



Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación

Trabajo de Fin de Grado

Grado en Periodismo

**La publicidad en las retransmisiones de fútbol de
Primera y Segunda División de España: estudio
de caso durante la temporada 2022/2023**

Alumno: Yelko García Jorge

Tutor: Dr. David Fuentesfría Rodríguez

Curso Académico: 2022/2023

RESUMEN

El fútbol en España es uno de los mayores eventos deportivos y de los que más repercusión tiene en la sociedad española. Nuestro balompié no solo se queda en nuestras fronteras, sino que también viaja hasta los rincones más alejados del mundo, convirtiéndose así en un producto global. De esta manera, la publicidad utilizada durante las emisiones de los partidos de fútbol tiene un gran valor representativo y económico. Este trabajo busca analizar las tendencias actuales de promoción en los partidos de fútbol profesional en España, además de saber qué empresas tienen mayor interés en promocionarse en los encuentros. Por otro lado, el estudio también tratará de conocer el efecto real que tienen esas promociones en los espectadores del fútbol nacional. Las conclusiones de este trabajo deducen que la publicidad entre Primera y Segunda División es muy distinta en cuanto a contenido y forma, destacando en la primera la globalidad y en la segunda la localidad. Además, se aprecia también que las empresas más patrocinadas por encuentro tienen que ver el consumo alcohólico. Por último, no parece existir una correlación entre la publicidad y el público espectador, que no es un gran adquiridor de los productos y/o servicios promocionados en los encuentros de fútbol.

Palabras clave: Fútbol, Publicidad, Primera División, Segunda División, Televisión, LaLiga Santander, LaLiga SmartBank, Audiencia.

ABSTRACT

Football is a dominant force in Spain, with a considerable influence on Spanish society. Its global reach has made football matches a highly coveted product for advertisers, with advertising during broadcasts having immense economic and representative value. The advertising displayed during football match broadcasts holds significant representative and economic value. As such, this study endeavours to conduct a thorough analysis of current promotional trends in professional football matches in Spain, while also naming the companies that are most interested in using these events for promotional purposes. The study endeavours to learn the genuine impact of promotions on the attitudes and behaviours of national football spectators, as well as to analyse the divergent approaches to advertising between the First and Second Division. The conclusions drawn from the research prove that the First Division prioritizes a global perspective, while the Second Division emphasizes a local focus. The meeting's

sponsors are predominantly companies involved in the alcoholic beverage industry. Additionally, there seems to be a lack of correlation between advertising and the spectator public, who do not appear to be significant consumers of the products or services being promoted at football matches.

Key words: Football, Advertising, First Division, Second Division, Television, LaLiga Santander, LaLiga SmartBank, Audience.

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN Y JUSTIFICACIÓN.....	5
2. ESTADO DE LA CUESTIÓN.....	6
3. MARCO TEÓRICO.....	7
a. PUBLICIDAD	
b. AUDIENCIA	
4. OBJETIVOS Y PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN.....	15
5. METODOLOGÍA.....	15
6. ANÁLISIS Y RESULTADOS.....	22
7. CONCLUSIONES.....	40
8. BIBLIOGRAFÍA.....	41
9. ANEXOS.....	44
a. FICHA DE ANÁLISIS EN BLANCO	
b. FICHAS DE ANÁLISIS COMPLETAS	

1. INTRODUCCIÓN Y JUSTIFICACIÓN

El fútbol es uno de los eventos de masas con más repercusión en la vida social de España. Tanto es así que muchas veces la información y actualidad futbolística es más relevante para la ciudadanía que algunos asuntos de interés nacional, como la política. Esta importancia tiene una relevancia histórica, ya que el balompié ha calado en la sociedad como el deporte mayoritario del país. Es poco común no encontrar ningún lugar en un fin de semana donde no se esté emitiendo o jugando un encuentro. Así, el sentimiento y la pasión se unen en una disciplina deportiva, capaz de generar la mayor de las alegrías y la peor de las tristezas.

La gran masa que mueve el fútbol en España ha hecho que sea uno de los eventos más rentables para la economía española en los últimos tiempos. Esta circunstancia ha hecho que la publicidad gane un mayor nivel de importancia en el desarrollo del juego. Los partidos de fútbol de Primera y Segunda División se han convertido en un gran escaparate para nuevas empresas u otras asentadas en el mercado que quieren mejorar su imagen o atraer a más clientes. Por ello, las características de los encuentros de fútbol (terrenos de juego, equipaciones, descansos publicitarios, etc.) favorecen en gran medida la presencia de anuncios y promociones.

El presente estudio analizará la publicidad existente en la actualidad en los eventos del fútbol nacional de España, tratando de descubrir las diferentes claves que propician la aparición de una creciente cuota de publicidad en los partidos televisados del fútbol profesional en el país. Además, también investigará el nivel de paridad que existe entre la cuota publicitaria de Primera y Segunda División, cuyo público objetivo es muy distinto, ya que mientras que la primera está enfocada como un producto global la segunda tiene un alto componente de localidad en los destinatarios de sus emisiones.

De esta misma forma, conviene estudiar las diferentes empresas que buscan patrocinio en los eventos de fútbol en España. Debido a la diferencia entre los públicos, es normal pensar que las promociones emitidas en una y otra categoría varían en función de características como la relevancia de los partidos, el horario seleccionado o la conexión geográfica entre la empresa y el posible telespectador. Así, no solo se buscará analizar qué empresas se patrocinan en la actualidad en España, sino también que ha ocurrido con el hueco dejado en el año 2021 por las empresas de apuestas, cuyo patrocinio fue vetado por el gobierno español (El Confidencial, 2021).

Además de lo citado, el estudio también tratará de indagar sobre la efectividad de las promociones emitidas en los encuentros de fútbol. Pese a la gran cantidad de formatos y empresas que se puedan patrocinar en un encuentro de fútbol, no está para nada garantizada una respuesta positiva del consumidor. Es más, la llegada de nuevos formatos publicitarios a los encuentros gracias a la tecnología, como la publicidad virtual, puede suponer un estorbo más que una innovación para el público espectador. De hecho, la publicidad invasiva es una de las grandes innovaciones de la web y que, de momento, no ha dado el salto a la pequeña pantalla.

Pese a ello, la publicidad sigue apareciendo en los encuentros televisivos y cada vez con más relevancia, por lo que sería lógico pensar que esa aparición ha aumentado el nivel de beneficio de las empresas, que han visto en el fútbol un nicho factible a explotar. Sin embargo, un miedo de las compañías también puede ser la poca importancia que el consumidor pueda darle a la publicidad, ya que nada garantiza que la persona ponga los ojos más allá de lo que está ocurriendo en el terreno de juego.

La relevancia del fútbol en la sociedad española hace que este estudio tenga una relevancia fundamental, ya que ayudará a conocer las tendencias actuales en cuanto a la publicidad que se emite en España. Así, debemos considerar que el balompié es uno de los deportes y eventos más seguidos por la televisión en España, por lo que no sería aventurado decir que la publicidad emitida durante los partidos puede ser una de las más relevantes y rentables económicamente hablando.

