferente. Por eso hemos tomado la decisión estratégica de ir con pies de plomo. Es muy fácil acelerar crédito, pero también es muy fácil equivocarse y tener unos gastos de morosidad enormes. Esto va a llegar, pero cuando nosotros veamos que tiene sentido.

—Los patrocinios deportivos son muy importantes para Revolut. ¿Qué se puede contar de la pugna con CaixaBank por patrocinar al Barça?
— Tuvimos conversaciones al principio, pero no han avanzado. Los patrocinios deportivos son para nosotros una forma de construir la marca con una plataforma que resuena con el cliente final. En el caso del Como [el conjunto italiano entrenado por el exazulgrama Cesc Fàbregas], es un equipo que viene de abajo con un concepto muy diferente y ahora están cuartos en la liga. En Fórmula 1, vemos a Audi como el *player* nuevo que viene a reinventar. Esa es la visión que tenemos, patrocinios que congenien con nuestra marca.

—¿Qué productos les quedan aún en el tintero para España?
— España es, de lejos, el mercado más completo a nivel de propuesta. Uno de los mayores cambios fue conseguir Bizum, que era un elemento clave para crecer a nivel local. Tenemos también un plan más prémium, el Ultra, que ha sido un bombazo, cosa que no me esperaba. Y si quisiéramos completar la solución financiera, diría que las hipotecas.

La Opinión El Correo de Zamora

Publicación	La Opinión de Zamora General, 21	Fecha	05/04/2026
Soporte	Prensa Escrita	País	España
Circulación	5881	V. Comunicación	5 014 EUR (5,776 USD)
Difusión	4713	Tamaño	417,90 cm² (67,0%)
Audiencia	23 000	V.Publicitario	1388 EUR (1599 USD)

Dossier de prensa unacc

NARCISO PRIETO MARTÍN

Director de Comunicación de Caja Rural de Zamora

Caja Rural de Zamora vuelve a apoyar este evento organizado por LA OPINIÓN-EL CORREO DE ZAMORA, con el patrocinio, además, de Diputación Provincial, Freigel, Quesos El Pastor y la Universidad de Salamanca, junto con la colaboración de Veolia en esta edición, que se celebra el próximo 8 de abril.

«No somos solo una entidad financiera, sino un actor comprometido con el territorio»

B. B. G.

Cedida



Narciso Prieto, director de Comunicación de Caja Rural de Zamora.

— ¿Qué ventajas tiene desarrollar la vida profesional y personal en Zamora para los jóvenes?

— Zamora ofrece un equilibrio cada vez más valorado por los jóvenes: calidad de vida, cercanía y un coste de vida más accesible que en grandes ciudades. Es una provincia donde se puede desarrollar una carrera profesional sólida sin renunciar al bienestar personal. Además, hoy en día la digitalización ha reducido muchas barreras, permitiendo trabajar y emprender desde entornos más tranquilos. Aquí es más fácil acceder a vivienda, conciliar y construir un proyecto de vida estable.

— ¿En qué medida puede Caja Rural ayudar a que los jóvenes se asienten en la provincia?

— Caja Rural de Zamora juega un papel clave en este sentido. No somos solo una entidad financiera, sino un actor comprometido con el desarrollo del territorio. Somos una cooperativa de crédito con más de un siglo de historia, profundamente arraigada en la provincia, y eso marca nuestra forma de actuar. Facilitamos el acceso a financiación para vivienda, apoyamos el emprendimiento juvenil y promovemos oportunidades laborales. Además, al ser una cooperativa, reinvertimos nuestros beneficios en el territorio, lo que contribuye directamente a generar actividad económica y fijar población. Nuestro objetivo es acompañar a los jóvenes en todas las etapas de su vida, desde sus primeros proyectos hasta su consolidación personal y profesional.

— ¿Y a las empresas que están asentadas en esta tierra?

— Somos un aliado estratégico para las empresas zamoranas. Acompañamos a las empresas en todas las fases de su desarrollo: desde la puesta en marcha hasta su expansión. Trabajamos especialmente con pymes, autónomos y el sector primario, que es fundamental en nuestra provincia. También apoyamos la modernización y digitalización de los negocios, porque entendemos que el futuro pasa por la innovación. Además, ofrecemos un asesoramiento cercano y personalizado, adaptándonos a las necesidades concretas de cada proyecto. Nuestra presencia en el territorio nos permite conocer de primera mano la realidad de cada empresa y responder con agilidad. También colaboramos con iniciativas que fomentan el emprendimiento, la formación y la competitividad empresarial, porque creemos que el crecimiento de las empresas locales es esencial para el desarrollo de Zamora. Fortalecer el tejido empresarial local es clave para generar empleo estable y oportunidades, especialmente para los jóvenes, y contribuir así al crecimiento económico y social de la provincia.

> **Zamora es una provincia donde se puede desarrollar una carrera profesional sólida sin renunciar al bienestar personal**

— ¿Qué perfiles busca una entidad como Caja Rural para atraer a los jóvenes?

— Buscamos perfiles diversos, pero con una base común: formación, actitud proactiva y compromiso con el territorio. El sector financiero está en constante transformación, por lo que necesitamos personas con capacidad de adaptación, mentalidad abierta y ganas de aprender. Más allá de la formación, valoramos mucho la implicación y la vocación de servicio.

— ¿Qué tipo de jóvenes son los que entran a formar parte de Caja Rural?

— Se incorporan jóvenes con titulación, ganas de trabajar, aprender y crecer profesionalmente. Son personas comprometidas, responsables y con actitud positiva, que buscan desarrollar su carrera en un entorno cercano. También destacan por su capacidad de adaptación, su disposición para trabajar en equipo y su interés por ofrecer un buen servicio. En general, son jóvenes con iniciativa y con ilusión por formar parte de un proyecto estable.

