



Primer aniversario de la plataforma digital impulsada por CaixaBank

imagin crece un 20% en nuevos usuarios y consolida su liderazgo entre los neobancos

- **En su primer año tras convertirse en una comunidad digital “lifestyle”, imagin ha conseguido más de 500.000 nuevas altas.**
- **Según datos de Smartme Analytics, imagin es la “app” líder en servicios financieros digitales de los principales neobancos y “fintechs”.**
- **A través de imaginPlanet, la comunidad ha reforzado su compromiso con la sostenibilidad: los “imagers” han logrado compensar 50 toneladas de CO2, recoger 200 kilogramos de plásticos y sumar a 40.000 personas a la causa de salvar comida.**

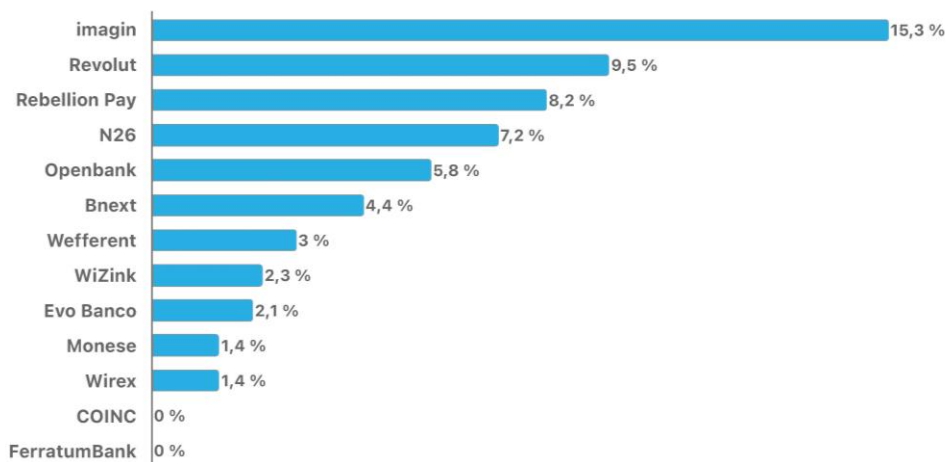
26 de agosto de 2021

imagin, la plataforma de servicios digitales y estilo de vida impulsada por CaixaBank, ha cumplido su primer aniversario desde su lanzamiento como nuevo concepto de comunidad digital con más de 500.000 nuevos usuarios y un balance total de 3,1 millones de *imagers*, lo que significa un ritmo de crecimiento en nuevas altas del 20% en un solo año. En el rango de usuarios mayores de 18 años, concretamente, el crecimiento durante este primer año ha sido superior al 30%.

Estos datos refuerzan el liderazgo de imagin como *player* digital de servicios financieros. En su primer año tras la presentación de la nueva *app* al mercado, la plataforma se sitúa como líder entre los principales neobancos y *fintechs*, con una cuota de usuarios activos del 15,2% y una puntuación de 83 sobre 100 de rendimiento *mobile* en el sector neobanca, tal y como desprende el último estudio de Smartme Analytics. El Mobile Performance Index de Smartme Analytics monitoriza el uso de las aplicaciones financieras y valora su rendimiento en base a variables como el número de usuarios activos, el tiempo de uso diario, la interacción y la frecuencia de uso exclusivo.



Ranking usuarios activos de aplicaciones móviles de nueva banca digital y fintech



Fuente: Ranking de Smartme Analytics de usuarios activos de aplicaciones móviles de nueva banca digital y fintech (Q2 2021).

Además de crecer en nuevos usuarios, imagin ha conseguido también aumentar la fidelización de quienes ya eran *imagin*ers. En el último año, más del 60% de los usuarios de imagin acceden a la *app* más de 3 veces por semana. Como dato significativo del volumen de actividad, en julio de 2021 se llegaron a registrar 23 millones de accesos a la aplicación sólo en un mes, lo que supone un récord histórico de uso de la *app*. A nivel operativo, el uso de Bizum a través de imagin se ha multiplicado por dos en el último año, con una media de 4,2 millones de operaciones mensuales, y el pago móvil se ha disparado un 400% por encima de 2020.

De acuerdo con los datos de imagin, el perfil de cliente más habitual es el de un joven con una edad promedio de 26 años, residente en una gran ciudad y que se mueve en un entorno digital. A nivel autonómico, el 32% de las conexiones a la *app* de imagin se realizan desde la Comunidad de Madrid y el 29% desde Cataluña.



