

CaixaBank e imagin superan los 1,7 millones de usuarios en su programa de Cashback desde la app

- *El servicio, integrado en las apps de CaixaBank e imagin, consolida su crecimiento y refuerza el uso recurrente entre los clientes, que pueden recuperar parte del importe de sus compras con tarjeta en comercios adheridos*
- *Cashback cuenta ya con 116 marcas activas, entre ellas firmas internacionales y de referencia, con una oferta amplia y diversa en sectores como moda, movilidad, ocio, restauración, energía o viajes*
- *Del total de usuarios, 1,22 millones corresponden a clientes de CaixaBank y 531.000 a usuarios de imagin*

Agosto de 2026

CaixaBank e imagin han superado los **1,7 millones de usuarios** en su programa de **Cashback**, el servicio integrado en sus aplicaciones móviles que permite a los clientes obtener reembolsos por sus compras con tarjeta en comercios adheridos. Desde su lanzamiento, ha registrado una evolución positiva tanto en número de usuarios como en recurrencia de uso, lo que refuerza su papel como funcionalidad de valor dentro de la experiencia digital de clientes y se consolida como una de las principales iniciativas de recompensas integradas dentro de la banca digital en España.

Del total de usuarios registrados, **1,22 millones corresponden a clientes de CaixaBank y 531.000 a usuarios de imagin**, lo que refleja la buena acogida del servicio en ambos entornos digitales. Cashback está diseñado para facilitar a los clientes el acceso a ofertas personalizadas y permitirles recuperar parte del importe de sus compras de forma sencilla, directamente desde la app y sin necesidad de realizar trámites adicionales.

El funcionamiento del servicio es intuitivo: los usuarios acceden al espacio Cashback dentro de la app, visualizan las ofertas disponibles y, al hacerlo, estas se activan automáticamente. Una vez realizada la compra con tarjeta en alguno de los comercios adheridos, el cliente recibe un porcentaje del importe abonado como reembolso, que se ingresa posteriormente en su cuenta.

Actualmente, el programa cuenta con **116 marcas activas**, incluyendo firmas internacionales y compañías de referencia en sus respectivos sectores. En el ecosistema de marcas se encuentran, entre otras, BP, McDonald's, Uber, Fnac, Telepizza, Tous, etc. Esta red de *partners* permite ofrecer

una propuesta variada y de calidad, con descuentos y reembolsos asociados a categorías de consumo diversas, desde moda, ocio y movilidad hasta restauración, energía, viajes o equipamiento para el hogar.

Además del crecimiento en usuarios, la propuesta se ha integrado progresivamente en los hábitos de compra de los clientes, acompañando tanto compras puntuales como necesidades recurrentes del día a día. El servicio combina personalización, facilidad de uso y una oferta cada vez más amplia de marcas, con el objetivo de aportar beneficios tangibles en el día a día de los usuarios.

Con esta evolución, CaixaBank e imagin refuerzan su apuesta por seguir incorporando nuevos servicios digitales que aporten valor añadido a clientes y usuarios. Cashback se enmarca en la estrategia de innovación de la entidad, centrada en mejorar la experiencia en la app, ampliar las funcionalidades disponibles y ofrecer soluciones digitales útiles, sencillas y adaptadas a los hábitos de consumo actuales.

CaixaBank, banco 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, más de 12 millones, 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.