Por si fuera poco, el hecho de conocer qué se está patrocinando en el deporte ayudará a saber si las tendencias publicitarias actuales son buenas o malas. En este sentido, la publicidad deportiva siempre se ha caracterizado por mostrar anuncios con un mayor enfoque al público masculino, por lo que es ideal estudiar si esas tendencias han cambiado. Además, también conviene realizar un análisis para reflexionar sobre el tiempo que tiene en pantalla los hábitos de vida saludable durante los partidos de fútbol.

2. ESTADO DE LA CUESTIÓN

Como ya se ha mencionado en la introducción, la publicidad en el fútbol está sufriendo variaciones importantes en los últimos tiempos, principalmente debido a la eliminación de los anuncios relacionados con las apuestas deportivas de la parrilla televisiva y de los terrenos de juego durante las horas de juego (El Confidencial, 2021). Estas

modificaciones han hecho que se dé un panorama completamente nuevo en lo relativo a la publicidad en el deporte, más concretamente en el fútbol.

Por esta razón, es necesario un estudio que ahonde en la nueva realidad del patrocinio deportivo español, ya que no se detecta la existencia de un análisis que busque lo que indaga este trabajo. De esta manera, no se halla ningún documento que estudie la situación pasada, antes de la prohibición de los anuncios de casas de apuestas; ni sobre la situación actual, lo que es factible debido al poco tiempo que lleva la norma impuesta en el país.

No obstante, pese a no haber casos generales, sí se hayan artículos que ahondan en la situación publicitaria de la Primera y Segunda División en España (Vande Rusten, 2019), pero que ni de lejos tratan el tema como se pretende hacer en esta investigación. En este sentido, el estudio encontrado analiza la situación desde un punto de visto económico y no tanto de contenido, por lo que su semejanza con este trabajo reside en el objeto de estudio que ambos tomarán: el fútbol profesional de España.

Asimismo, no se detectan estudios sobre la efectividad de la publicidad emitida en los partidos de fútbol en nuestro país, y mucho menos a través de la emisión televisiva. De esta forma, podemos decir que esta investigación no tiene grandes precedentes y que su objeto de estudio es casi nuevo debido al gran cambio en la tendencia publicitaria que se dio, de forma obligada, hace menos de cuatro años.

3. MARCO TEÓRICO

Antes de comenzar con este trabajo, es necesario definir los conceptos clave que le darán sentido al mismo. En este caso hablamos de dos grandes grupos: publicidad y audiencia. Dentro de ellos, se detallarán los temas clave a tener en cuenta durante esta investigación.

a. Publicidad

La publicidad es el elemento fundamental y el objeto de estudio de esta investigación. Según la Real Academia Española, la publicidad es la “divulgación de noticias o anuncios de carácter comercial para atraer posibles compradores, espectadores, usuarios, etc.” (Real Academia Española, 2023b). De esta sentencia obtenemos que la publicidad no solo debe centrarse en la propagación de un producto o servicio, sino que también debe centrar sus esfuerzos en atraer y persuadir a los posibles clientes para que adquieran su producto.

De esta apreciación, surge uno de los elementos más importantes de la actividad publicitaria, que es la **persuasión**. Esto es aquella capacidad que tiene un sujeto, en

nuestro estudio, el anuncio publicitario, para influir en la atención o percepción del otro. De esta forma, la comunicación persuasiva busca que “el público cambie o refuerce su opinión” (González Reyna, 2018, p. 188) Algunos autores reafirman esta idea, como Thomas O’Guinn, Chris Allen y Richard Semenik, que definen la publicidad como “un esfuerzo, pagado y masivamente mediatizado con objeto de persuadir” (O’Guinn et al., 2012, p. 4)

Por otra parte, también existen definiciones que no hacen tanto hincapié en la capacidad persuasiva del anunciante, como la de Philip Kotler y Gary Armstrong, que definen esta actividad como “cualquier forma pagada e impersonal de presentación y promoción de ideas, bienes o servicios por un patrocinador identificado.” (Armstrong y Kotler, 2013, p. 357). En este caso, los autores hacen referencia a otra de las claves de la actividad publicitaria: la necesidad de que el patrocinador sea identificable. No importa si quién se patrocine sea una empresa o un individuo, la titularidad de la promoción debe quedar clara desde un primer momento.

En esta línea, William Stanton, Michael Etzel y Walker Bruce ofrecen una definición de publicidad más completa:

“La publicidad es una comunicación no personal, pagada por un patrocinador claramente identificado, que promueve ideas, organizaciones o productos. Los puntos de venta más habituales para los anuncios son los medios de transmisión por televisión y radio y los impresos (diarios y revistas). Sin embargo, hay muchos otros medios publicitarios, desde los espectaculares, a las playeras impresas, y, en fechas más recientes, Internet.” (Stanton et al., 2007, p. 506)

- **Inicios de la publicidad en televisión**

Tras haber definido la publicidad, toca hablar de cómo se ha manifestado en el medio televisivo. Por ello, es necesario hacer un repaso del concepto de publicidad en la pequeña pantalla desde sus inicios hasta nuestros días.

Con la llegada de la televisión a los hogares a mediados del siglo XX, el panorama publicitario encontró un nuevo nicho de mercado en el que expandirse, sin saber en aquel entonces al nivel de difusión al que llegarían en la actualidad. Si bien es cierto que las empresas publicitarias no eran reacias a esta innovación, el aumento de televisores en los

hogares y la capacidad de la tele de modificar los hábitos de los espectadores hizo posible la llegada de la promoción a la pantalla (Sarmiento, s. f.).

Aun así, para que la publicidad llegara a la televisión era necesario que alguien diera el primer paso. En el año 1941, en mitad de un partido de fútbol americano ente Brooklyn Dodgers y Philadelphia Phillies, una marca de joyería llamada **Bulova** emitiría el primer anuncio de la historia en televisión (Sarmiento, s. f.). El primer anuncio de la historia se caracterizó por tener una sola imagen y una voz en off, muy lejos de la realidad actual.

El éxito del anuncio no fue discutido por nadie, y provocó que, con el paso de los años, la publicidad evolucionara a una de sus formas más conocidas: **el spot**. El spot es, según Eduardo Hernández y Luis Paz, “un programa con tiempo de duración menor de 120 segundos que se emite en los intermedios de los programas” (Hernández & Paz, 2021, p. 191). De esta idea se puede extraer que la promoción en la pantalla no solo pretendía enseñar un producto, sino también generar una necesidad en la persona que lo viese.

Para conseguir esto, la televisión tiene un factor que no poseen otros medios: las imágenes. En este sentido, Roland Barthes ya definía la importancia de la imagen:

"Porque en la publicidad la significación de la imagen es con toda seguridad intencional: determinados atributos del producto forman a priori los significados del mensaje publicitario, y esos significados deben ser transmitidos con la mayor claridad posible; si la imagen contiene signos, tenemos la certeza de que esos signos están completos, formados de manera que favorecen su mejor lectura: la imagen publicitaria es franca o, por lo menos, enfática". (Barthes, 1986, p. 30)

En estos términos, María Dolores Degrado-Godoy sigue la línea del francés:

“La eficacia de la publicidad televisiva está fuera de duda porque el poder sugestivo de las imágenes en movimiento unido con palabras y música en el propio hogar es considerable y su efecto a corto plazo es indudablemente mayor que el de las otras formas de publicidad.” (Degrado-Godoy, 2005, p. 4).