El crecimiento de imagin responde a la estrategia de impulsar la fidelización de sus usuarios a través de la creación de servicios digitales, financieros y no financieros, que, a diferencia de la banca tradicional, no necesariamente implican el alta como cliente bancario. En el último año, la plataforma ha puesto en marcha multitud de servicios y contenidos digitales que han despertado un gran interés en la comunidad de *imagers*, en torno a sus cinco grandes áreas temáticas: sostenibilidad (imaginPlanet), música (imaginMusic), videojuegos (imaginGames), tendencias (imaginCafé) y tecnología (imaginShop).

Sólida apuesta por la sostenibilidad

Entre la comunidad de *imagers*, la sostenibilidad es uno de los ámbitos que despierta mayor interés, interacción e implicación de los usuarios. A través de imaginPlanet, imagin ha desarrollado durante este año toda una línea de productos, servicios, acuerdos e iniciativas basadas en la sostenibilidad que generan un impacto positivo en el planeta y en el conjunto de la sociedad. Gracias a estas acciones, imaginPlanet ha logrado impulsar plantaciones de árboles para compensar más de 60 toneladas de CO₂, recoger 200 kilogramos de plásticos y más de 40.000 *imagers* se han sumado a salvar comida con la colaboración con “Too Good To Go”.

Entre las iniciativas de este año en este ámbito, destaca especialmente el éxito del imaginPlanet Challenge, el programa de emprendimiento para ideas contra el cambio climático en el que se implicaron más de 700 participantes y del que han surgido dos proyectos, eCoDeliver y Kidalos, que tienen el objetivo de hacer más sostenible el sector del transporte de paquetería y el consumo de juguetes, respectivamente.

Esta apuesta por la sostenibilidad, que forma parte de la estrategia de imagin y se traslada a todo su modelo de negocio, ha hecho que la plataforma obtuviera en noviembre del año pasado la certificación B Corp, que garantiza el cumplimiento de los más altos estándares de desempeño social y ambiental, transparencia pública y responsabilidad empresarial de la compañía para equilibrar el beneficio económico con el propósito social.

Un año de iniciativas de éxito

Además del apoyo a causas medioambientales, entre los proyectos más relevantes de este año y con mayor impacto en la comunidad de imagin, destaca el reciente lanzamiento de imaginChangers, el programa que permite a los usuarios de imagin participar en acciones



de voluntariado digital a través de sus dispositivos móviles y apoyar a proyectos solidarios con donaciones económicas.

A través de imaginGames y de la mano de LVP (Grupo Mediapro), el pasado junio se lanzó el circuito amateur de eSports “imagin Arena Masters”, mientras que bajo el área de contenidos imaginMusic, este año se han celebrado varios conciertos en *streaming* que han seguido miles de *imagers* a través de los canales digitales.

Además de la propia oferta de contenidos, gracias a su modelo de negocio de innovación abierta (*open platform*), imagin sigue apostando por incorporar productos y tecnologías de terceros a través de colaboraciones y *partnerships* con otras *fintech* o *start-ups*. En el último año imagin ha cerrado acuerdos para ofrecer a sus usuarios experiencias y ventajas especiales integradas en la propia *app* con *partners* como Booking, Nike, Airbnb, Hoteles.com, TUI y Zalando, entre otros. Además, imagin ha integrado en su plataforma las tecnologías de *start-ups* como Earthly, para ayudar a los usuarios a compensar sus emisiones de CO2; Aplanet, como plataforma gamificadora de las acciones de voluntariado digital y donaciones económicas; y Bankify, el componente social “Like&Share” que fomenta la interacción de los *imagers* con los contenidos disponibles en la *app* así como la interacción entre los diferentes usuarios de la comunidad.

Servicios financieros digitales

A nivel financiero, la aplicación imagin desarrolla una oferta de productos digitales para cubrir las necesidades de ahorro y de financiación de los usuarios. En todos los casos, imagin tiene las características clave para el público *nativo 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 un público joven.

La oferta de imagin incluye dos aplicaciones más según la edad de los usuarios: imaginKids (dirigida a niños de 0 a 11 años y muy enfocada hacia la educación financiera a través de juegos) e imaginTeens (diseñada para adolescentes de 12 a 17 años, con contenidos y servicios pensados para jóvenes que empiezan a necesitar soluciones para sus primeras compras y para iniciarse en la gestión de sus finanzas personales).