

CaixaBank y el UCAM Murcia C.F. reúnen a cerca de 300 niños de entidades sociales en el Estadio BeSoccer La Condomina

- **En la iniciativa ‘Unidos por el balón’, que ha sido organizada por CaixaBank y el UCAM Murcia C.F, han participado niños de CEPAIM, COPEDECO, Plena Inclusión, Fundación Secretariado Gitano, Cáritas, y FUTSAL y han colaborado las empresas El Pozo Alimentación, Juver, Patata Rubio, Agua de Cantalar.**
- **Los participantes en la iniciativa solidaria han pasado por cada una de las 30 estaciones de juegos que se han desplegado por todo el terreno de juego del Estadio BeSoccer La Condomina arropados por la primera plantilla del UCAM Murcia C.F. y miembros de Voluntariado CaixaBank.**
- **La directora territorial de CaixaBank en la Comunidad Valenciana y la Región de Murcia, Olga García, ha manifestado que “la iniciativa ‘Unidos por el balón’ es una manifestación de lo que podemos conseguir mediante las alianzas entre instituciones, alianzas solidarias que nos vuelven a unir al UCAM Murcia C.F. para alcanzar una causa común”.**

Murcia, 10 de abril de 2024

CaixaBank y el UCAM Murcia C.F han impulsado este miércoles por la tarde una actividad solidaria con cerca de 300 niños de seis entidades sociales de la Región de Murcia en el Estadio BeSoccer La Condomina, que han estado arropados por la primera plantilla del UCAM Murcia C.F. y miembros de Voluntariado CaixaBank.

En la actividad, desarrollada en el terreno de juego del mítico estadio, han participado la directora territorial de CaixaBank en la Comunidad Valenciana y la Región de Murcia, Olga García Saz; y el director general de Deportes de la Universidad Católica de Murcia (UCAM), Pablo Rosique.

Los más de 300 niños participantes, con edades comprendidas entre los 5 y 12 años, son beneficiarios de seis entidades sociales de la Región de Murcia: CEPAIM, COPEDECO, Plena Inclusión, Fundación Secretariado Gitano, Cáritas, y FUTSAL. Además, en la actividad

solidaria 'Unidos por el balón' han colaborado cuatro empresas de la Región de Murcia como son El Pozo Alimentación, Juver, Patatas Rubio y Agua de Cantalar.

La jornada solidaria ha constado de un circuito deportivo repartido por todo el terreno de juego, que ha estado conformado por 30 estaciones con diferentes actividades. Los cerca de 300 niños, con edades comprendidas entre los cinco y los 12 años, han participado en cada una de ellas junto a componentes de la primera plantilla del UCAM Murcia C.F. y de Voluntariado CaixaBank.

La directora territorial de CaixaBank en la Comunidad Valenciana y la Región de Murcia ha manifestado que "la iniciativa 'Unidos por el balón' es una manifestación de lo que podemos conseguir mediante las alianzas entre instituciones, alianzas solidarias que nos vuelven a unir al UCAM Murcia C.F. para alcanzar una causa común". "Nos sentimos muy orgullosos de que empresas de la Región de Murcia, como El Pozo Alimentación, Juver, Patatas Rubio o Agua de Cantalar, se sumen a estas actividades solidarias que acercan el deporte a los más pequeños", ha añadido García.

Por su parte, el director general de Deportes de la UCAM ha declarado que "ambas empresas trabajamos de forma conjunta por el deporte y la solidaridad. En nuestro ADN UCAM tenemos el deporte como vía para ayudar a los que más lo necesitan".

CaixaBank, fruto de la apuesta que la entidad financiera hace por el deporte, patrocina desde hace ocho temporadas el UCAM Murcia C. F. y, de manera conjunta, generan impactos positivos en la Región de Murcia con iniciativas sociales, como la que se ha presentado esta mañana.

Para CaixaBank, el patrocinio deportivo es una herramienta estratégica de comunicación que ayuda a divulgar 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 #ElFútboldetodos, CaixaBank impulsa múltiples activaciones con el objetivo de acercar los clubes a sus aficionados al mismo tiempo que avanza en la generación de negocio. En cada acuerdo, la entidad financiera se vincula con los clubes para ofrecer experiencias únicas a sus socios y aficionados y, al mismo tiempo, promover ventajas financieras exclusivas.

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 clubes de fútbol patrocinados.