Esta superioridad visual hizo que la inversión en publicidad aumentara en todo el mundo. Pero, al darse cuenta del poder que tenían las promociones en los espectadores, las anunciantes decidieron dar un giro radical a partir de los 90. Desde ese momento, las piezas televisivas son más sentimentales, apelando a diferentes estilos de vida. (Sarmiento, s. f.).

Sin embargo, la llegada de las redes sociales ha hecho que la publicidad tenga que reinventarse de nuevo. De hecho, es bastante común que un anuncio salga primero en las redes de la empresa y luego, si tiene éxito, dé el salto a la pequeña pantalla. De esta forma, podemos afirmar que la publicidad ya no es solo offline, sino también online (Sarmiento, s. f.)

- **Inicios de la publicidad en el fútbol**

En el caso del fútbol, la publicidad se abrió paso de forma feroz en los terrenos de juego. Pese a que la popularidad del fútbol no era alta a principios de siglo, en Inglaterra, país fundador del fútbol, se empezaron a ver vallas publicitarias sobre los techos de los terrenos de juego que anunciaban marcas y empresas locales (De la Mora, 2023). Por aquel entonces, las vallas publicitarias no solían estar alrededor del terreno de juego, tal y como vemos hoy en día.

Para ver esa evolución de una forma más generalizada, tuvimos que esperar al Mundial de fútbol de México de 1970, en el que ya pudimos ver vallas estáticas alrededor de los terrenos de juego (De la Mora, 2023). Así, durante los siguientes treinta años hubo una alternancia entre las vallas estáticas y las vallas estáticas rotativas. Con la entrada del nuevo siglo, se popularizó la actualmente conocida como valla electrónica (De la Mora, 2023), que sigue usándose en nuestros días.

En España, no fue hasta finales del siglo pasado cuando empezamos a ver vallas rotativas en los terrenos de juego. En los años 90, los estadios empezaron a implantar el sistema rotativo (Mancebo, 2014), en todos los campos. La ventaja de esta publicidad respecto a la fija era una mayor exclusividad en cuanto a la cuota de pantalla, ya que, por momentos, una marca podía aparecer sola en la pantalla.



Vallas utilizadas en los campos de fútbol de España durante los años 90. Fuente: El Blog de Javier Mancebo.

No obstante, a mediados de la misma década, la publicidad luminosa llegó a las canchas españolas (Mancebo, 2014). Esta no llegó a la vez a todos los campos de fútbol, ya que en primera instancia fue a parar a los campos donde los partidos eran televisados en

abierto (Mancebo, 2014), debido a que en esa época el sistema era el mismo e iba rotando conforme al campo donde fuera el partido. Así, la situación tecnológica fue evolucionando y los campos empezaron a tener vallas electrónicas asiduamente, llegando a la situación actual, en la que los campos de Primera División disponen de vallas personales en cada encuentro.

En cuanto a la publicidad en las equipaciones, durante la década de los 70, los equipos de fútbol disputaban sus partidos con camisetas impolutas, en las que destacaba el escudo del equipo y pocos más detalles. Pese a haber precedentes en Francia y Argentina (La Casa, 2021), el primer equipo en jugar partidos de forma continua con publicidad se encontraría en Alemania, concretamente en el año 1973.

En ese año, el Eintracht Braunschweig, equipo de la primera división alemana, atravesaba una grave crisis económica que ponía en peligro la estructura del club. Sin tener muchas más opciones, el club recibió una oferta de la marca de bebidas alcohólicas Jagermeister, que ofrecía 100000 marcos (es decir, 28000 euros) por aparecer en la parte frontal



Plantilla del Eintracht Braunschweig del año 1973, posando con su nuevo patrocinador. Fuente: Fútbol Emotion

de la camiseta del conjunto teutón. Si bien es cierto que los socios no querían asociar al club con ninguna marca, la situación económica hizo inviable rechazar la oferta, por lo que el equipo europeo se convirtió en el primer club de la historia en tener publicidad en su camiseta. (Ortiz, 2016)

En cuanto a el fútbol español, la publicidad, como casi todos los avances, llegó más tarde. Nos tenemos que ir hasta el año 1981, que fue cuando la Real Federación Española de Fútbol aprobó el uso de publicidad en las equipaciones. En esa ocasión, el Real Racing Club, de Cantabria, portó



Plantilla del Racing con la publicidad de Teka. Fuente: TEKA

en su camisa, en la parte delantera, la marca Teka en su visita al Real Madrid, que casualmente sería el segundo club en añadir publicidad a su camiseta (La Casa, 2021).

Esa pequeña aproximación a la publicidad sería solo el principio de lo que encontramos hoy en día en los terrenos de juego. Desde nombres de estadios hasta publicidades estáticas y virtuales, lo cierto es que el patrocinio en el fútbol se ha convertido en una de las piezas más importantes del mercado. Tanto es así que el patrocinio deportivo aumentó un 6,2 % en el año 2022, alcanzando una cifra de 418 millones de euros (Palco 23, 2023).

b. Audiencia

La audiencia es el otro elemento fundamental de esta investigación. Sin las audiencias, no existiría la publicidad en las retransmisiones televisivas, por lo que ambas están condenadas a entenderse para poder subsistir en el ambiente mediático. De forma general, una audiencia es, según la Real Academia Española, un público que atiende a programas de radio y televisión (Real Academia Española, 2023a). Sin embargo, la propia institución aporta otra definición más concreta: “Número de personas que reciben un mensaje a través de cualquier medio de comunicación” (Real Academia Española, 2023a)

De estas definiciones podemos obtener que la audiencia no es más aquel grupo que recibe un estímulo de alguien externo, en el caso que nos atañe, de un medio de comunicación. Es necesario aclarar que no todas las audiencias son iguales, ya que no es lo mismo una audiencia radiofónica que una televisiva. En estas líneas, conviene explicar otro término fundamental para esta investigación: la **audiencia publicitaria**.

Según la Corporación de Medios de Andalucía, una audiencia publicitaria es el “número de usuarios únicos expuestos a un anuncio durante un determinado periodo de tiempo” (Corporación de Medios de Andalucía, s. f.). De esta manera, la audiencia publicitaria permite saber a los empresarios, medios y compañías la relevancia de un producto y/o servicio a través de la cantidad de interacciones con un anuncio.

Aunque este grupo de estudio ya es muy concreto, es necesario profundizar más en los tipos de audiencia. Para ello debemos hacer una nueva segmentación de medios, llegando a lo que realmente nos interesa: las **audiencias televisivas**.

- **Audiencias televisivas**

La audiencia televisiva es aquella que, como su nombre indica, es espectadora de los contenidos que ofrece la televisión. Durante años, la televisión se ha erigido como el

medio más consumido, no solo en España, sino también en el mundo. El hecho de no tener que hacer esfuerzos, como leer en un periódico o imaginar una escena en la radio, ha hecho que se convierta en uno de los inventos más trascendentes de la historia de la humanidad.

