

Datos presentados en el estudio FRS Inmark 2017

CaixaBank se consolida como la entidad financiera líder en el segmento de jóvenes y mayores

- **La entidad ha pasado de ser percibido como el mejor banco para jóvenes por el 33,5% de los clientes encuestados al 59,7% actual, distanciándose en casi un 20% respecto al inmediato competidor.**
- **CaixaBank aumenta hasta el 26,7% su cuota de mercado como banco principal de los españoles (+100 puntos básicos respecto 2016) y un 10% por encima de la cuota media del resto de entidades.**

Barcelona, 25 de enero de 2018

CaixaBank se consolida como el banco principal de las familias en España, con una cuota de mercado del 26,7% (+100 puntos básicos respecto 2016) y un 10% por encima de la cuota media del resto de entidades, según el último estudio sobre el comportamiento financiero de los particulares en España, publicado recientemente por FRS Inmark.

Por lo tanto, actualmente algo más de 1 de cada 4 españoles tienen como referencia a la entidad presidida por Jordi Gual y cuyo consejero delegado es Gonzalo Gortázar.

CaixaBank también es líder en penetración de banca de particulares, con una cuota de mercado del 29,5%, más de 150 puntos básicos por encima de los resultados de 2016. Se trata del mejor registro obtenido por CaixaBank en los estudios de FRS desde el año 2007.

Por grupos de edad, CaixaBank ha reforzado su liderazgo en varias franjas de edad, con un fuerte crecimiento en los segmentos de jóvenes y mayores. Especialmente destacado es el incremento en la franja de edad de los 18 a 30 años, donde CaixaBank es la entidad especializada mejor percibida por el 66,4% del público encuestado. Al mismo tiempo, amplía su liderazgo en el segmento de jóvenes hasta alcanzar un reconocimiento de líder entre clientes del 59,7%, 15,5 puntos porcentuales más que el año anterior.

El principal impulso en este colectivo se inició en 2015, año en el que se lanzó imaginBank, el primer banco solo móvil para *millennials*, que ya supera el medio millón de clientes. Desde entonces, CaixaBank ha pasado de ser percibido como el mejor banco para jóvenes por el 33,5% de los clientes encuestados al 59,7% actual, distanciándose en casi un 20% respecto al inmediato competidor.

entre clientes...	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 segmento de personas mayores de 60 años, CaixaBank mantiene su liderazgo e incrementa su percepción como banco especializado entre los encuestados hasta el 38,4% desde el 30,8% anterior. CaixaBank se mantiene en primera posición del ranking de entidades escogidas por los clientes de este *target* con el 35,4% de penetración, 13,3 puntos porcentuales más que en el ejercicio 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.



Liderazgo en productos de financiación

Por productos comerciales, CaixaBank se sitúa en primera posición en la comercialización de productos de financiación, con un 21,5% de cuota total.

Esta primera posición global se basa en el mayor número de préstamos hipotecarios (21,6% del total), préstamos preconcedidos (23,8% del total) y préstamos personales (20,6% del total). Al mismo tiempo, FRS Inmark atribuye a la entidad un fuerte crecimiento en nóminas, con más de 200 puntos básicos, con una cuota del 27,7%.

CaixaBank también ocupa la primera posición en tarjetas de crédito y débito, con un 23,5% y 26'6% de cuota de mercado, respectivamente, debido al parque de 15,5 millones de tarjetas comercializadas entre los clientes de la entidad.

Motivos en la elección del banco: proximidad, calidad del servicio y recomendación

El último informe elaborado por FRS Inmark en 2017 detalla que los clientes tienen como primera motivación para elegir un banco su proximidad. De hecho, para el 43,2% de la población esta es la principal razón por la que seleccionan su entidad financiera. A una considerable distancia, se sitúan otros factores, como la calidad de servicio (prioritaria para un 21,1%), la recomendación de otros clientes (20,8%) o determinados servicios especializados, como la domiciliación de recibos (19,9%).

En este sentido, para CaixaBank la proximidad es uno de los elementos básicos de su modelo de negocio. La entidad apuesta por una relación en la que la cercanía al cliente es fundamental, puesto que permite dibujar un mejor conocimiento de sus necesidades, una mejor interacción y una integración de todos sus canales de contacto, físicos y digitales.

Actualmente, CaixaBank cuenta con la mayor red comercial del sector financiero en España, con más de 5.000 oficinas, y los mejores servicios de banca digital, con 5,6 millones de clientes, de los 4,1 operan a través el móvil.