

*Dades presentades en l'estudi FRS Inmark 2017*

## **CaixaBank es consolida com l'entitat financera líder en el segment de joves i gent gran**

- **L'entitat ha passat de ser percebuda com el millor banc per a joves pel 33,5% dels clients enquestats al 59,7% actual, distanciant-se en gairebé un 20% respecte a l'immediat competidor.**
- **CaixaBank augmenta fins al 26,7% la seva quota de mercat com a banc principal dels espanyols (+100 punts bàsics respecte el 2016) i un 10% per sobre de la quota mitjana de la resta d'entitats.**

**Barcelona, 25 de gener de 2018**

CaixaBank es consolida com el banc principal de les famílies a Espanya, amb una quota de mercat del 26,7% (+100 punts bàsics respecte el 2016) i un 10% per sobre de la quota mitjana de la resta d'entitats, segons l'últim estudi sobre el comportament financer dels particulars a Espanya, publicat recentment pel FRS Inmark.

Per tant, actualment una mica més d'un de cada quatre espanyols tenen com a referència l'entitat presidida per Jordi Gual i el conseller delegat de la qual és Gonzalo Gortázar.

CaixaBank també és líder en penetració de banca de particulars, amb una quota de mercat del 29,5%, més de 150 punts bàsics per sobre dels resultats del 2016. Es tracta del millor registre obtingut per CaixaBank en els estudis del FRS des de l'any 2007.

Per grups d'edat, CaixaBank ha reforçat el seu lideratge en diverses franges d'edat, amb un fort creixement en els segments de joves i gent gran. Especialment destacat és l'increment a la franja d'edat dels 18 a 30 anys, on CaixaBank és l'entitat especialitzada millor percebuda pel 66,4% del públic enquestat. Al mateix temps, amplia el seu lideratge en el segment de joves fins a aconseguir un reconeixement de líder entre clients del 59,7%, 15,5 punts percentuals més que l'any anterior.

El principal impuls en aquest col·lectiu es va iniciar el 2015, any en el qual es va llançar imaginBank, el primer banc només mòbil per a *millennials*, que ja supera el mig milió de clients. Des de llavors, CaixaBank ha passat de ser percebut com el millor banc per a joves pel 33,5% dels clients enquestats al 59,7% actual, distanciant-se en gairebé un 20% respecte a l'immediat competidor.

entre clients...	2017	variación 2017/2016
	59,7%	+15,5 p.p.
Peer 1	38,1%	+3,1 p.p.
Peer 2	37,6%	+14,1 p.p.
Peer 3	37,3%	+4,7 p.p.
Peer 4	30,0%	-10,5 p.p.
Peer 5	28,4%	+1,7 p.p.
Peer 6	20,4%	+3,7 p.p.
Peer 7	17,4%	-5,1 p.p.
Peer 8	8,1%	-0,7 p.p.



En el segment de persones majors de 60 anys, CaixaBank manté el seu lideratge i incrementa la seva percepció com a banc especialitzat entre els enquestats fins al 38,4% des del 30,8% anterior. CaixaBank es manté en primera posició del rànkung d'entitats escollides pels clients d'aquest target amb el 35,4% de penetració, 13,3 punts percentuals més que en l'exercici de 2016.

entre clientes...	2017	variación 2017/2016
	35,4%	+ 13,3p.p.
Peer 1	31,8%	+ 0,4p.p.
Peer 2	23,6%	-4,7 p.p.
Peer 3	23,2%	+ 2,1p.p.
Peer 4	22,4%	+ 3,4p.p.
Peer 5	20,4%	+ 3,4p.p.
Peer 6	19,6%	-9,7 p.p.
Peer 7	16,2%	-2,8 p.p.
Peer 8	8,6%	+ 0,1p.p.



### **Lideratge en productes de finançament**

Per productes comercials, CaixaBank se situa en primera posició en la comercialització de productes de finançament, amb un 21,5% de quota total.

Aquesta primera posició global es basa en el major nombre de préstecs hipotecaris (21,6% del total), préstecs preconcedits (23,8% del total) i préstecs personals (20,6% del total). Al mateix temps, el FRS Inmark atribueix a l'entitat un fort creixement en nòmines, amb més de 200 punts bàsics, amb una quota del 27,7%.

CaixaBank també ocupa la primera posició en targetes de crèdit i dèbit, amb un 23,5% i un 26,6% de quota de mercat, respectivament, a causa dels 15,5 milions de targetes comercialitzades entre els clients de l'entitat.

### **Motius en l'elecció del banc: proximitat, qualitat del servei i recomanació**

L'últim informe elaborat pel FRS Inmark el 2017 detalla que els clients tenen com a primera motivació per triar un banc la seva proximitat. De fet, per al 43,2% de la població aquesta és la principal raó per la qual seleccionen la seva entitat financera. A una considerable distància, se situen altres factors, com la qualitat de servei (prioritària per un 21,1%), la recomanació d'altres clients (20,8%) o determinats serveis especialitzats, com la domiciliació de rebuts (19,9%).

En aquest sentit, per a CaixaBank la proximitat és un dels elements bàsics del seu model de negoci. L'entitat aposta per una relació en la qual la proximitat al client és fonamental, ja que permet dibuixar un millor coneixement de les seves necessitats, una millor interacció i una integració de tots els seus canals de contacte, físics i digitals.

Actualment, CaixaBank compta amb la xarxa comercial més gran del sector financer a Espanya, amb més de 5.000 oficines, i els millors serveis de banca digital, amb 5,6 milions de clients, dels quals 4,1 operen a través el mòbil.