Sin embargo, la llegada de otras formas de entretenimiento, como las redes sociales o los servicios de *streaming*, ha hecho que la televisión tenga que transformarse en busca de no sufrir una pérdida de audiencia. En este sentido, Francisco Campos-Freire piensa que medios como la televisión “viven la transición digital como un complejo proceso de innovación continua y disruptiva” (Campos-Freire, 2015, p. 445). Esta circunstancia afecta sin duda a las audiencias, que en la actualidad se ha hiperfragmentado (Quintas-Froufe & González-Neira, 2016, p. 377) y busca ya no solo algo que ver, sino algo que le interese ver.

En este sentido, han entrado con fuerza en escena los servicios de pago por suscripción, que permiten al usuario tener a la carta muchos contenidos que la televisión tradicional no puede ofrecer. Sin embargo, esa llegada del servicio de pago ha provocado que algunos servicios se encuentren casi en exclusividad bajo los mandos de las grandes empresas de la comunicación. En el caso del fútbol, por ejemplo, en España, de las dos primeras categorías del fútbol profesional, solo es posible ver un partido en abierto por la televisión. Además, el partido en abierto disponible también se puede observar por el servicio de pago, por lo que el 100 % de la competición se puede ver pagando.

De esta forma, el objeto de estudio de este trabajo ya no pasa a ser solo la audiencia televisiva, sino también la **audiencia televisiva en los servicios de pago** en España.

○ **Audiencias televisivas en los servicios de pago**

La televisión de pago ha llegado a los hogares con el objetivo de quedarse. Debido a la exclusividad de contenidos, es muy habitual ver como las audiencias optan por contratar estos servicios y poder disfrutar de sus contenidos favoritos. Según un barómetro de la consultoría audiovisual Barlovento Comunicación, en España, a finales del año 2022, el 81,8 % de ciudadanos tenían acceso a contenidos de pago (Barlovento Comunicación, 2022).

Esta cantidad de usuarios ha provocado que, en el año 2022, la televisión de pago registrara su tope de audiencia histórico, con un 9,8 % de cuota de pantalla (La Vanguardia, 2023). Dentro de este segmento, es común que la opción más elegida por los usuarios sea la visualización del deporte,

RANKING AUDIENCIAS PROGRAMAS DE PAGO					
Programa	Inicio	Final	Espectadores	Share	
 Fútbol: liga española At.Madrid-Valencia	21:01	22:55	488.000	4.0%	
 Fórmula 1: sesión clasificatoria G.P. Arabia Saudí	17:14	20:02	237.000	2.6%	
 Fútbol: liga española Rayo Vallecano-Girona	16:15	18:10	179.000	1.9%	
 Fútbol: liga española Espanyol-Celta Vigo	18:32	20:23	171.000	1.9%	
 Fútbol: liga española Almería-Cádiz	14:02	15:58	145.000	1.7%	
 Previo fútbol: liga española At.Madrid-Valencia	20:30	21:01	145.000	1.4%	
 Post fútbol: liga española At.Madrid-Valencia	22:55	23:39	129.000	1.1%	
 Formula 1: entrenamientos libres G.P. Arabia Saudí	14:15	15:37	126.000	1.4%	
 Post fútbol: liga española Rayo Vallecano-Girona	18:10	18:48	93.000	1.0%	
 Cine Hotel Transilvania 3: unas vacaciones monstruosas	21:46	23:10	85.000	0.7%	
 Post fútbol: liga española Espanyol-Celta Vigo	20:23	21:09	77.000	0.8%	
 Post fútbol: liga española Almería-Cádiz	15:58	16:39	73.000	0.7%	

Máximas audiencias del sábado 18 de marzo de 2023 en la televisión de pago. Fuente: FormulaTV

encima de todo. De hecho, la lista de audiencia de un fin de semana suele mostrar casi todas las entradas relativas al deporte o al balompié. El sábado 18 de marzo de 2023 las audiencias de pago estuvieron dominadas claramente por la parcela deportiva.

De esta forma, y habiendo hablado ya de deporte, es necesaria una diferenciación respecto al objeto de estudio que pretende analizar este trabajo: las **audiencias televisivas en el fútbol de España**.

○ Audiencias televisivas en el fútbol de España

El fútbol es el deporte que, con diferencia, mueve masas en España. Ya no solo hablamos de los números citados en anteriores apartados, sino también en el sentimiento e imaginario de la sociedad. Nuestro país ha sido, es y será un territorio futbolero, y eso se refleja en cómo lo consumimos. Según un informe realizado por la compañía Fluzo, en España 12,7 millones de personas han visto o escuchado un partido de fútbol durante la temporada 2021/2022, la pasada. Esta cifra representa casi un 40 % de la población total internauta de nuestro país (Fluzo, 2022).

En el mismo informe, Fluzo destaca que la televisión es el medio con una mayor cobertura de partidos, casi 20 puntos por encima de la radio, su inmediato perseguidor (Fluzo, 2022). Esto sin duda refleja la gran oportunidad que pueden encontrar los anunciantes en promocionarse en un partido de fútbol, que tienen ante sí una gran audiencia lista para aguantar algo más de hora y media viendo un televisor.

En este sentido, Fluzo recalca que, de los encuestados, el 64 % no desconecta la televisión ni cambia de canal durante las pausas publicitarias (Fluzo, 2022), por lo que el tiempo entre partes se puede convertir en un nicho más que apetecible para posibles empresas vendedoras de productos y servicios. De igual manera, en datos sociológicos, la empresa destaca que el espectador del fútbol es mayoritariamente masculino y entre una edad de 35 y 54 años (Fluzo, 2022). Esta información será de vital importancia para saber qué productos se podrán promocionar en los espacios habilitados.

4. OBJETIVOS Y PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

Esta investigación tiene **tres objetivos principales** a cumplir, que son:

- Observar cuáles son los espacios y tipos de promoción más utilizados durante las retransmisiones de fútbol.
- Determinar los diferentes tipos de empresas que se promocionan durante un partido de fútbol
- Comprobar qué segmento de la audiencia termina realizando una adquisición tras haber visualizado un anuncio durante un partido de fútbol

A su vez, existen **cuatro preguntas de investigación** para este tema:

- ¿Qué espacios de promoción predominan durante las retransmisiones de fútbol en España durante la temporada 2022/2023?
- ¿Cuánto varía la publicidad entre las distintas categorías profesionales (Primera y Segunda) durante la temporada 2022/2023?
- ¿Qué empresas se promocionan con mayor frecuencia durante las emisiones de fútbol en España durante la temporada 2022/2023?
- ¿Qué efecto persuasivo real tienen los anuncios emitidos durante las retransmisiones de fútbol en España de la temporada 2022/2023 en la audiencia?

5. METODOLOGÍA

Tras la exposición de la justificación, el estado de la cuestión y el respectivo marco teórico, de vital importancia para realizar la investigación, así como una vez expuestos los objetivos y preguntas de investigación que se responderán con este trabajo, en este

apartado procederemos a explicar cómo se realizara el análisis necesario para poder contrastar las ideas ya citadas hasta este punto.

