

CaixaBank impulsa más de 300 oficinas PRO para reforzar la atención presencial a 2,4 millones de clientes

- **La entidad despliega un nuevo modelo de oficina en todo el territorio, con una línea visual común, para elevar la confidencialidad y la calidad de la atención presencial y a distancia**
- **La iniciativa se dirige a las oficinas convencionales más relevantes de la red, que concentran más de 2.500 empleados y una media de 7.200 clientes por centro**
- **CaixaBank combina lo mejor de la red física y de los canales digitales para ofrecer una experiencia 360 a los clientes: más cómoda, ágil e inclusiva**

27 de julio de 2026

CaixaBank pone en marcha un nuevo modelo de oficinas PRO orientado a mejorar de forma integral la experiencia de los clientes que acuden a sus sucursales y a aumentar la eficiencia en la atención. La entidad aplica este concepto a las oficinas convencionales más relevantes de la red, con el objetivo de superar las 300 oficinas transformadas. Se trata de los centros que cuentan con una media de casi ocho empleados y cerca de 7.200 clientes, en las que se trata de reforzar su papel como punto de asesoramiento personalizado y de relación cercana.

Las nuevas oficinas PRO introducen mejoras específicas en confidencialidad, gracias a la colocación de módulos que combinan transparencia y fonoabsorbencia, que beneficiarán tanto a la atención presencial como a la que se realiza por llamada o videollamada. También se ha realizado una mejora en la identificación de zonas de atención y espacios de espera, con un diseño que prioriza la comodidad y la claridad en los recorridos.

CaixaBank, líder del sector financiero español, combina lo mejor de la atención presencial y la remota para adaptarse a las necesidades de los clientes en todo momento. Un enfoque 360 en el que se prioriza la comodidad de los usuarios, la agilidad y la personalización del servicio a través de un modelo de atención omnicanal para llegar a clientes que prefieren o necesitan interactuar de maneras diferentes con sus gestores.

Un diseño a la medida

Con las oficinas PRO se permite una gestión más eficiente y ágil de los flujos de personas y de las tareas de los equipos, lo que se traduce en más tiempo para el asesoramiento y en una relación más próxima con cada cliente. Con esta iniciativa, CaixaBank afianza su liderazgo en la banca

presencial al tiempo que complementa la oferta de canales digitales del banco, fomentando la complementariedad de ambos canales.

El despliegue del modelo PRO se dirige a un conjunto de oficinas que mantenían formatos más tradicionales. Estas sucursales agrupan a más de 2.500 profesionales y dan servicio a alrededor de 2,4 millones de clientes, de ahí la relevancia de esta apuesta por su modernización.

La entidad refuerza así su estrategia multicanal, en la que la red física convive con una banca digital utilizada ya por más de 12 millones de clientes, y donde la oficina se mantiene como un espacio clave para el asesoramiento en operaciones de cierta complejidad.

Vocación de cercanía en todo el territorio

Las oficinas PRO se conciben como complemento a otros formatos ya consolidados, como las oficinas Store o los centros all in one, orientados a transformar la experiencia en grandes espacios urbanos. Mientras estos modelos se enfocan en ofertas segmentadas o en servicios de alto valor añadido, el nuevo concepto PRO se centra en oficinas de proximidad, con elevado volumen de actividad y claves en el día a día para una base amplia de clientes recurrentes.

De este modo, CaixaBank adapta la configuración de su red a las características de cada entorno y refuerza su capacidad de servicio en zonas con gran densidad de operaciones diarias. La entidad mantiene así su vocación de cercanía en todo el territorio, con más de 4.500 oficinas en España y Portugal y presencia en miles de municipios.

En total, CaixaBank actuará sobre más de 300 oficinas con el nuevo modelo PRO, con presencia en todo el territorio. El proyecto, que se ejecutará hasta 2027, ya ha reformado 105 oficinas a cierre del primer semestre del ejercicio. Por número de sucursales, destaca la Dirección Territorial de Madrid, con 38 centros transformados, así como la de Comunidad Valenciana y Región de Murcia, con 27 oficinas, Baleares, con nueve, y Andalucía, con ocho.

Nuevos espacios de atención

La transformación de cada oficina se apoya en un análisis previo de su funcionamiento y en la identificación de los puntos críticos que afectan a la experiencia diaria de clientes y equipos. Entre los principales elementos detectados figuran la necesidad de reforzar la confidencialidad en la atención, tanto presencial como a distancia, la dificultad para identificar de forma rápida las diferentes zonas de servicio y la falta de espacios de espera suficientes en momentos de mayor afluencia.

Estos aspectos tienen un impacto directo en la percepción del servicio. El elemento más visible es el nuevo puesto de bienvenida, que integra la recepción de clientes y la operativa transaccional y de efectivo. Junto a este puesto se incorporará otro de atención rápida de soporte, con una identidad visual específica. Los puestos de atención personalizada se redefinen mediante módulos cerrados que incorporan paneles fonoabsorbentes y cristalerías frontales y laterales. Esta

configuración permite garantizar la confidencialidad de las conversaciones y, al mismo tiempo, conservar la visibilidad entre el espacio de operaciones y el resto del equipo.

Las zonas de espera también experimentan una ampliación y reordenación significativa pues incrementan los espacios destinados a la espera de clientes, con bancos situados en la entrada que resultan especialmente útiles para personas mayores o con movilidad reducida.

Un modelo de banca socialmente responsable

El rediseño de la red física y la puesta en marcha de oficinas PRO refuerzan la posición de CaixaBank como banco de referencia en España y Portugal, con 20,8 millones de clientes. La entidad mantiene la red de oficinas y cajeros más amplia del país y combina esta capilaridad con una fuerte apuesta por la banca digital y por la innovación en formatos de oficina. La coexistencia de modelos como Store, all in one y ahora PRO muestra la capacidad del banco para adaptar la experiencia presencial a distintas necesidades, desde grandes centros urbanos hasta oficinas de proximidad con alta intensidad de uso.

Además, la transformación de las oficinas se enmarca en el compromiso de CaixaBank con la inclusión financiera y con la atención a colectivos diversos. La mejora de zonas de espera, la claridad en la señalización y la mayor confidencialidad en la atención benefician especialmente a personas mayores, a personas con menor familiaridad con los canales digitales y a quienes requieren un acompañamiento más cercano por su situación personal o económica. Al mismo tiempo, el refuerzo de la accesibilidad en oficinas físicas se complementa con otros recursos de la entidad, como las oficinas móviles y los servicios específicos para personas en situación de vulnerabilidad.



Mejor Banco
en España 2026
Mejor Banco en Europa
Occidental 2026



Mejor Banca Privada
en España 2026
Mejor Banca Privada en
Gestión Discrecional de
Carteras en España 2026



Mejor Banco en el Mundo por
su Apoyo a la Sociedad 2026
Mejor Banco en Europa
Occidental por su Apoyo
a la Sociedad 2026
Mejor Banco en Bonos
Sociales en Europa
Occidental 2026



Mejor Banca Privada Digital
en Europa Occidental 2026
Mejor Banca Privada en
innovación Digital en
Europa Occidental 2026



Banco más innovador
en Europa Occidental 2026
Top en innovaciones financieras
en Europa Occidental 2026



Mejor Banco para Particulares
en Europa 2025
Mejor Banco en Diversidad
e Inclusión en Europa 2025
Mejor Banco en España 2025
Mejor Banco Digital
en España 2025