

## **CaixaBank alcanza una cuota récord del 43% en banca digital tras la integración tecnológica**

- **La unificación comercial y tecnológica refuerza el liderazgo de CaixaBank en servicios financieros por móvil y web en España y dispara el crecimiento en cuota un 25% en un año, según los datos de Comscore.**
- **Por canales, la entidad consolida especialmente su posición como líder en banca móvil, con una cuota del 42,5%, reforzada por el alto volumen de uso de las ‘apps’ CaixaBankNow e imagin.**

**1 de febrero de 2022**

La integración tecnológica de Bankia dispara el liderazgo de CaixaBank en banca digital. De acuerdo con los datos de Comscore correspondientes a diciembre de 2021, con la información completa sobre todo el ejercicio anual, CaixaBank se ha situado en un 43% en penetración en banca digital, el mayor dato conseguido por la entidad en su historia y un 25% por encima de los datos del año anterior.

Las mediciones de Comscore, que estiman el número de usuarios de los servicios de banca digital (móvil y web) por entidades en España, posicionan a CaixaBank como líder destacado del sector, con 18 puntos porcentuales por encima del siguiente competidor.

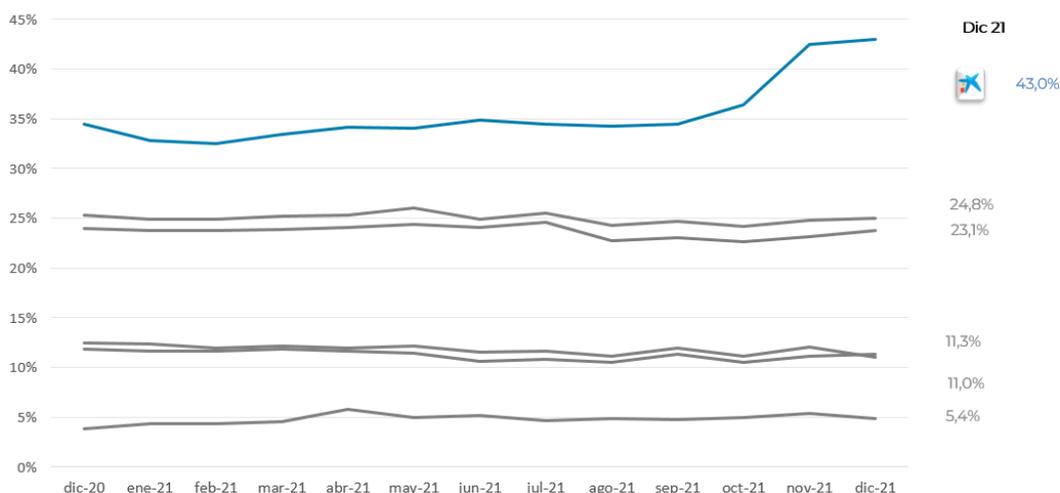
Por canales, CaixaBank ha consolidado especialmente su posición como primera entidad en uso de la banca móvil, con una cuota de penetración en diciembre del 42,5%, lo que supone un aumento anual del 31%. El liderazgo en banca móvil viene reforzado por las altas cuotas de uso de CaixaBankNow, que en diciembre se ha situado en el top-20 de las aplicaciones más populares de España, según el ranking de Comscore, en un volumen equivalente a otras como Google Drive, Microsoft Outlook, Spotify o Amazon.

Asimismo, en el liderazgo de CaixaBank en banca móvil desempeña un importante papel imagin, que ofrece, exclusivamente a través de la *app* móvil un amplio abanico de servicios y contenidos financieros y no financieros.

En cuanto a la evolución de los usuarios que acceden a la entidad vía web, según los datos de Comscore, CaixaBank también se mantiene como primera entidad del sector, con una cuota del 33,5% y un incremento anual del 16,31%.

**PENETRACIÓN - TOTAL BANCA DIGITAL- 13 últimos meses**

Evolución del porcentaje de usuarios de e-banking que accede a cada entidad por dispositivos móviles y web.


**CaixaBank, líder en innovación**

La tecnología y la digitalización son clave en el modelo de negocio de la entidad, que cuenta con un porcentaje de clientes digitales del 73,1%.

Gracias a su estrategia de transformación digital, CaixaBank se ha situado entre los bancos mejor valorados del mundo por la calidad de sus productos y servicios digitales, habiendo recibido por primera vez en su historia el máximo galardón nacional que otorgan las tres principales publicaciones económicas sectoriales internacionales -“Banco del Año 2021 en España”, por *The Banker*, “Mejor Banco en España 2021”, por *Global Finance*, y “Mejor Banco en España 2021” por *Euromoney*, al que se suma el de “Mejor Transformación Bancaria en el Mundo 2021”-.

La entidad también ha recibido este año múltiples reconocimientos en el ámbito de la banca digital y de la innovación, como el de “Banco más Innovador del Mundo 2021” en los premios *EFMA & Accenture*; o los de “Entidad financiera más innovadora en Europa Occidental 2021”, “Mejor banco digital en banca de particulares en España 2021”, “Mejor diseño web en banca de particulares en Europa Occidental 2021” y “Mejor aplicación móvil en banca de particulares en Europa Occidental 2021”, por parte de *Global Finance*.

En el ámbito de la banca privada, CaixaBank ha sido elegida “Mejor entidad de Banca Privada en análisis de Big data e Inteligencia Artificial en Europa 2021” por la revista británica *PWM* (Grupo Financial Times) y “Entidad de Banca Privada más Innovadora de Europa Occidental” en los *Best Private Bank Awards 2022* de *Global Finance*.

### 3,7 millones de *imagers*

imagin es una plataforma de estilo de vida impulsada por CaixaBank que ofrece servicios digitales, financieros y no financieros, que ayudan a sus usuarios en su vida diaria y en sus proyectos de futuro. Actualmente cuenta con una comunidad de 3,7 millones de usuarios, una cifra en continuo crecimiento gracias a la amplia oferta de contenidos y servicios –buena parte, de acceso gratuito-, la facilidad de registro y la creación de diversos niveles de vinculación, que, a diferencia de los bancos tradicionales, no necesariamente implican el alta como cliente financiero.

Los contenidos digitales de imagin se organizan en torno a seis grandes verticales: música (imaginMusic), videojuegos (imaginGames), tendencias (imaginCafé), tecnología (imaginShop), sostenibilidad (imaginPlanet) y solidaridad (imaginChangers). Asimismo, imagin ofrece experiencias y ventajas especiales en ámbitos como los viajes o la movilidad urbana.

Además, la aplicación imagin desarrolla una oferta de productos financieros para cubrir las necesidades de ahorro y de financiación de los jóvenes que han entrado en la edad adulta y que empiezan a tener sus primeros ingresos y sus propios proyectos de estilo de vida.

En todos los casos, imagin mantiene las características que le han convertido en líder bancario 100% digital: operativa *mobile only* (los servicios se prestan exclusivamente a través de la app, sin oficinas y sin web, que cumple solo funciones informativas), sin comisiones para el usuario y con un lenguaje propio, sencillo y claro, especialmente adecuado para una comunicación directa con los jóvenes.