La metodología de este trabajo, que trata de analizar la publicidad y su efecto en la audiencia, será de carácter cuantitativo. Así, la investigación se basará en dos pilares fundamentales. El primero de ellos es el **análisis de contenido**. Para realizar este paso, se tomarán como muestra de estudio 21 partidos de las competiciones profesionales de fútbol en España (Primera División o, en términos comerciales, LaLiga Santander; y Segunda División o, en términos comerciales, LaLiga SmartBank) de la temporada 2022/2023, abarcando un fin de semana completo de competición

De esta manera, debido a la amplitud que tiene un campeonato regular de liga, se ha decidido seleccionar una jornada por competición, con el objetivo de analizar cada uno de los encuentros que se disputen de una forma más detallada. Con los datos que se obtengan, se hará una comparación a dos frentes: no solo se comparará la diferencia o no entre las dos categorías diferentes, sino que también se analizará la diferencia que pueda existir entre eventos de la misma división.

Tras un visionado de varios partidos aleatorios del campeonato de liga, se ha detectado que, salvo en fechas señaladas, como Navidad, o festividades, como el Día del Padre, la publicidad en las vallas electrónicas suele ser la misma en cada partido del año en cada estadio, lo que indica que los contratos de patrocinio con las marcas son, al menos, anuales. Además, en el caso de las vallas estáticas y las lonas, se aprecia como estas no cambian durante todo el año en ninguna circunstancia, aunque les puedan afectar otros factores, como ser tapadas por elementos externos (banderas, tifos, etc.)

Estos factores hacen que sea posible generalizar los resultados del estudio a toda la competición, tanto de Primera como de Segunda División, ya que la publicidad será la misma. Por ello, se elegirá una jornada al azar de cada competición con el objetivo de poder estudiar detenidamente lo que se muestra en un mismo fin de semana de fútbol en España.

Así, se ha seleccionado la jornada 27 de Primera División y la jornada 34 de Segunda División, ambas correspondientes a la temporada 2022/2023. Las dos jornadas se disputan en los mismos días, desde el 31 de marzo hasta el 03 de abril, ambos inclusive. Los partidos y localizaciones geográficas de estas jornadas son los siguientes:

PRIMERA DIVISIÓN			
Fecha	Partido	Operador televisivo	Localización
31/03/2023 – 20:00 h.c.	Mallorca - Osasuna	LaLiga por Movistar +; Gol Play	Palma de Mallorca, Islas Baleares
01/04/2023 – 13:00 h.c.	Girona – Espanyol	DAZN LaLiga	Girona, Cataluña
01/04/2023 – 15:15 h.c.	Athletic Club - Getafe	LaLiga por Movistar +	Vizcaya, País Vasco
01/04/2023 – 17:30 h.c.	Cádiz - Sevilla	DAZN LaLiga	Cádiz, Andalucía
01/04/2023 – 20:00 h.c.	Elche - Barcelona	LaLiga por Movistar +	Alicante, Comunidad Valenciana
02/04/2023 – 13:00 h.c.	Celta de Vigo - Almería	LaLiga por Movistar +	Vigo, Galicia
02/04/2023 – 15:15 h.c.	Real Madrid – Real Valladolid	DAZN LaLiga	Madrid, Comunidad de Madrid
02/04/2023 – 17:30 h.c.	Villarreal – Real Sociedad	LaLiga por Movistar +	Castellón – Comunidad Valenciana
02/04/2023 – 20:00 h.c.	Atlético de Madrid – Real Betis	DAZN LaLiga	Madrid, Comunidad de Madrid
03/04/2023 – 20:00 h.c.	Valencia – Rayo Vallecano	DAZN LaLiga	Valencia, Comunidad Valenciana

Tabla 1: Partidos de Primera División de la jornada 27 de la temporada 2022/2023 y sus canales de retransmisión. Elaboración propia.

SEGUNDA DIVISIÓN	
-------------------------	--

Fecha	Partido	Operador televisivo	Localización
31/03/2023 – 20:00 h.c.	Levante – Real Zaragoza	LaLiga SmartBank TV; #Vamos	Valencia – Comunidad Valenciana
01/04/2023 – 15:15 h.c.	Burgos – Racing de Santander	LaLiga SmartBank TV	Burgos, Castilla y León
01/04/2023 – 17:30 h.c.	Leganés – Cartagena	LaLiga SmartBank TV	Madrid, Comunidad de Madrid
01/04/2023 – 17:30 h.c.	Tenerife – Villarreal B	LaLiga SmartBank TV	Tenerife, Islas Canarias
01/04/2023 – 20:00 h.c.	Real Oviedo – SD Éibar	LaLiga SmartBank TV	Oviedo, Asturias
02/04/2023 – 13:00 h.c.	SD Huesca – Deportivo Alavés	LaLiga SmartBank TV	Huesca, Aragón
02/04/2023 – 15:15 h.c.	Lugo – SD Ponferradina	LaLiga SmartBank TV	Lugo, Galicia
02/04/2023 – 17:30 h.c.	Andorra - Málaga	LaLiga SmartBank TV	(Principado de Andorra)
02/04/2023 – 17:30 h.c.	Sporting de Gijón - Granada	LaLiga SmartBank TV	Gijón, Asturias
02/04/2023 – 20:00 h.c.	CD Mirandés – Ibiza	LaLiga SmartBank TV	Burgos, Castilla y León
03/04/2023 – 20:00 h.c.	Albacete – UD Las Palmas	LaLiga SmartBank TV; #Vamos	Albacete, Castilla- La Mancha

Tabla 2: Partidos de Segunda División de la jornada 34 de la temporada 2022/2023 y sus canales de retransmisión. Elaboración propia.

La selección de esta jornada no es casual, ya que es una en la que los partidos están más repartidos por la geografía española. De las 15 comunidades autónomas que tienen fútbol profesional, 11 verán un partido en casa en esta fecha. Solo Cantabria (con el Racing Club de Santander), Navarra (con Osasuna) y Murcia (con el Cartagena) quedarían fuera de

este análisis. Además, a estos territorios se suma el principado de Andorra, donde se disputará un partido de Segunda División.

Más partidos por comunidad entre los días 31 de marzo y 03 de abril de 2023			
Equipo	Partidos jugados/posibles	Equipo	Partidos jugados/posibles
Comunidad de Madrid	3/5	Aragón	1/2
Comunidad Valenciana	3/5	Islas Canarias	1/2
Asturias	2/2	Islas Baleares	1/2
Cataluña	2/3	País Vasco	1/4
Castilla y León	2/4	Andalucía	1/6
Galicia	2/2	Cantabria	0/1
Castilla-La Mancha	1/1	Región de Murcia	0/1
Principado de Andorra	1/1	Navarra	0/1

Tabla 3: Relación de partidos por comunidad autónoma entre los días 31 de marzo y 03 de abril. Elaboración propia

Aunque es cierto que un campeonato de liga recoge muchos más encuentros que estos, se considera que la muestra es lo bastante amplia y suficiente para comprender las distintas tendencias publicitarias de todos los puntos de la geografía española y, a fin de cuentas, poder realizar un buen estudio. Además, al analizar un mismo periodo de tiempo, se pueden analizar de primera mano las similitudes y diferencias existentes entre las distintas retransmisiones.

