'The Digital Banker' reconoce a Xperience CaixaBank por su modelo innovador de fidelización basado en experiencias y contenidos

- ***Xperience CaixaBank ha sido distinguido como 'Best Customer Loyalty Program' en los Global Retail Banking Innovation Awards de la publicación especializada 'The Digital Banker'***

- ***'The Digital Banker' también ha reconocido a 'Late Xperience', el late night show de branded entertainment impulsado por Xperience CaixaBank, como 'Best Social Media Marketing Initiative'***

- ***Los galardones refuerzan la consolidación de Xperience CaixaBank como un programa diferencial en el sector que evoluciona la forma de fidelizar a los clientes a través de la conexión emocional basada en sus intereses relacionados con la música, la cultura, el deporte y la gastronomía***

12 de noviembre de 2026

El programa de experiencias y contenidos de entretenimiento de CaixaBank, Xperience CaixaBank, ha recibido el reconocimiento internacional de la publicación especializada *The Digital Banker,* que ha distinguido a la entidad con dos premios en los Global Retail Banking Innovation Awards: 'Best Customer Loyalty Program', por 'Xperience CaixaBank', y 'Best Social Media Marketing Initiative', por 'Late Xperience'.

El galardón a Xperience CaixaBank como 'Best Customer Loyalty Program' reconoce su consolidación como un programa innovador y diferencial en el sector capaz de conectar con los clientes a través de contenidos y experiencias vinculados a música, cultura, deporte o gastronomía. Xperience CaixaBank representa la apuesta de la entidad por reforzar la vinculación y la conexión emocional con sus clientes más allá de los servicios financieros, a través de una propuesta que combina experiencias y ventajas exclusivas con la generación de contenidos de entretenimiento

El reconocimiento a 'Late Xperience', el *late night show* de *branded entertainment* impulsado por Xperience CaixaBank, como 'Best Social Media Marketing Initiative' pone el foco, por su parte, en la utilización del entretenimiento y las redes sociales para generar *engagement*, comunidad y nuevas formas de conexión con las audiencias.

Los dos reconocimientos refuerzan la consolidación de un programa que supone una evolución en la manera de fidelizar a los clientes. Xperience CaixaBank complementa la calidad del servicio y la propuesta financiera de la entidad con un modelo de vinculación emocional que permite construir

una relación más cercana y continuada alrededor de los intereses, las pasiones y momentos memorables de los clientes.

Más de 200.000 experiencias

Desde su lanzamiento en 2023, Xperience CaixaBank ha generado más de 120.000 experiencias vinculadas a la música, la cultura, el deporte y la gastronomía.

El origen del proyecto se remonta a la pandemia, cuando CaixaBank comenzó a desarrollar contenidos digitales vinculados al entretenimiento para conectar emocionalmente con los clientes. Esa estrategia evolucionó posteriormente hasta el lanzamiento oficial de Xperience CaixaBank en 2023 como un programa global de actividades, experiencias y contenidos, extendiendo al conjunto de clientes de la entidad una propuesta que, hasta entonces, en su vertiente experiencial, estaba limitada a determinados segmentos.

El programa ha seguido evolucionando y ampliando su alcance. Xperience CaixaBank ha impulsado más de 50.000 accesos a preventas de acontecimientos musicales, culturales y deportivos, ha involucrado a más de 2.1 millones participantes en descuentos y sorteos exclusivos, y ha generado más de 35.000 contenidos digitales de entretenimiento. En este sentido, las redes sociales se han convertido en uno de sus principales espacios de relación con la comunidad de Xperience CaixaBank, que supera los 1,5 millones de seguidores.

A lo largo de 2026, Xperience CaixaBank ha desarrollado 63 acuerdos estratégicos en los ámbitos de la música, la cultura, el deporte y la gastronomía, con presencia en todo el territorio nacional. Estos acuerdos permiten ofrecer a los clientes preventas, descuentos, sorteos y experiencias exclusivas, como encuentros con artistas y deportistas, propuestas gastronómicas, *hospitality* en eventos deportivos o acceso preferente a grandes acontecimientos.

De este modo, Xperience CaixaBank avanza en su objetivo de reforzar la vinculación con los clientes a través de experiencias memorables, complementadas con contenidos audiovisuales exclusivos en el ecosistema digital.

Cuatro territorios para conectar con los intereses de los clientes

Xperience CaixaBank se articula en cuatro ámbitos: MusicXperience, CultureXperience, SportsXperience y GastroXperience, cada uno con experiencias, acuerdos y contenidos propios.

MusicXperience está presente en 31 festivales de toda España y ha generado más de 24.000 experiencias exclusivas. Entre sus acuerdos destacan CaixaBank Tarraco Arena, Terramar by CaixaBank, Concert Music Festival en Cádiz, les Nits de Pedralbes, summerFest en la Cerdanya, Mallorcafest, CaixaBank A Coruña LiveXperience, CaixaBank Cantabria Live Xperience, 1001 Músicas CaixaBank en Granada y las Noches del Botánico en Madrid, entre muchos otros.

SportsXperience ofrece experiencias vinculadas al fútbol, a través de *hospitalities* y generación de contenidos; al motor, con presencia en los principales circuitos y competiciones de Grandes Premios del país; y la nieve, con activaciones en las principales estaciones de esquí del panorama nacional.

CultureXperience reúne propuestas relacionadas con el cine y las artes escénicas, con presencia en espacio y eventos culturales de primer nivel, como ek Teatro Soho CaixaBank, el Teatro CaixaBank Príncipe Pío, los Premios Goya, los Premios de la Academia de las Artes Escénicas o o el Festival de Cine Fantástico de Sitges

Por su parte, **GastroXperience** acerca a los clientes a la alta gastronomía a través de sorteos en los mejores restaurantes del país y acuerdos con elBulliFoundation, la Gala MICHELIN, la Real Academia de Gastronomía y el Basque Culinary Center.

Cada uno de estos territorios cuenta, además, con un embajador vinculado a su ámbito: Antonio Banderas en cultura, Ferran Adrià en gastronomía, Dani Fernández en música y Ona Carbonell en deporte, que participan en contenidos, encuentros y experiencias exclusivas del programa.

De las experiencias a un ecosistema propio de contenidos

El programa Xperience CaixaBank combina las experiencias presenciales con una plataforma propia de contenidos audiovisuales vinculados a sus cuatro territorios, con producciones como 'Late Xperience CaixaBank', 'Table Xperience' y 'Xperiencias Con'.

El premiado '**Late Xperience CaixaBank'**, disponible en Movistar Plus+ y en las redes sociales del programa, ya suma tres temporadas, 22 capítulos, 88 invitados y más de 127 millones de visualizaciones.

Ahora, Xperience CaixaBank amplía su programación con '**Table Xperience'**, una serie que reunirá alrededor de una misma mesa a referentes de la cultura, la música, el deporte y la gastronomía. El formato es una evolución de 'Xperiencias Con', que ha superado los 23,5 millones de reproducciones.

La primera temporada contará con cuatro episodios y 16 protagonistas, conducidos por los embajadores de cada territorio: Antonio Banderas, Ona Carbonell, Ferran Adrià y Dani Fernández. Participarán, entre otros, Ángela Molina, Javier Cámara, Belén Cuesta, Ricky Rubio, Irene Paredes, Isidre Esteve, Begoña Rodrigo, Iván Cerdeño, Albert Adrià, Alaska, Ariel Rot y Valeria Castro.

La serie estará disponible en Amazon Prime Video a partir del 16 de noviembre, acompañada de contenidos adicionales en las redes sociales de Xperience CaixaBank.