

CaixaBank renueva como patrocinador oficial y socio financiero del Villarreal CF hasta el 2029

- **El nuevo acuerdo, vigente hasta el final de la temporada 2028/2029, afianza una relación histórica que refuerza el papel de CaixaBank como el banco de los clubes de fútbol y sus aficiones en España**
- **Olga García, directora territorial de CaixaBank en la Comunidad Valenciana y Región de Murcia, y Fernando Roig, consejero delegado del Villarreal CF, han sellado el acuerdo en el Estadio de La Cerámica**
- **Mediante esta colaboración, CaixaBank mantiene su apoyo al club y a sus aficionados, centrando la actividad en la operativa financiera, la implementación de los derechos de marca en las instalaciones deportivas, paquetes de hospitality para clientes y acciones innovadoras dirigidas a los aficionados para acercarlos al día a día del club**

Villarreal, 1 de diciembre de 2025

CaixaBank ha firmado su renovación con el Villarreal CF como patrocinador oficial del club y socio financiero hasta el final de la temporada 2028/2029. Olga García, directora territorial de CaixaBank en la Comunidad Valenciana y Región de Murcia; y Fernando Roig, consejero delegado del Villarreal CF han rubricado el acuerdo en un acto celebrado en el Estadio de La Cerámica. El histórico apoyo desde al año 2013 de la entidad financiera al club se extiende así hasta junio de 2029.

El acuerdo incluye colaboración en el ámbito financiero, como la emisión, por parte de CaixaBank, de tarjetas bancarias para los abonados, socios y simpatizantes del club, dotadas de todas las ventajas asociadas a las tarjetas Visa *contactless* y personalizadas con los colores y el escudo oficial. Al mismo tiempo, estas tarjetas permitirán a los usuarios participar en iniciativas exclusivas como partidos de clientes en las instalaciones oficiales del club, como si de un jugador profesional se tratara.

Como socio financiero, CaixaBank también impulsará jornadas de educación financiera con toda la plantilla y cuerpo técnico del primer equipo para abordar la importancia de la formación, la planificación y el asesoramiento financiero en la gestión de sus ahorros e inversión.

Asimismo, CaixaBank y el Villarreal CF organizarán conjuntamente acciones dirigidas a los aficionados, como encuentros 'Meet & greet' con jugadores del primer equipo y la activación de

sorteos y promociones a través de los canales de comunicación oficiales del club. El objetivo que la entidad financiera persigue con estas múltiples acciones es acercar el club a sus aficionados en el día a día y reforzar su posicionamiento del banco de los clubes de fútbol y sus aficiones en España.

Además, el patrocinio conlleva contraprestaciones en concepto de derechos de marca y paquetes de *hospitality* para clientes, así como presencia de imagen en el estadio, en la ciudad deportiva y en los diferentes canales de comunicación del club. Asimismo, CaixaBank se reserva la opción de utilizar activos para realizar acciones especiales con entidades sociales del territorio, en una muestra del compromiso social de la entidad financiera.

CaixaBank, el banco de los clubes de fútbol

Hace 13 temporadas CaixaBank amplió su apuesta por el fútbol para convertirse en el banco de referencia de los equipos y sus aficiones. Esta estrategia le ha consolidado como patrocinador oficial de 14 equipos de Primera División y 14 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 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.

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.