

CaixaBank aconsegueix una quota rècord del 43% en banca digital després de la integració tecnològica

- **La unificació comercial i tecnològica reforça el lideratge de CaixaBank en serveis financers per mòbil i web a Espanya i dispara el creixement en quota un 25% en un any, segons les dades de Comscore.**
- **Per canals, l'entitat consolida especialment la seva posició com a líder en banca mòbil, amb una quota del 42,5%, reforçada per l'alt volum d'ús de les 'apps' CaixaBankNow i imagin.**

1 de febrer del 2022

La integració tecnològica de Bankia dispara el lideratge de CaixaBank en banca digital. D'acord amb les dades de Comscore corresponents a desembre del 2021, amb la informació completa sobretot l'exercici anual, CaixaBank s'ha situat en un 43% en penetració en banca digital, la major dada aconseguida per l'entitat en la seva història i un 25% per sobre de les dades de l'any anterior.

Els mesuraments de Comscore, que estimen el nombre d'usuaris dels serveis de banca digital (mòbil i web) per entitats a Espanya, posicionen a CaixaBank com a líder destacat del sector, amb 18 punts percentuals per sobre del següent competidor.

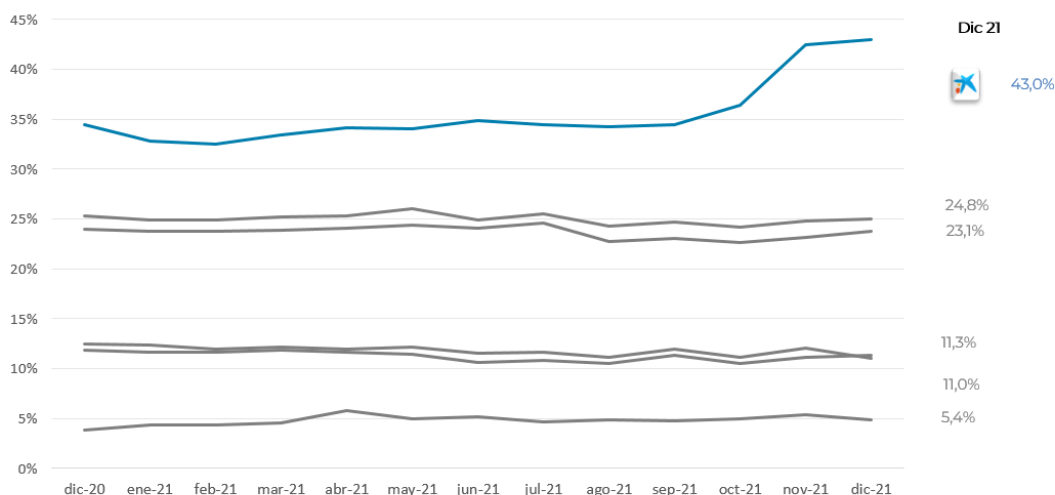
Per canals, CaixaBank ha consolidat especialment la seva posició com a primera entitat fent ús de la banca mòbil, amb una quota de penetració al desembre del 42,5%, la qual cosa suposa un augment anual del 31%. El lideratge en banca mòbil ve reforçat per les altes quotes d'ús de CaixaBankNow, que al desembre s'ha situat en el top-20 de les aplicacions més populars d'Espanya, segons el rànquing de Comscore, en un volum equivalent a altres com Google Drive, Microsoft Outlook, Spotify o Amazon.

Així mateix, en el lideratge de CaixaBank en banca mòbil exerceix un important paper imagin, que ofereix, exclusivament a través de l'app mòbil un ampli ventall de serveis i continguts financers i no financers.

Quant a l'evolució dels usuaris que accedeixen a l'entitat via web, segons les dades de Comscore, CaixaBank també es manté com a primera entitat del sector, amb una quota del 33,5% i un increment anual del 16,31%.

PENETRACIÓ - TOTAL BANCA DIGITAL- 13 últims meses

Evolució del percentatge de usuaris de e-banking que accedeix a cada entitat per dispositius mòbils i web.


CaixaBank, líder en innovació

La tecnologia i la digitalització són clau en el model de negoci de l'entitat, que compta amb un percentatge de clients digitals del 73,1%.

Gràcies a la seva estratègia de transformació digital, CaixaBank s'ha situat entre els bancs millor valorats del món per la qualitat dels seus productes i serveis digitals, havent rebut per primera vegada en la seva història el màxim guardó nacional que atorguen les tres principals publicacions econòmiques sectorials internacionals -"Banc de l'Any 2021 a Espanya", per *The Banker*, "Millor Banc a Espanya 2021", per *Global Finance*, i "Millor Banc a Espanya 2021" per *Euromoney*, al qual s'afegeix el de "Millor Transformació Bancària en el Món 2021"-.

L'entitat també ha rebut enguany múltiples reconeixements en l'àmbit de la banca digital i de la innovació, com el de "Banc més Innovador del Món 2021" en els premis *EFMA & Accenture*; o els de "Entitat financera més innovadora a Europa Occidental 2021", "Millor banc digital en banca de particulars a Espanya 2021", "Millor disseny web en banca de particulars a Europa Occidental 2021" i "Millor aplicació mòbil en banca de particulars a Europa Occidental 2021", per part de *Global Finance*.

En l'àmbit de la banca privada, CaixaBank ha estat elegida "Millor entitat de Banca Privada en anàlisi de Big data i Intel·ligència Artificial a Europa 2021" per la revista britànica *PWM* (Grup Financial Times) i "Entitat de Banca Privada més Innovadora d'Europa Occidental" en els *Best Private Bank Awards 2022* de *Global Finance*.

3,7 milions d'imaginers

imagin és una plataforma d'estil de vida impulsada per CaixaBank que ofereix serveis digitals, financers i no financers, que ajuden als seus usuaris en la seva vida diària i en els seus projectes de futur. Actualment compta amb una comunitat de 3,7 milions d'usuaris, una xifra en continu creixement gràcies a l'àmplia oferta de continguts i serveis –bona part, d'accés gratuït-, la facilitat de registre i la creació de diversos nivells de vinculació, que, a diferència dels bancs tradicionals, no necessàriament impliquen l'alta com a client financer.

Els continguts digitals d'imagin s'organitzen entorn de sis grans verticals: música (imaginMusic), videojocs (imaginGames), tendències (imaginCafé), tecnologia (imaginShop), sostenibilitat (imaginPlanet) i solidaritat (imaginChangers). Així mateix, imagin ofereix experiències i avantatges especials en àmbits com els viatges o la mobilitat urbana.

A més, l'aplicació imagin desenvolupa una oferta de productes financers per cobrir les necessitats d'estalvi i de finançament dels joves que han entrat en l'edat adulta i que comencen a tenir els seus primers ingressos i els seus propis projectes d'estil de vida.

En tots els casos, imagin manté les característiques que li han convertit en líder bancari 100% digital: operativa *mobile only* (els serveis es presten exclusivament a través de l'app, sense oficines i sense web, que compleix només funcions informatives), sense comissions per a l'usuari i amb un llenguatge propi, senzill i clar, especialment adequat per a una comunicació directa amb els joves.