

CaixaBank renueva hasta 2022 como patrocinador oficial y socio financiero del Real Sporting de Gijón

- **La entidad financiera, a través del presupuesto descentralizado de la Fundación “la Caixa”, también colaborará en el proyecto de fútbol adaptado de RSG Genuine de la Fundación Mareo.**
- **Juan Pedro Badiola, Director Territorial Norte de CaixaBank, destaca la importancia de este acuerdo con el que “pretendemos seguir explorando nuevos campos que nos presenta esta alianza”.**
- **“Agradecemos a CaixaBank de nuevo la confianza en el Club extendiendo la colaboración hasta el año 2022”, señala Javier Martínez, vicepresidente del Real Sporting de Gijón.**

Gijón, 15 de diciembre de 2020

CaixaBank y el Real Sporting de Gijón han firmado un nuevo acuerdo mediante el cual la entidad bancaria renueva su condición de patrocinador y socio financiero del club hasta el año 2022. La entidad financiera, presidida por Jordi Gual y dirigida por Gonzalo Gortázar, ha querido seguir mostrando su apoyo y compromiso con el club y con toda su afición.

El acuerdo entre ambas entidades establece el patrocinio de CaixaBank, gracias al cual la entidad financiera contará con diversas contraprestaciones en concepto de derechos de marca. Estos derechos son vinculantes a las diferentes instalaciones deportivas del club. El patrocinio también incluye paquetes de *hospitality* para clientes de la entidad y publicidad en El Molinón, así como en los diferentes canales de comunicación del Real Sporting de Gijón.

Por otro lado, el acuerdo renueva la relación que se inició en 2017 como el socio financiero para la operativa financiera del club y mantiene la colaboración en otros ámbitos comerciales, como la emisión de tarjetas financieras diseñadas y personalizadas para los simpatizantes del equipo. Al mismo tiempo, el renovado compromiso entre el club y la entidad financiera permitirá a CaixaBank desarrollar, activar y coordinar conjuntamente innovadoras acciones dirigidas a los aficionados.

En el acto de la firma del acuerdo han estado presentes Javier Martínez, vicepresidente del Real Sporting de Gijón, y Juan Pedro Badiola, Director Territorial Norte de CaixaBank. Badiola, quién ha puesto de manifiesto “el impulso estratégico que supone para CaixaBank poder seguir de la mano de un club como el Real Sporting de Gijón, que ha sabido sobreponerse a todo tipo de situaciones, siendo una entidad con la que nos sentimos muy identificados y con la que compartimos muchos valores”.

Además, Badiola señala que “este nuevo acuerdo nos presenta un amplio abanico de posibilidades que nos va a permitir seguir explorando nuevos campos y que beneficiará directamente al aficionado”.

Por su parte, Javier Martínez, vicepresidente del Real Sporting de Gijón, pone en valor este acuerdo “para el club es muy importante tener una cartera estable de patrocinadores y que nuestros patrocinadores de cabecera se mantengan a largo plazo”.

Impacto transformador del RSG Genuine

Además, CaixaBank, a través del presupuesto descentralizado de la Fundación “la Caixa”, también ha querido mostrar su apoyo al proyecto del RSG Genuine y con el cual se pretende desarrollar diversas acciones conjuntas para seguir potenciando el proyecto deportivo e integrador del equipo Genuine. Entre las que se encuentra el apoyo a este equipo que forma a jóvenes asturianos en riesgo de exclusión a través de la Fundación Mareo. Una unión que supone una alianza que buscará aumentar el impacto transformador de acciones solidarias.

Gracias a su capilaridad territorial, la red de oficinas de CaixaBank puede apoyar a la Fundación “la Caixa” en su labor social, detectando necesidades de entidades sociales locales como las de Fundación Mareo y canalizando una parte del presupuesto de la Fundación. En 2019, el 92% de las oficinas del banco apoyaron algún proyecto social e hicieron posible que miles de pequeñas y medianas entidades sociales solidarias pudieran acceder a ayudas económicas para sacar adelante sus programas.

En este sentido, Juan Pedro Badiola ha señalado “la importancia de la solidaridad y colaboración entre las distintas entidades e instituciones para proteger a las personas en situación de vulnerabilidad”. Además, ha añadido que “hemos podido comprobar estos meses el esfuerzo que estos chicos y chicas hacen por seguir entrenando desde sus casas, pese a las dificultades que ello conlleva, y como el deporte se convierte en una herramienta de transformación”.

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. Actualmente, la entidad patrocina a 16 equipos de Primera División y 13 de Segunda División.

Para CaixaBank, el patrocinio deportivo es una herramienta estratégica de comunicación que imparte valores que la entidad comparte con la práctica deportiva, como son el liderazgo, el esfuerzo, la superación y el trabajo en equipo. A través del patrocinio, la entidad financiera fomenta el progreso cultural, social y económico, en línea con sus valores fundacionales de compromiso con la sociedad.

A través de esta acción, bajo la nomenclatura *Family Futbol*, CaixaBank avanza en la generación de negocio al ofrecer experiencias únicas y ventajas financieras 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 aficionados para convertirlos en clientes fruto de iniciativas diferenciales, así como en aprovechar nuevas oportunidades comerciales fruto de acciones acordadas con los clubes de fútbol patrocinados. Con Family Fútbol, CaixaBank ha comercializado 200.000 tarjetas vinculadas a los clubes de fútbol patrocinados, ha captado más de 30.000 nóminas y ha financiado 75.000 abonos.