

CaixaBank se convierte en nuevo patrocinador de la SD Amorebieta hasta el año 2023

- **Jon Larrea, presidente de la SD Amorebieta, y Juan Pedro Badiola, Director Territorial Norte de CaixaBank, han suscrito el acuerdo para las próximas dos temporadas, vigente hasta el 30 de junio de 2023.**
- **Con este compromiso, CaixaBank se une como patrocinador oficial y socio financiero de la SD Amorebieta con el objetivo de apoyar al club y a sus aficionados en esta temporada histórica que ha supuesto el ascenso al fútbol profesional.**
- **CaixaBank refuerza su posicionamiento como el banco referente de los clubes de fútbol, donde cuenta con 15 equipos patrocinados en Primera División, 15 de Segunda División y a 9 de los 18 equipos de la Primera División Femenina.**

Amorebieta-Etxano, 26 de agosto de 2021

CaixaBank y la SD Amorebieta han suscrito un nuevo acuerdo de patrocinio mediante el cual la entidad financiera se convierte en patrocinador oficial del club y socio financiero para las próximas dos temporadas. El acuerdo, que tiene como objetivo reforzar el compromiso y apoyo de CaixaBank con el club y su afición, estará vigente hasta la finalización de la temporada 2022-2023.

Juan Pedro Badiola, Director Territorial Norte de CaixaBank, y Jon Larrea, Presidente de la SD Amorebieta, han rubricado hoy este compromiso en Urritxe. Con este nuevo patrocinio CaixaBank será patrocinador principal y banco oficial del club por primera vez en su historia.

El acuerdo contempla el patrocinio exclusivo dentro del sector bancario y establece diversas contraprestaciones en concepto de derechos exclusivos de marca. Estos derechos son vinculantes a los canales oficiales de comunicación del club, las diferentes instalaciones deportivas, donde se dispondrán de paquetes de *hospitality* para clientes de la entidad, así como publicidad en los partidos que la SD Amorebieta dispute como local en Lezama.

Al mismo tiempo, el pionero compromiso con el club permitirá a CaixaBank desarrollar, activar y coordinar conjuntamente innovadoras acciones, tanto digitales como presenciales, dirigidas a los aficionados, siempre que la situación socio sanitaria provocada por la pandemia lo permita. Entre ellas destacan *meet and greet* con futbolistas, fotografías oficiales a pie de campo en la previa de los partidos, localidades preferentes para disfrutar de un encuentro en condiciones excepcionales o la participación en múltiples actividades lúdicas impulsadas por la entidad financiera.

Un hito para el fútbol vasco

Durante el acto celebrado en Urritxe, Juan Pedro Badiola, Director Territorial Norte de CaixaBank, ha señalado que “teníamos claro que en un club como el Amorebieta, que ha llegado al fútbol profesional haciéndose a sí mismo y desde la humildad, había que estar junto a él en esta nueva aventura que marcará un hito en el fútbol vasco en general y en el vizcaíno en particular”.

En este sentido, Badiola ha apuntado que “en CaixaBank nos gusta mucho el deporte, y queda claro con la apuesta que estamos haciendo en todo nuestro territorio, con ejemplos como el de la liga de traineras o la pelota a mano. Pero el fútbol también es una de las apuestas firmes de CaixaBank y que nos ha llevado a ser la referencia de muchos clubs de fútbol y aficionados. Clubs de todos los tamaños, pero que todos proyectan un sentimiento muy arraigado, por lo que lo que para nosotros es un honor poder ir de la mano del Amorebieta las próximas dos temporadas”.

Por su parte, Jon Larrea, presidente de la Sociedad Deportiva Amorebieta, ha dado las gracias a CaixaBank y a Juan Pedro Badiola por el apoyo que ambos han brindado al club zornotzarra “ahora, en este momento de éxito deportivo y notoriedad mediática, pero también durante los últimos años, de una forma discreta pero siempre decidida”.

Larrea ha querido poner en valor el hecho de que la firma del acuerdo de patrocinio para las temporadas 2021-2022 y 2022-2023 “constituye un hito más en la estrecha y larga relación que la SDA y CaixaBank mantienen desde hace años. Desde que en julio de 2018 accedimos a la Junta Directiva del club, siempre hemos encontrado abiertas las puertas de CaixaBank y de Badiola. Y quiero remarcar lo de ‘siempre’: estuviera el primer equipo en la Liga SmartBank y en el fútbol profesional, como ocurre en la actualidad, o estuviera en los puestos de descenso de Segunda B y en una situación económica muy delicada, como era hace menos de tres años. No son palabras gratuitas: eso ha sido así y creo que es de justicia que hoy lo digamos públicamente”. En este sentido, Larrea ha declarado que a él, como presidente, y a la SDA, como institución, les hacía una especial ilusión estampar la firma de este acuerdo “con un zornotzarra”, en referencia a Badiola.

Para finalizar, el presidente del club azul ha asegurado que “para la SDA constituye una gran satisfacción poder vincular su nombre al de CaixaBank, una entidad que viene avalada por años de ayuda, soporte e impulso del deporte vasco en numerosas disciplinas, algunas tan arraigadas en nuestra cultura como la pelota o el remo”.

CaixaBank, el banco de los clubes de fútbol

Hace 10 años CaixaBank amplió su apuesta por el fútbol para convertirse en el banco de referencia de los equipos y sus aficiones. Esta estrategia, canalizada bajo el hastag de **#ElFútboldeTodos**, le ha convertido en patrocinador oficial del 80% de equipos de fútbol profesional masculino, puesto que cuenta con 15 equipos de Primera División y 15 de Segunda División. Además, la entidad financiera es patrocinador de 9 de los 18 equipos de la primera división femenina.

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 Experience y *#elfutboldetodos*, 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.

A través de esta acción, CaixaBank ha comercializado 300.000 tarjetas vinculadas a los clubes de fútbol patrocinados, ha captado más de 50.000 nóminas y ha financiado 100.000 abonos.