

CaixaBank i imagin superen els 1,7 milions d'usuaris al seu programa de Cashback des de l'app

- **El servei, integrat a les apps de CaixaBank i imagin, consolida el seu creixement i reforça l'ús recurrent entre els clients, que poden recuperar una part de l'import de les seves compres amb targeta en comerços adherits**
- **Cashback ja compta amb 116 marques actives, entre les quals hi ha firmes internacionals i de referència, amb una oferta àmplia i diversa en sectors com la moda, la mobilitat, l'oci, la restauració, l'energia o els viatges**
- **Del total d'usuaris, 1,22 milions corresponen a clients de CaixaBank i 531.000 a usuaris d'imagin**

Agost de 2026

CaixaBank i imagin han superat els **1,7 milions d'usuaris** al seu programa de **Cashback**, el servei integrat a les seves aplicacions mòbils que permet als clients obtenir reemborsaments per les seves compres amb targeta en comerços adherits. Des del seu llançament, ha registrat una evolució positiva tant en nombre d'usuaris com en recurrència d'ús, fet que reforça el seu paper com a funcionalitat de valor dins de l'experiència digital dels clients i el consolida com una de les principals iniciatives de recompenses integrades dins de la banca digital a Espanya.

Del total d'usuaris registrats, **1,22 milions corresponen a clients de CaixaBank i 531.000 a usuaris d'imagin**, fet que reflecteix la bona acollida del servei en tots dos entorns digitals. Cashback està dissenyat per facilitar als clients l'accés a ofertes personalitzades i permetre'ls recuperar una part de l'import de les seves compres de manera senzilla, directament des de l'app i sense necessitat de fer tràmits addicionals.

El funcionament del servei és intuïtiu: els usuaris accedeixen a l'espai Cashback dins de l'app, visualitzen les ofertes disponibles i, en fer-ho, aquestes s'activen automàticament. Un cop realitzada la compra amb targeta en algun dels comerços adherits, el client rep un percentatge de l'import abonat en forma de reemborsament, que posteriorment s'ingressa al seu compte.

Actualment, el programa compta amb **116 marques actives**, incloent-hi firmes internacionals i companyies de referència als seus respectius sectors. A l'ecosistema de marques s'hi troben, entre d'altres, BP, McDonald's, Uber, Fnac, Telepizza o Tous. Aquesta xarxa de *partners* permet oferir una proposta variada i de qualitat, amb descomptes i reemborsaments associats a categories de

consum diverses, des de la moda, l'oci i la mobilitat fins a la restauració, l'energia, els viatges o l'equipament per a la llar.

A més del creixement en usuaris, la proposta s'ha integrat progressivament en els hàbits de compra dels clients, acompanyant tant compres puntuals com necessitats recurrents del dia a dia. El servei combina personalització, facilitat d'ús i una oferta cada vegada més àmplia de marques, amb l'objectiu d'aportar beneficis tangibles en el dia a dia dels usuaris.

Amb aquesta evolució, CaixaBank i imagin reforcen la seva aposta per continuar incorporant nous serveis digitals que aportin valor afegit a clients i usuaris. Cashback s'emmarca en l'estratègia d'innovació de l'entitat, centrada a millorar l'experiència a l'app, ampliar les funcionalitats disponibles i oferir solucions digitals útils, senzilles i adaptades als hàbits de consum actuals.

CaixaBank, banc líder en innovació

La tecnologia i la innovació són claus per a CaixaBank, actualment el primer banc d'Espanya i un dels més rellevants de Portugal. Amb la base més gran de clients digitals del sector financer a Espanya, més de 12 milions, l'entitat se situa a l'avantguarda en el desenvolupament de nous models i sistemes per donar resposta a les demandes dels seus clients.

L'entitat compta amb una filial tecnològica pròpia, CaixaBank Tech, i amb equips multidisciplinaris per portar la innovació a tots els àmbits de l'organització. Mitjançant tecnologia capdavantera, CaixaBank impulsa un ambiciós pla de transformació digital. L'objectiu és posar la tecnologia al servei de les persones, amb serveis i solucions que facilitin un assessorament més personalitzat, una millor oferta comercial i vinculació, nous serveis financers i un model més àgil de presa de decisions.