Para realizar este análisis, es necesario contar con una **tabla de análisis** que registre los criterios a evaluar a la hora de visionar los 22 partidos de fútbol. La tabla se expone a continuación:

Partido	Fecha	Localización	N.º de promociones distintas	Producto/servicio que más se promociona	Existencia de publicidad	Otras observaciones
----------------	--------------	---------------------	-------------------------------------	--	---------------------------------	----------------------------

					ad invasiva	

Aparte de este análisis de contenido, y con el objetivo de conocer la influencia real de las publicidades emitidas durante los partidos de fútbol en España, se plantea también dentro de esta metodología la realización de una **encuesta**. La idea primaria es que este cuestionario sea respondido por personas que tengan un seguimiento activo por el fútbol profesional en España en esta temporada.

Preguntas del cuestionario:

1. Sexo:

- Hombre
- Mujer
- Otro

2. Edad:

- 18 – 20
- 21 – 30
- 31 – 40
- 41 – 50
- 51 – 60
- 61+

3. Lugar de residencia:

- Tenerife
- Gran Canaria
- Islas Canarias (excepto Tenerife y Gran Canaria)
- Otro comunidad: especificar

4. ¿Sigue el fútbol profesional de España (Primera o Segunda División) habitualmente?

- Sí

- No

5. De los siguientes equipos, ¿de cuál es seguidor?

- Lista de los 42 equipos de Primera y Segunda División (respuesta de opción múltiple)

6. ¿Qué formatos publicitarios reconoce en la retransmisión de partidos de Primera División? (opción múltiple)

- Vallas estáticas
- Vallas virtuales
- Vallas electrónicas
- Lonas en el césped
- Cuñas del narrador
- Telepromociones
- Otro: especifique cual

7. ¿Qué formatos publicitarios reconoce en la retransmisión de partidos de Segunda División? (opción múltiple)

- Vallas estáticas
- Vallas virtuales
- Vallas electrónicas
- Lonas en el césped
- Cuñas del narrador
- Telepromociones
- Otro: especifique cual

8. ¿Ha adquirido usted algún producto o servicio después de verlo publicitado en una retransmisión de un partido de fútbol en España (contando publicidad en el campo (virtual y real), telepromociones, pausas publicitarias, cuñas publicitarias a viva voz por los narradores, etc.)?

- Sí
- No

9. Si su respuesta fue sí, indique cuál:

- Respuesta abierta corta

10. ¿Cree usted que los nuevos formatos publicitarios utilizados en las retransmisiones de fútbol en España son invasivos para el espectador?

- Sí
- No

6. ANÁLISIS Y RESULTADOS

Tras el visionado de los 21 encuentros a analizar, los resultados que se obtienen son muy significativos, aún más teniendo en cuenta que se han apreciado diferencias grandes entre encuentros de la misma categoría, algo que no debería ocurrir. Por otro lado, también se aprecia una desigualdad en cuanto a los elementos técnicos usados en la promoción de productos y/o servicios entre las dos principales categorías del fútbol español. Así, la publicidad entre categorías cambia radicalmente, dejando a la vista un componente de **localización** grande en los encuentros de Segunda División.

Con el fin de clarificar los conceptos que se expondrán en este apartado, viene bien definir algunos vocablos que se utilizarán a lo largo de este epígrafe. El primero de ellos es **valla electrónica**, que en este estudio es aquella pantalla que está alrededor del terreno de juego y que va mostrando diferentes promociones durante el encuentro. Por otro lado, encontramos las **vallas estáticas**, que son aquellas que se encuentran en el terreno de juego pero que se mantienen del mismo modo desde el inicio del encuentro hasta el final de este. Dentro de este, aparte de las vallas propiamente dichas, también se contarán las **lonas publicitarias**, que son aquellas promociones que se encuentran sobre el césped fuera del terreno de juego. Por último, también conviene aclarar el término de **patrocinador virtual**, que en esta investigación es aquella promoción que, si bien aparece durante el encuentro, solo lo hace durante la retransmisión televisiva. En este caso, hablamos principalmente de **lonas y anuncios virtuales** sobreimpresionados en el terreno de juego. En otras palabras, la diferencia entre estas promociones y las otras es que las virtuales no se encuentran en la realidad en el campo.

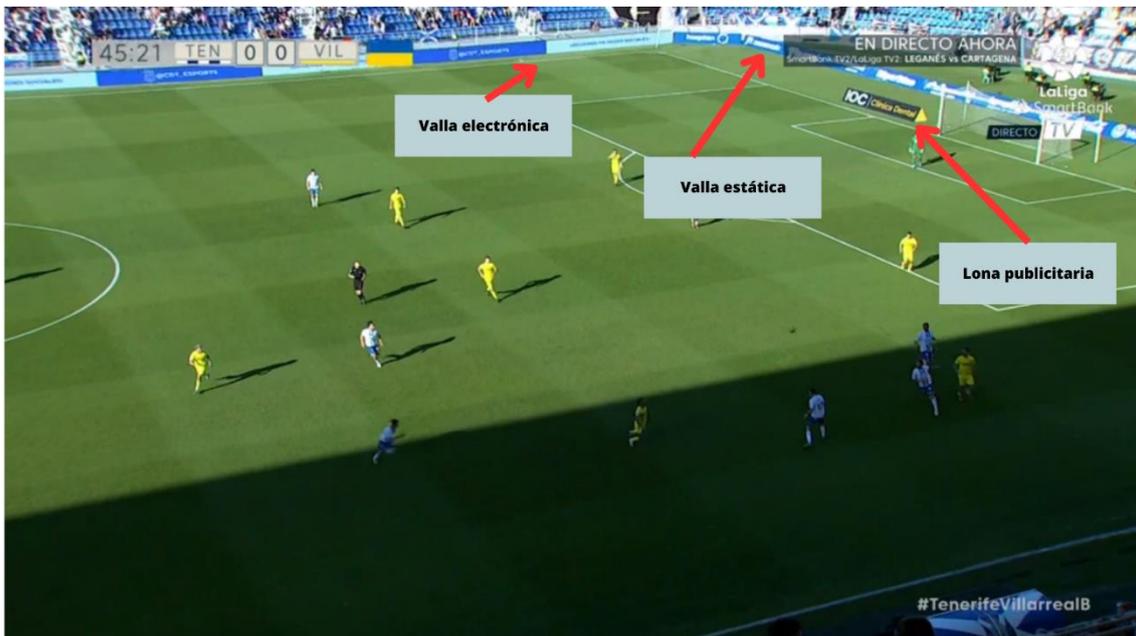


Ilustración 1: Imagen que muestra los diferentes tipos de publicidad en un encuentro de fútbol en España. Fuente: LaLiga



Ilustración 2: Imagen donde se aprecia una lona virtual en un partido de Primera División. Fuente: LaLiga



Ilustración 3: Anuncio virtual sobreimpresionado en la retransmisión televisiva durante el descanso de un encuentro. Fuente: LaLiga

Estos conceptos no solo serán clave para entender el resultado de la investigación, sino que también servirán para comprender de una mejor forma las fichas de análisis de cada partido que se encuentran en los anexos a este trabajo.

a. Publicidad durante los encuentros

- **Publicidad durante los encuentros de Primera División**

En primer lugar, haremos un análisis de las publicidades durante los encuentros de los partidos de fútbol de Primera División. De esta forma, se ha apreciado que, si bien la mayoría siguen un mismo patrón, hay algunos casos en los que la norma se aleja de la realidad.

