

CaixaBank se convierte en patrocinador oficial y socio financiero del Real Sporting de Gijón

- **El acuerdo entre ambas entidades contempla un paquete de contraprestaciones en concepto de derechos exclusivos de marca en las diferentes instalaciones deportivas, paquetes de hospitalidad para clientes de la entidad y publicidad en los diferentes canales de comunicación del club.**
- **CaixaBank cuenta con el programa Family Fútbol, que ofrece ventajas financieras y experiencias exclusivas a los aficionados de 16 clubs de Primera División y 15 de Segunda que patrocina la entidad, entre los que estará el Real Sporting.**

Gijón, 24 de enero de 2019.

Hoy ha tenido lugar la presentación del acuerdo de patrocinio entre el Real Sporting de Gijón y CaixaBank por el cual la entidad financiera será patrocinador oficial y socio financiero del club hasta el final de la vigente temporada. **Javier Fernández Rodríguez**, vicepresidente del Real Sporting de Gijón y **Juan Ignacio Domínguez Latorre**, director comercial de CaixaBank en Asturias, han comparecido en un acto especial organizado por el club para escenificar esta nueva colaboración conjunta.

El acuerdo entre ambas entidades contempla el patrocinio principal para CaixaBank, en línea con el modelo que mantiene la entidad financiera con el resto de clubes españoles. Gracias a este patrocinio, CaixaBank contará con un paquete de contraprestaciones en concepto de derechos exclusivos de marca. Estos derechos son vinculantes a las diferentes instalaciones deportivas del club. El acuerdo también contempla paquetes de *hospitality* para clientes de la entidad y publicidad en los diferentes canales de comunicación del Real Sporting de Gijón.

Con este patrocinio, CaixaBank se convierte en el banco de referencia para su operativa bancaria; además de la colaboración en otros ámbitos comerciales, como la emisión de tarjetas financieras personalizadas para los socios y simpatizantes del Sporting. Al mismo tiempo, el compromiso entre el club y CaixaBank permitirá desarrollar y activar numerosas e innovadoras acciones dirigidas a los aficionados.

Esta acción se engloba dentro del programa Family Fútbol, programa de fidelización que gestiona CaixaBank y que permite a los clientes beneficiarse de ventajas exclusivas, como la Cuenta Family sin comisiones y el Préstamo Family, un préstamo de hasta 60.000 euros sin comisión de apertura. Al mismo tiempo, este acuerdo ofrece descuentos en seguros, entre otras ventajas.

Javier Fernández Rodríguez, vicepresidente del Real Sporting de Gijón, ha querido hacer balance del acuerdo de patrocinio. “Para el Sporting supone un placer unir su nombre al de CaixaBank, referente de primer orden en el contexto financiero general y líder de marca en el del fútbol español en particular. Esta colaboración generará nuevos recursos para nuestra entidad, a la vez que devengará cauces de evolución en nuestro entorno para CaixaBank. Por eso mostramos nuestra satisfacción al acoger un gran acuerdo de patrocinio y esponsorización con una firma de evidente solvencia y de tan extraordinaria imagen”.

Juan Ignacio Domínguez Latorre, director comercial de CaixaBank en Asturias, ha manifestado su satisfacción por la firma de este acuerdo: “Con este acuerdo como patrocinador oficial, reafirmamos nuestro compromiso con la estrategia marcada por CaixaBank para convertirnos en el banco de los clubs de fútbol en España. Incorporar al Sporting nos permite colaborar con un club histórico del fútbol español, con una de las canteras más reputadas del panorama nacional como es Mareo y continuar con nuestro apoyo continuo al deporte asturiano”.

CaixaBank, el banco de los equipos de fútbol

CaixaBank impulsó en 2011 una estrategia dirigida a convertirse en el banco de los clubs de fútbol en España. En la actualidad, la entidad financiera patrocina a 16 equipos de Primera División y 15 de Segunda División, copando toda la geografía española.

A través de esta acción, CaixaBank avanza en la generación de negocio al ofrecer experiencias y ventajas exclusivas a sus clientes en toda la geografía española. El objetivo de esta estrategia se centra en incrementar la notoriedad de marca, captar y fidelizar a los clientes en un entorno cada vez más competitivo y en aprovechar nuevas oportunidades comerciales mediante el patrocinio de los clubs de fútbol.

Desde el inicio del programa, CaixaBank ha comercializado 200.000 tarjetas vinculadas a los clubs de fútbol patrocinados, ha captado más de 25.000 nóminas y ha financiado 50.000 abonos.