



CaixaBank recibe al Atlético de Madrid en su oficina del Wanda Metropolitano

- **Juan Antonio Alcaraz, director general de CaixaBank, y Rafael Herrador, director territorial de CaixaBank en Madrid, han recibido a una delegación del club rojiblanco, encabezada por su presidente, Enrique Cerezo y su consejero delegado, Miguel Ángel Gil.**
- **La visita institucional también ha contado con la presencia de Koke y José María Giménez, jugadores del primer equipo masculino, y de Amanda Sampedro y Silvia Meseguer, capitanas del equipo femenino que acaba de conquistar la Liga.**
- **La nueva oficina del Wanda Metropolitano, inaugurada hace un año, pone de manifiesto la estrecha vinculación entre ambas entidades, que se remonta a 1998 cuando CaixaBank abrió la primera oficina de la entidad en el Vicente Calderón.**

Madrid, 14 de mayo de 2019.

La oficina de CaixaBank ubicada en el Wanda Metropolitano y tematizada con la imagen corporativa del Atlético de Madrid, que cumple su primer aniversario, ha acogido la visita de una delegación del club, encabezada por su presidente, Enrique Cerezo, y su consejero delegado, Miguel Ángel Gil, así como de una representación de jugadores formada por 'Koke' Resurrección, José María Giménez, Amanda Sampedro y Silvia Meseguer.

Juan Antonio Alcaraz, director general de CaixaBank, y Rafael Herrador, director territorial de CaixaBank en Madrid, les dieron la bienvenida y les mostraron las instalaciones de esta oficina, que cuenta con un pequeño córner que simula el terreno de juego, donde están expuestas las equipaciones del club, y en la que destaca el papel de CaixaBank como patrocinador oficial del Atlético de Madrid y los medios de pago para los simpatizantes de la entidad rojiblanca como la tarjeta de crédito affinity y la pulsera contactless del Atlético de Madrid. Hasta la fecha ya se han emitido cerca de 5.000 de estas tarjetas.

La oficina también dispone de una zona VIP tematizada con los trofeos que ha conseguido el club madrileño a lo largo de su historia. En este área, los jugadores y directivos del Atlético de Madrid reciben atención personalizada para realizar todos los trámites que requieren. Al mismo tiempo, la oficina cuenta con tres despachos tematizados con leyendas del club, imágenes de todos sus estadios y los triunfos cosechados en sus 116 años de vida.



La oficina Wanda Metropolitano trabaja por y para el club, sus empleados, empresas vinculadas y aficionados. Es una de las oficinas más premiadas por la excelencia en la atención al cliente y cuenta con uno de los mayores ratios por empleado por volumen de negocio y número de clientes, además de ser una de las oficinas con mayor número de clientes del segmento de Banca Privada.

El director general de CaixaBank, Juan Antonio Alcaraz, ha puesto en valor el programa Family Fútbol, clave en la estrategia de la entidad y en la puesta en marcha de oficinas como la del Wanda Metropolitano: “El programa Family Fútbol es nuestra propuesta de valor que permite a CaixaBank acercarse a los aficionados del fútbol ofreciendo los mejores productos financieros vinculándolos a su gran pasión. A través de este programa trabajamos con dos objetivos comerciales: captación de clientes y su vinculación con la entidad. Porque para nosotros es importante ser la entidad de referencia de los aficionados al fútbol de la misma manera que lo somos de los clubs que patrocinamos y de los que somos su socio financiero”. El director general de CaixaBank ha añadido que “desde el inicio del programa, CaixaBank ha comercializado más de 200.000 tarjetas vinculadas a los clubs de fútbol patrocinados, ha captado más de 25.000 nóminas y ha financiado 50.000 abonos”.

Por su parte, el director territorial de CaixaBank en Madrid, Rafael Herrador, ha destacado la especial vinculación que une a CaixaBank con el club, que se remonta incluso antes de 1998 cuando se abrió la primera oficina de la entidad en el estadio Vicente Calderón. Desde entonces ambas instituciones han colaborado estrechamente y el club siempre ha contado con el respaldo de CaixaBank como socio financiero oficial. Herrador aprovechó para destacar los valores que comparten ambas entidades. “Compartimos nuestros valores corporativos con el club, que son liderazgo, estamos como partner de un club líder, la confianza entre las dos entidades y el compromiso social. En este punto tenemos que agradecer al club su disponibilidad para ayudarnos en las iniciativas sociales que impulsa la Obra Social”, ha afirmado el director territorial.

Durante la visita institucional también intervino el consejero delegado del Atlético de Madrid, Miguel Ángel Gil, quien destacó la estrecha relación que une a ambas entidades desde hace décadas: “La inauguración de esta oficina es una muestra más del crecimiento de CaixaBank vinculado al Atlético de Madrid y de nuestro propio club. No podemos nada más que dar las gracias a CaixaBank, ya que han pasado sus oficinas de siempre en el Calderón a la de ahora en el Wanda Metropolitano. Además, éstas han sido de lo más rentable para la entidad”.

Los jugadores Koke, José María Giménez, Amanda Sampedro y Silvia Meseguer también quisieron recalcar la modernidad, amplitud y gran trato que ofrece la oficina de CaixaBank en el Wanda Metropolitano.



CaixaBank, el banco de los clubes de fútbol

CaixaBank impulsó en 2011 una estrategia dirigida a convertirse en el banco de los clubes 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 cada territorio de influencia de la entidad. 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 clubes de fútbol.

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