

CaixaBank gana 390.000 clientes en España durante el año 2025

- **La entidad cierra diciembre con 18,87 millones de clientes como líder destacado del sector financiero español.**
- **CaixaBank e imagin relanzan la campaña de captación de nóminas tras el éxito de la iniciativa el pasado ejercicio.**

27 de enero de 2026

CaixaBank cierra 2025 con un fuerte avance en clientes: la entidad ha ganado 390.000 clientes netos, hasta alcanzar los 18,87 millones a cierre de diciembre. Un ritmo de crecimiento que mejora el repunte del año pasado, entonces de 280.000 clientes adicionales, cuando cerró el año en los 18,48 millones. De esta forma consolida su liderazgo en el sector financiero español.

La entidad logra estos resultados gracias a su amplia capilaridad, con más de 4.000 oficinas repartidas por todo el territorio español, y a la estrategia para incrementar su base de clientes, así como la vinculación de estos (los que tienen tres o más familias de productos contratados), que ha mejorado hasta alcanzar el 72,1%.

Otro elemento relevante para la evolución positiva del número de clientes es el despliegue de la nueva app de CaixaBank, con la que el banco ha impulsado un 30% sus altas digitales respecto al año anterior.

Por tramos de edad, la entidad financiera ha mejorado en todas las franjas respecto a diciembre del ejercicio anterior. Una de las palancas de los 390.000 nuevos clientes ha sido imagin, el neobanco impulsado por CaixaBank, que ha aportado alrededor de la mitad de las nuevas altas en el año.

Una nómina con premio

Si ha habido una iniciativa exitosa para la captación de clientes, esa ha sido la campaña para domiciliación de nóminas, llevada a cabo tanto en CaixaBank como en imagin. De hecho, el banco las ha relanzado en este 2026 para mantener el impulso cosechado en los últimos meses.

En concreto, CaixaBank premia con 250 euros a aquellos que domicilien una nómina de 1.500 euros o más. En el caso de nóminas de entre 900 y 1.500 euros, la entidad abona 150 euros en cuenta.

Como alternativa, los clientes que lo prefieran podrán optar por un televisor Samsung o un cupón de entre 200 y 400 euros para canjear en el portal Facilitea, con una amplia selección de productos

de electrónica, hogar y movilidad, incluyendo la posibilidad de conseguir un móvil o una aspiradora sin coste adicional, solo con ese cupón recibido por domiciliar la nómina.

La campaña para este 2026 tiene el objetivo de reforzar la relación con los clientes desde la cercanía, el conocimiento y la relevancia. En un entorno cada vez más competitivo y marcado por la automatización, la diferenciación resulta clave. Y ahí CaixaBank cuenta con la ventaja de contar con la red de oficinas bancarias más extensa de España, lo que le permite estar siempre cerca de sus clientes, ya sea de forma presencial o por los canales digitales.

Una oferta completa

La entidad actualiza la gama de productos y servicios constantemente. De ahí el lanzamiento el pasado año de Generación +, una nueva propuesta de valor para el segmento sénior, donde ofrece respuestas a las principales demandas y retos del colectivo. La oferta incorpora múltiples opciones para realizar una planificación financiera sólida, orientada a la gestión de recursos económicos durante la jubilación, así como actividades de ocio, formación y apoyo en los cuidados asistenciales.

Por otra parte, el grupo también puso en marcha 'Facilitea', un portal que ofrece una cuidada selección de productos y servicios de las principales marcas en tecnología, hogar y movilidad. Funciona como un escaparate digital concebido para acompañar a las personas en sus necesidades y momentos vitales, integrando soluciones de financiación ofrecida por Grupo CaixaBank. Dentro de este portal se incluyen verticales de movilidad ('Facilitea Coches') y otro de inmobiliario ('Facilitea Casa').