

CaixaBank impulsa un 30% las altas digitales y un 23% las ventas digitales gracias a la nueva app y a imagin

- **La transformación de los canales digitales, que incluye la renovación de la app y lanzamientos de nuevas soluciones como Cashback, ha sido clave para alcanzar este hito.**
- **imagin consolida su crecimiento, alcanza los 4 millones de usuarios y logra una penetración del 41% en el segmento de 16 a 34 años.**
- **La entidad en su conjunto cuenta con 12,66 millones de usuarios activos en sus plataformas digitales, consolidando su posición como líder del sector financiero español.**

5 de abril de 2026

CaixaBank consolida su liderazgo en el sector financiero español y avanza con fuerza sus altas digitales. En concreto, en el ejercicio 2025 aumentó en un 30% estas altas, impulsado por la transformación de los canales digitales y por el fuerte crecimiento de imagin, el neobanco del grupo. Además, también han repuntado las contrataciones digitales en un 23,1% en productos como tarjetas, consumo, ahorro, inversión y seguros.

La apuesta por la aceleración digital supone una palanca de crecimiento para CaixaBank en todos los sentidos. No solo capta y vende más por esta vía, sino que también le ayuda a retener todavía mejor a sus clientes mediante una oferta de productos personalizada, adaptada a través de sus canales digitales y que ha transformado la forma en que los usuarios interactúan con sus finanzas personales. Esta estrategia le ha ayudado a ganar 390.000 clientes netos en el ejercicio 2025.

En el crecimiento ha sido clave la plataforma de banca digital de CaixaBank, imagin, creada para ofrecer servicios financieros y de estilo de vida, especialmente orientados al público joven, que ya cuenta con 4 millones de usuarios y tiene una penetración del 41% entre los clientes financieros de entre 16 y 34 años. De esta forma, el grupo CaixaBank en su conjunto suma 12,66 millones de usuarios digitales.

Más altas y más contrataciones digitales

La renovación de la app de CaixaBank ha sido otro de los factores decisivos en el avance experimentado. La entidad ha evolucionado su interfaz con diversas mejoras entre las que destacan la modernización del diseño y la simplificación de las operativas, lo que facilita considerablemente la gestión de las finanzas por parte de los clientes. Actualmente, es la

aplicación móvil de una entidad bancaria con mejor valoración de los usuarios (4,9 sobre 5) en Google Play Store, la tienda oficial de aplicaciones para dispositivos Android, así como una de las mejor valoradas en iOS.

También destaca el lanzamiento de nuevas soluciones como Cashback, que permite a los clientes recuperar parte de las compras en más de 100 marcas. Además, la entidad ofrece la posibilidad de fraccionar sin coste las compras que los clientes de CaixaBank hagan en Facilitea, donde tendrán la opción de obtener un reembolso de un 5% y de hasta un 10% en algunos productos seleccionados. Esta modalidad de pago beneficiará a los clientes de la entidad que tengan sus ingresos domiciliados y que efectúen sus compras en el portal Facilitea a través de una tarjeta de crédito comercializada por CaixaBank.

De cara al futuro, CaixaBank sigue enfocándose en la innovación tecnológica como parte de su Plan Estratégico 2025-2027. El objetivo es continuar con la mejora de la experiencia de usuario, lo que facilita el conocimiento y uso dentro de un extenso catálogo de productos disponibles para contratación digital.

imagin como palanca de crecimiento

imagin, juega un papel crucial en el crecimiento digital de la entidad. Dirigido especialmente a clientes jóvenes, el neobanco del grupo no solo aumenta su número de usuarios, sino que afianza la lealtad de sus clientes existentes al ampliar su gama de productos financieros.

Una de las claves del éxito del neobanco del grupo es la diversificación de su oferta con opciones como ETFs (Exchange Traded Funds) y seguros innovadores, incluyendo un seguro de mascotas que ofrece atención veterinaria 24/7.

El impacto de imagin se visualiza de forma nítida en la atracción de la generación más joven y de su fidelidad, gracias en gran medida a la experiencia de uso, sencillez y una oferta que se adapta continuamente a sus necesidades. De ahí la penetración de hasta un 41% entre los clientes financieros en el tramo de edad de entre 16 y 34 años.

CaixaBank, líder en innovación

La tecnología y la innovación son clave para CaixaBank, actualmente el primer banco de España y uno de los más relevantes en Portugal. Con la mayor base de clientes digitales del sector financiero en España, la entidad se sitúa a la vanguardia en el desarrollo de nuevos modelos y sistemas para dar respuesta a las demandas de sus clientes.

La entidad cuenta con una filial tecnológica propia, CaixaBank Tech, y con equipos multidisciplinares para llevar la innovación a todos los ámbitos de la organización. A través de tecnología puntera, CaixaBank impulsa un ambicioso plan de transformación digital. El objetivo es poner la tecnología al servicio de las personas, con servicios y soluciones que faciliten un asesoramiento más personalizado, una mejor oferta comercial y la vinculación, nuevos servicios financieros y un modelo más ágil de toma de decisiones.