— ¿Qué posibilidades de promoción hay una vez que se ingresa en Caja Rural?

— Las posibilidades de crecimiento son reales. Apostamos firmemente por la promoción interna y el desarrollo del talento. Contamos con planes de formación continua y de carrera profesional que permiten a los empleados evolucionar dentro de la entidad. De hecho, muchos de nuestros directivos han comenzado desde puestos base, lo que demuestra que existe un recorrido profesional claro dentro de la organización.

— El asentamiento de población no solo es importante en la capital, también en los pueblos. ¿Cómo está implantada ahí Caja Rural y qué significa para sus habitantes?

— Nuestra presencia en el medio rural es una de nuestras principales señas de identidad. Contamos con una amplia red de puntos de atención repartidos por toda la provincia, muchos de ellos en pequeños municipios donde otras entidades han desaparecido. Esto es fundamental, porque garantiza el acceso a servicios financieros y evita la exclusión bancaria. Pero, además, aportamos cercanía, confianza y apoyo directo a vecinos y negocios locales. En muchos pueblos, somos la única entidad financiera, lo que nos convierte en un pilar esencial para la vida económica y social.

— ¿Qué aportan eventos como «La Zamora que funciona»?

— Son iniciativas muy necesarias. Acercar a los jóvenes la realidad empresarial de Zamora es clave para romper la idea de que fuera siempre hay más oportunidades. Aquí hay empresas sólidas, innovadoras y con capacidad de generar empleo. Este tipo de eventos permiten conectar talento con empresas, fomentan el arraigo y generan ilusión. Desde Caja Rural, apoyamos este tipo de iniciativas, porque creemos firmemente en el potencial de la provincia y en el papel fundamental que tienen los jóvenes en su futuro.

— Para terminar, ¿cómo definiría el papel de Caja Rural de Zamora en la provincia?

— Desde nuestro modelo cooperativo, reinvertimos en el territorio con el objetivo de generar oportunidades, apoyar al tejido empresarial y fortalecer el entorno rural. Apostamos por un crecimiento sostenible, cercano y comprometido con las necesidades reales de las personas, las empresas y las instituciones. Nuestra labor va más allá de la actividad financiera: buscamos impulsar iniciativas que aporten valor, fomentar el emprendimiento, respaldar al sector primario y contribuir a fijar población en nuestros pueblos. Creemos firmemente en una banca de proximidad, que escucha, que entiende el entorno y que acompaña a sus clientes en cada etapa. En definitiva, somos una entidad comprometida con Zamora, con su presente y con su futuro, trabajando día a día para ser un apoyo sólido y un aliado estratégico en el desarrollo de la provincia. ■

Diario del Alto Aragón

Publicación	Diario del Alto Aragón General, 3	Fecha	05/04/2026
Soporte	Prensa Escrita	País	España
Circulación	5342	V. Comunicación	3 362 EUR (3,873 USD)
Difusión	4512	Tamaño	167,07 cm² (26,8%)
Audiencia	24 000	V.Publicitario	1015 EUR (1169 USD)

Dossier de prensa unacc

El Ayuntamiento sigue sin fecha para la apertura del nuevo 'Espacio Conexión'

El edificio albergará las dependencias de las entidades de Cadis Huesca, que siguen instaladas en el de Caja Rural

J. Arnal

HUESCA.-El Ayuntamiento de Huesca sigue sin fecha definitiva para la apertura del nuevo 'Espacio Conexión', en el barrio de San José, en la parte trasera de la residencia de mayores de Vitalia que se levantó en el antiguo solar de Textil Bretón. Esta nueva infraestructura, entre las calles Fuente del Ibón e Ingeniero Susín, acogerá espacios disponibles para los vecinos de esta zona de la ciudad y para el traslado de las entidades que integran la Coordinadora de Asociaciones de Personas con Discapacidad (Cadis).

No obstante, la misma alcaldesa de Huesca, Lorena Orduna, anticipó que se ha avanzado en la tramitación para su puesta en marcha. Para ello, detalló, se han tenido que realizar varios trámites urbanísticos, para la desafección del edificio, ya que es privado, una cesión de usos al consistorio que, asimismo, tiene que realizar los correspondientes registros.

"Por fin estamos desatascando" y "se van dando pasos y esperamos que la burocracia finalice más pronto que tarde para que Cadis pueda trasladarse a ese edificio". Es un "gran reto", la puesta en marcha de este edificio que, recordó, "va a tener varios usos muy importantes para la ciudad. La regidora prefirió no dar fechas pero, garantizó, que "va bien".



LAURA AYERBE

El futuro 'Espacio Conexión'

Esta decena de entidades llevan desde doce años en el edificio de Caja Rural de Aragón. Su traslado a este edificio permitiría al consistorio oscense ahorrarse el alquiler de 103.000 euros anuales que abona actualmente, a la vez que ofrecer a los usuarios de estas entidades unas nuevas y modernas instalaciones que son accesibles al cien por cien.

Según se avanzó en su momento, cuando estaban en marcha las obras, el edificio está configurado en dos plantas y un sótano, en la que se ubicarán almacenes. En la planta baja, de 300 metros, se ubicará el local de uso del barrio, que será polivalente como sala de lectura, biblioteca, zona de talleres y de formación y el resto del espacio será para uso de las asociaciones de Cadis.

En la primera planta, habrá dos grandes espacios para puestos de trabajo de las asociaciones, despachos y salas de reuniones. Además, el edificio dispone de una terraza en el piso superior que podrá utilizarse para la celebración de eventos y presentaciones. ●

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