

Seis marcas se unen a Micappital para promover el ahorro entre los jóvenes

Black Limba, Pompeii, Healthy Hunters, Pilsferrer, C21bebrave y Weareknitters muestran así su compromiso con la educación financiera de la sociedad. La campaña ‘El Día del Ahorro con Micappital’, realizada en Instagram, se salda con más de 5.000 participantes y más de 200 personas interesadas en comenzar a preparar su plan de ahorro

Micappital, fintech española especializada en diseñar planes de ahorro e inversión a medida, mantiene su apuesta por promover la cultura del ahorro y mejorar la educación financiera de las generaciones más jóvenes. Como parte de esa estrategia, la compañía ha buscado la colaboración de seis startups cuyas marcas cuentan con una gran influencia en Instagram para crear una campaña destinada a sensibilizar sobre las ventajas que es posible obtener a partir de un pequeño esfuerzo ahorrador.

Las seis empresas colaboradoras han sido la marca de lencería Black Limba, la de zapatillas Pompeii, el restaurante especializado en poke, ensaladas y sandwiches Healthy Hunters, la artista creadora de cuadros y láminas Pilsferrer, la firma de relojes y gafas C21bebrave y la tienda de kits de ovillos de lana Weareknitters.

La iniciativa, denominada ‘El Día del Ahorro con Micappital’, se ha celebrado el 18 de junio. Se invitaba a los participantes a pintar y colorear su producto favorito de una de estas marcas, y si tras ese esfuerzo su ilustración resultaba ganadora, podían llevárselo gratis, ahorrándose el importe de su compra. Más de 5.000 usuarios de Instagram han participado en la campaña, en la que se han regalado 15 lotes de productos proporcionados por las marcas colaboradoras por un valor total de 800 euros.

Asimismo, durante las dos semanas posteriores a esta acción de sensibilización, Micappital ha conseguido que más de 200 personas se hayan interesado por comenzar a preparar un plan de ahorro para su futuro. De ellas, el 60% con el objetivo general de crear un colchón económico, un 30% con la idea de comprarse una casa, un 5% con la mirada puesta en la compra de un coche y el 5% restante con la intención de realizar un viaje. El importe de partida con el que se plantean comenzar sus planes de ahorro suma un total de 600.000€.

La campaña ‘El Día del Ahorro con Micappital’ forma parte de la apuesta continuada de esta fintech para incentivar que los pequeños ahorradores puedan dar el paso de convertirse en pequeños inversores, facilitándoles para ello productos a su medida, como la reciente Cuenta Inversora Remunerada al 5%, (que ofrece una rentabilidad extra del 5% anual para los primeros 1.000€ invertidos sin necesidad de tener que mover el dinero de su banco), y el asesoramiento personalizado más adecuado a sus necesidades y posibilidades.

Datos de contacto:

Nuria Rabadán
674 71 91 54

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Nacional](#) [Finanzas](#) [Comunicación](#) [Marketing](#) [E-Commerce](#) [Consumo](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>