Empezando por los **espacios de promoción**, en la máxima categoría nacional aparecen todas las formas posibles de promoción en todos los encuentros ligeros. De esta manera, los diez partidos analizados tenían **vallas electrónicas** alrededor del campo, **vallas estáticas** que apoyaban y reforzaban la publicidad de las pantallas electrónicas, y **lonas virtuales** a cada lado de las porterías con una publicidad fija, que podía variar según el encuentro. No obstante, la aparición de **lonas publicitarias** es escasa o inexistente, ya que, en los partidos analizados, solo se apreció una: la que aparece en el partido Real Madrid – Real Valladolid en la entrada al túnel de vestuarios. La decisión de no utilizar este tipo publicitario puede ser cualquiera, pero factores como la seguridad de los jugadores o la manejabilidad de las virtuales pueden haber declinado la balanza.

En cuanto a la **emisión de publicidad** durante el encuentro, hay que destacar que la Primera División tiene un patrocinio durante la temporada 2022/2023 con el Banco Santander por el que la categoría se denomina “LaLiga Santander” hasta el final del año. El patrocinio no queda solo en eso, sino que también se refleja en las vallas electrónicas, mostrando un rótulo fijo en el centro con el nombre de la competición durante todo el encuentro. Esta circunstancia ocurre en ocho de los diez partidos analizados, solo quedando fuera de esta regla el partido Real Madrid – Real Valladolid y el Villarreal CF – Real Sociedad.

En estos dos últimos encuentros, el comportamiento de la parte central de la valla durante el encuentro es distinto: mientras que el disputado en Madrid **no hace referencia alguna al nombre de la competición durante todo el partido** el disputado en Villarreal **une dos conjuntos publicitarios: uno con el logo de LaLiga en el medio y otro sin él**. De hecho, el momento en el que segundo encuentro utiliza el nombre de la liga coincide con nuestro siguiente objeto a analizar: los anuncios oficiales de LaLiga.



Ilustración 4: Logo de LaLiga Santander en medio de una valla electrónica durante un encuentro. Fuente: LaLiga



Ilustración 5: Publicidad de Hankook en el centro de la valla electrónica durante el encuentro: Fuente: LaLiga



Ilustración 6: Diferencia de la valla central en los dos bloques publicitarios en un encuentro. Fuente: LaLiga. Elaboración propia

Para hablar de los anuncios oficiales de LaLiga, primero debemos diferenciar **entre dos bloques** distintos de promociones: las que tienen marca LaLiga y las que no. De esta manera, durante el análisis de los encuentros se ha detectado como en la mayoría de los encuentros existe un patrón de anuncios similar que no varía. En ocasiones, incluso el orden de aparición es exactamente igual en todos los partidos en los que aparecen; mientras que, por otra parte, poseen un espacio libre para promocionarse según sus distintos acuerdos privados. Antes de entrar en materia en este análisis, cabe destacar que

solo un partido no cumple con este patrón publicitario, cuyo caso se analizará más adelante.

Siguiendo la estructura de bloques, todos los encuentros comienzan con una promoción en toda la valla del Banco Santander, que se suele mantener durante los primeros minutos del juego de una forma mucho más prolongada que las demás promociones. Tras ese espacio, comienza el carrusel de anuncios de LaLiga, que se caracteriza por ser de empresas que **son patrocinadoras de la competición y no de los clubes**. En este sentido, las compañías patrocinadas por LaLiga y que aparecen de forma seguida en las vallas electrónicas son: Banco Santander, Sorare, Coca-Cola, Gol Ball, Legends, Grupo Puma, Vivo, Kerakoll, LaLiga Golazos, Cabreiroá, Nissan, Burger King, Microsoft y BKT.



Ilustración 7: Secuencia de imágenes que muestra el tiempo que se mantiene la promoción de Santander en la pantalla, desde el inicio del encuentro hasta el minuto 00:46. Fuente: LaLiga. Elaboración propia

Tras el carrusel de anuncios de LaLiga, entra en juego el segundo bloque de promociones. En este, parece existir una mayor libertad para los equipos locales de seleccionar sus patrocinadores para que aparezcan en las vallas electrónicas. De esta forma, debido a que cada equipo tiene sus propios patrocinadores, la amalgama de empresas es muy amplia en la Primera División española. Tras la finalización de los dos bloques, la secuencia vuelve a comenzar y se repite hasta que se llega al descanso y al final del encuentro.

No obstante, existe una variable que es ajena a la secuencia publicitaria, y es que parece que en varios partidos de la jornada la consecución de un saque de esquina tiene su propio patrocinador. En este caso, nos referimos a la marca Skechers. Así, cuando se logra un

saque de esquina, la valla electrónica corta en seco la publicidad que toque e impresiona un anuncio de la marca deportiva. Tras que la acción haya acabado, la valla retoma la promoción anterior donde lo había dejado, por lo que ningún patrocinador se ve perjudicado ni saltado en la serie.



Ilustración 8: Collage de imágenes donde se ve la secuencia de la marca Skechers durante los saques de esquina. Fuente: LaLiga. Elaboración propia

De una forma similar, cuando se ejecuta un lanzamiento de penalti, en la valla electrónica aparece una publicidad del servicio de *streaming* DAZN, siendo, al igual que la marca de ropa deportiva, las dos únicas promociones en la valla electrónica cuya **aparición es condicionada por las acciones del juego**.

Dejando de un lado la pantalla electrónica, hay que mencionar también las **vallas estáticas** que se encuentran en los estadios de Primera División. Si bien es cierto que quedan relegadas a un segundo plano por la efectividad de la tecnología, esto no quiere decir que hayan desaparecido de la máxima categoría del fútbol nacional. En este sentido, las vallas que se encuentran suelen tener a los mismos patrocinadores que aparecen en las vallas electrónicas, en este caso, los propios del club. También es reseñable que hay una alta cuota de carteles con el logo de LaLiga, que, si bien no son una promoción sumamente dicha, roban espacio para otros posibles anunciantes.

Por su parte, las **promociones virtuales** asumen un gran papel en la retransmisión televisiva de los encuentros de la máxima categoría. Tras el visionado de los partidos, se ha detectado que, en el general de la competición, el patrón a seguir con este tipo de

publicidad es muy estricto: simulación de lonas al lado de las porterías y promociones sobreimpresionadas en el campo. En cuanto a las primeras, suele haber tres lonas iguales para todos los encuentros: una patrocinando a la empresa EA Sports, otra a Renfe y otra a Nissan. La distribución suele ser de dos en un lado de la meta y una en el otro. En algunas ocasiones, se complementa el espacio libre con otra simulación que recoge una publicidad propia del club que está jugando de local. El segundo tipo se analizará más adelante, cuando se hable de las promociones durante los tiempos de descanso.



