

CaixaBank y el RCD Espanyol homenajean a su equipo Special con una tanda de penalties en el RCDE Stadium

- **En el marco del partido de la 29 jornada de LALIGA entre el primer equipo masculino y el Getafe CF, los jugadores del equipo RCD Espanyol Special han participado en una tanda de cinco penaltis durante el descanso para vivir, de primera mano, la misma experiencia que sus compañeros del primer equipo**
- **Esta pionera acción pretende rendir homenaje a los jugadores del equipo RCD Espanyol Special y acercar el equipo a su afición de la mano de CaixaBank, patrocinador oficial del club hasta el final de la temporada 2027/2028**
- **En este nuevo ciclo del patrocinio, CaixaBank se ha involucrado, por primera vez, con el equipo RCD Espanyol Special, vigente campeón de la Liga Genuine, la competición de LALIGA integrada por equipos de personas con discapacidad intelectual**

21 de marzo de 2026.

CaixaBank y el RCD Espanyol han organizado una tanda de penaltis muy especial junto al equipo RCDE Special. Esta acción, que busca acercar a sus jugadores a la afición, se ha organizado durante el partido de la jornada 29 de LALIGA del primer equipo masculino, disputado contra el Getafe CF.

Durante el descanso, cinco jugadores del RCDE Special han sido los protagonistas, lanzando una tanda de penaltis y viviendo la experiencia como sus compañeros del primer equipo ante un RCDE Stadium entregado. Germán Martín, José Antonio Torres, Hugo Díaz, Víctor Moreno y Víctor Fernández han sido los jugadores implicados.

Esta acción, pionera en LALIGA, es fruto del histórico patrocinio entre CaixaBank y el RCD Espanyol, que se extiende hasta junio de 2028. Este nuevo ciclo del patrocinio ha incorporado como novedad el patrocinio de esta sección deportiva por parte de la entidad financiera como foco a su programa de inclusión.

Un patrocinio cargado de significado social

Dentro del citado programa de inclusión que promueve CaixaBank, la entidad financiera ha iniciado esta acción, que itinerará en otros estadios y de la mano de otros clubes patrocinados, con el objetivo de promover la inclusión social, dar visibilidad a estos equipos de la Liga Genuine y rendirles homenaje.

La actividad va acompañada de un plan de difusión en redes sociales y medios con testimonios de los protagonistas para concienciar sobre la integración y los valores que promueve la práctica deportiva.

Vinculación histórica

La colaboración histórica entre CaixaBank y el RCD Espanyol se remonta a más de dos décadas y el actual acuerdo se extiende hasta finales de la temporada 2027/2028. La reciente inclusión del patrocinio al equipo RCD Espanyol Genuine refleja el enfoque de la entidad en generar un impacto social significativo a través del deporte. Durante la vigencia de este acuerdo, CaixaBank lanzará diversas activaciones para acercar el club a sus seguidores, desde ofertas personalizadas en sus productos financieros hasta encuentros con jugadores y promociones exclusivas. Esta colaboración sitúa a la entidad como un pilar en el ámbito del patrocinio deportivo profesional en España.

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 13 equipos de Primera División y 13 de Segunda División. Además, la entidad financiera es patrocinador de 7 equipos femeninos de fútbol.

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.