

CaixaBank se convierte en patrocinador oficial del Club de fútbol Fuenlabrada

- **El acuerdo entre ambas entidades contempla un paquete de contraprestaciones en concepto de derechos exclusivos de marca en las instalaciones deportivas, paquetes de hospitalidad para clientes de la entidad y publicidad en los diferentes canales del club.**
- **CaixaBank cuenta con un paquete que ofrece ventajas financieras y experiencias exclusivas a los aficionados de 14 equipos de primera división y 17 de segunda que patrocina la entidad. Además, la entidad financiera es patrocinador de 9 de los 16 equipos de la primera división femenina.**
- **En el acto de presentación del acuerdo, que ha tenido lugar en el Estadio Fernando Torres de Fuenlabrada, han participado Jonathan Praena presidente del Club de Fútbol Fuenlabrada y Juan Luis Vidal, director territorial de CaixaBank en Madrid Sur.**

Fuenlabrada, 8 de junio de 2022

CaixaBank y Club de Fútbol Fuenlabrada han firmado un acuerdo de colaboración mediante el cual la entidad financiera se convierte en patrocinador oficial del CF Fuenlabrada hasta la temporada 2024-2025 reforzando su compromiso y apoyo con el club y 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, tales como paquetes de *hospitality* para clientes y publicidad en el Estadio Fernando Torres, así como en los diferentes canales de comunicación del C.F Fuenlabrada.

Por otro lado, el acuerdo establece a CaixaBank como entidad de referencia en la operativa financiera del club y mantiene la colaboración en otros ámbitos comerciales. Al mismo tiempo, el renovado compromiso permitirá a CaixaBank desarrollar, activar y coordinar conjuntamente acciones innovadoras dirigidas a los aficionados y jugadores.

En el acto de presentación del acuerdo, que ha tenido lugar en el Estadio Fernando Torres, han participado Jonathan Praena, presidente del Club de Fútbol Fuenlabrada y Juan Luis Vidal, director territorial de CaixaBank en Madrid Sur.

Para el director territorial, “este nuevo acuerdo nos presenta un amplio abanico de posibilidades que nos va a permitir seguir explorando nuevos campos y que va a beneficiar directamente al aficionado del Club de Fútbol Fuenlabrada” y ha añadido que “con este patrocinio reafirmamos nuestro compromiso con la estrategia marcada por CaixaBank para convertirnos en el banco de los clubs de fútbol en España”

Por su parte, el presidente del C.F Fuenlabrada ha puesto en valor este acuerdo apuntando que “es un acuerdo beneficioso para todos nuestros aficionados que son nuestros mejores representantes y siempre trabajamos para ellos. Además, para nosotros es un orgullo ir de la mano de una entidad como CaixaBank. Estamos seguros de que creceremos mucho juntos”.

CaixaBank, el banco de los clubs de fútbol

Hace 11 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 la etiqueta *#EIFútboldetodos*, le ha convertido en patrocinador oficial del 80% de equipos de fútbol profesional masculino, puesto que cuenta con 14 equipos de Primera División y 17 de Segunda División. Además, la entidad financiera es patrocinador de 9 de los 16 equipos de la Primera División femenina.

Para CaixaBank, el patrocinio deportivo es una herramienta estratégica de comunicación que ayuda a impartir 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 *#EIFútboldetodos*, CaixaBank acerca los clubs a sus aficionados al mismo tiempo que avanza en la generación de negocio. En cada acuerdo, la entidad financiera se vincula con los clubs para ofrecer experiencias únicas a sus socios y aficionados y, al mismo tiempo, promover ventajas financieras exclusivas a sus clientes en cada territorio.

El objetivo de esta estrategia se centra en incrementar la notoriedad de marca, captar y fidelizar a los aficionados de cada equipo para convertirlos en clientes, así como en aprovechar nuevas oportunidades comerciales fruto de acciones acordadas con los clubs de fútbol patrocinados. CaixaBank ha comercializado 300.000 tarjetas y pulseras *contactless*



vinculadas a los clubes de fútbol patrocinados, ha captado más de 50.000 nóminas y ha financiado 100.000 abonos, situándose como líder del fútbol español.

