

Datos a cierre de septiembre de 2020

CaixaBank dispara el uso del canal móvil, con 6,28 millones de usuarios de sus “apps” y un crecimiento anual del 13,7%

- **La Covid-19 acelera el uso del móvil para consultas y operaciones financieras.**
- **El 48,9% de los clientes de la entidad, incluyendo todas las franjas de edad, ya utilizan el móvil como canal de relación con el banco.**
- **La entidad financiera consolida su liderazgo en banca digital en España, con más de 7 millones de clientes de todos los canales on line.**

Barcelona, 26 de octubre de 2020

El uso de la banca móvil se dispara en 2020. CaixaBank ha registrado a cierre de septiembre 6,28 millones de usuarios de sus aplicaciones móviles, la mayor cifra de clientes utilizando el canal móvil de la historia de la entidad. El dato representa un crecimiento del 13,7% respecto al mismo mes del año anterior.

La tendencia al alza se ha acelerado durante la pandemia de la covid-19. Respecto a febrero de 2020, el aumento de clientes de banca móvil en CaixaBank es del 7,8%. Cabe destacar que en los últimos años el canal móvil ha estado creciendo a doble dígito, pero el incremento de clientes en 2019 respecto a 2018 se situó en torno al 10%.

El ritmo de crecimiento en banca móvil es muy superior al de otros canales digitales. Las cifras indican que el móvil se encuentra ya muy cerca de convertirse en canal de relación con la entidad para la mayoría de clientes del banco presidido por Jordi Gual y cuyo consejero delegado es Gonzalo Gortázar. Con los datos de septiembre, el 48,9% de clientes de la entidad, de todas las franjas de edad, utilizan las aplicaciones móviles de la entidad.

El crecimiento de la banca móvil no solo implica un aumento del número de usuarios, sino también un crecimiento a nivel de interacciones, con una media de 11,5 días al mes o 2,7 interacciones a la semana a la aplicación CaixaBank Now. Por otro lado, se han registrado una media de 24,2 accesos a la aplicación al mes y 5,6 accesos a la semana por persona.

Como las consultas más demandadas, destacan la gestión de cuentas, de tarjetas y de correo, mientras que traspasos y transferencias son las operaciones con movimiento de fondos más realizadas por los usuarios.

También sigue al alza el número de clientes que utilizan el móvil para firmar operaciones y contratos con la entidad. CaixaBank dispone de una aplicación específica para ello, CaixaBank Sign, que ha superado los 2,5 millones de usuarios. Por otro lado, ha experimentado un importante crecimiento en el número de clientes que utilizan el teléfono móvil para realizar sus pagos en establecimientos comerciales, que entre enero y junio alcanzaron los 871.000, un 57,6% más que en el mismo período del año pasado.

CaixaBank, líder en innovación

Estos datos confirman la firme apuesta de la entidad por la tecnología y la digitalización. Ofrecer la mejor experiencia de usuario en todos los canales de relación con los clientes, físicos y *online* es uno de los pilares del Plan Estratégico 2019-2021 de CaixaBank. La entidad cuenta actualmente con la mayor base de clientes digitales de España, con más de 7 millones de usuarios totales de todos los canales digitales.

Gracias a su estrategia de transformación digital, la entidad se ha situado entre los bancos mejor valorados del mundo por la calidad de sus productos y servicios digitales, con reconocimientos como el de “Mejor entidad del mundo en Banca de Particulares 2020” y “Mejor Banco en España 2020” por la revista estadounidense Global Finance. Estos premios se suman a los obtenidos en el ámbito de la banca digital, como el “Mejor banco digital en banca de particulares en España 2020”, y en el ámbito de banca privada, en el que CaixaBank ha sido elegida “Mejor entidad de Banca Privada de Europa por su cultura y visión digital 2020”.

Además, la *app* CaixaBankNow ha sido elegida, por tercer año consecutivo, la “Mejor aplicación móvil de banca de particulares en Europa Occidental” por Global Finance. La *app* incorpora servicios innovadores como Neo, el asistente virtual de CaixaBank, que, mediante inteligencia artificial, es capaz de resolver todas las dudas de los clientes y que además les permite acceder a información detallada sobre sus finanzas. Neo también está disponible en Google Home y Amazon Alexa, lo que permite a los clientes de la entidad interactuar por voz con el asistente.

En el último año, más de 1,7 millones de clientes han utilizado Neo, que ha sido premiado en los EFMA Global Award 2019 en el ámbito de la Inteligencia Artificial y en The Innovators Awards 2020 (Global Finance) en la categoría de Personal Finance.