Ilustración 9: Imagen donde se puede apreciar las cuatro simulaciones de lonas a ambos lados de la portería: Fuente: LaLiga

○ **El caso especial: Real Madrid – Real Valladolid**

Como ya se ha comentado a lo largo de este apartado, existe un encuentro de Primera División en el que no se siguen las pautas y patrones visibles en los demás encuentros. De esta manera, conviene echar una mirada en particular al encuentro entre el Real Madrid y el Real Valladolid, en el que las formas y vías de patrocinio cambian por completo.

En primer lugar, como ya se ha mencionado antes en este documento, este encuentro no utiliza la valla central publicitaria de LaLiga, sino que opta por utilizar una de otro patrocinador, en este caso la marca de neumáticos Hankook. Con esta aparición, el partido se convierte en el único encuentro de los analizados en el que no se hace referencia alguna a la marca de la competición. Sin embargo, las diferencias no quedan solo ahí, sino que tampoco se hace una simple referencia al Banco Santander en las vallas electrónicas durante todo el encuentro.

Aparte de eso, tampoco existen dos bloques publicitarios diferenciados, sino que solo uno. En esta ocasión, LaLiga no dispone de un espacio para ofrecer sus promociones, ya que no aparecen en ningún momento. Por el contrario, los patrocinadores del Real Madrid sí aparecen en la valla durante la retransmisión televisiva. Esto supone que en este encuentro haya pocos patrocinadores, pero que aparecen con una mayor frecuencia que en los demás partidos, lo que ayuda a ser más visibles y recordados.

Por su parte, las publicidades virtuales también cambian durante el desarrollo de este choque. Si lo habitual es que en todos los encuentros haya tres o cuatro lonas simuladas al lado de las porterías, en este partido solo existe una al lado de cada portería, que coincide con el mayor patrocinador del club local y del partido: Fly Emirates. A su vez, esta marca es la única que coloca una lona en el terreno de juego, en este caso en la zona de banquillos.

De la misma forma, no existe una publicidad destacada cuando se ejecuta un lanzamiento desde la esquina. Queda la duda de saber si con los penaltis aparece una publicidad específica, ya que en este encuentro no hubo infracción de pena máxima. Aunque, viendo los patrones que sigue el partido en cuanto a promoción, es bastante probable que tampoco hubiera aparecido.



Ilustración 10: Imagen de las dos lonas virtuales junto a las porterías del Santiago Bernabéu. Fuente: LaLiga

Visto este encuentro y las diferencias que tiene respecto a los de su misma competición existen dos posibilidades por las que esta circunstancia ocurre. Una nos dice que LaLiga no obliga a los clubes a poner sus anuncios, pero estos, al tener falta de patrocinadores, optan por coger el paquete para rellenar, algo que no haría el Real Madrid. Por otro lado,

también existe la posibilidad de que el conjunto madrileño esté exento de utilizar los símbolos corporativos de la competición por motivos económicos o de venta de derechos, aunque no deja de chocar que sea el único de los estadios analizados en donde ocurra.

- **Publicidad durante los encuentros de Segunda División**

Una vez concluido el repaso a Primera toca empezar con Segunda División. Como se puede deducir, los avances tecnológicos en materia de publicidad no son tan avanzados con los encontrados en la máxima categoría, pero conviene prestarle atención a las características que presenta la promoción en la división de plata.

De esta forma, en cuanto a los **espacios de promoción** no se encuentra una homogeneidad entre todos los encuentros, algo que sí ocurría en la Primera División. De esta manera, existe una mezcla entre los tipos predominantes en los encuentros: cinco estadios tienen **vallas electrónicas**, mientras que seis solo poseen **vallas estáticas** alrededor del campo. Además, no existe el concepto de **publicidad virtual** en los partidos de Segunda División. En su sustitución, encontramos el retorno de la **lona publicitaria** como elemento fijo de publicidad durante los encuentros.

Con esto en mente, la **emisión de publicidad** cambia radicalmente en la categoría de plata. El único elemento común que se mantiene fijo haya valla electrónica o fija es que en el centro de la imagen se ve un espacio con el nombre de la categoría, en este caso, LaLiga SmartBank. Aparte de los modelos tradicionales, también existen modelos híbridos, como el que ejecuta el CD Tenerife, que instala dos vallas electrónicas a los lados de una valla fija central que contiene el nombre de la liga, evitando así usar la tecnología para mantener el nombre de la competición durante todo el partido.

En primer lugar, mencionaremos los encuentros con **vallas electrónicas**. Si bien en Primera División existía un paquete de promociones estándar que aparecía en todos los encuentros, en Segunda no ocurre de la misma manera. Tras el visionado, parece que cada club tiene su libre albedrío para elegir qué promociona en sus vallas. A su vez, se ha detectado un mayor componente de **localidad** en las promociones de la categoría. Esto puede deberse no solo a que no haya una publicidad impuesta, sino a que también el volumen de visionado de la división es más concentrado y no tan extenso como en la máxima categoría.

En cuanto a los partidos con **vallas estáticas**, la diferencia con Primera División, e incluso con la Segunda, se acentúa aún más. Los encuentros con vallas fijas destacan por no repetir publicidades, tal y como ocurría en la máxima categoría. En su lugar, los equipos optan por reducir los espacios de promoción de cada empresa para maximizar la cantidad de compañías que se puedan mostrar. Mientras que en una valla electrónica, en condiciones normales, se pueden ver como mucho dos promociones en el tiro de cámara (la promoción principal + promoción de LaLiga), en un encuentro con vallas fijas el número de promociones que se pueden observar a la vez se puede incluso doblar o triplicar. Sin embargo, esta técnica no tiene que ser más efectiva, ya que a uno mayor exposición de publicidad es menos probable que la persona recoja todos los datos necesarios, ya que, entre el propio partido y las demás vallas, puede que la persona no encuentre el tiempo o nitidez televisiva necesaria para visualizar correctamente el anuncio.



Ilustración 11: Comparativa de las publicidades que se pueden ver en un tiro de cámara en un partido con vallas electrónicas y en uno con vallas estáticas. Fuente: LaLiga. Elaboración propia

Como se puede apreciar en la imagen, existen casos en los que se opta por los dos tipos de promoción, aunque sus combinaciones son muy distintas. Se aprecian desde vallas completas electrónicas con apoyo de vallas estáticas detrás hasta la inserción de una valla frontal electrónica y dos laterales estáticas. En este sentido, en algunos encuentros se han apreciado también espacios aptos para la promoción vacíos, lo que hace pensar que existe una falta de patrocinadores en la división de plata.

Un problema que se detecta en cuanto a las vallas estáticas es que, en ocasiones, la tipografía elegida para promocionarse no suele ser compatible con una buena lectura en la retransmisión televisiva, lo que hace que a veces sea imposible detectar la empresa que se está anunciando.

Por su parte, y a diferencia de la mayoría de los encuentros de Primera División, no existe promociones que aparezcan por un determinado evento, pero es algo que se entiende al no haber un criterio de unificación publicitario, como sí parece que lo hay en la máxima categoría.

Además, como se mencionó anteriormente, no hay signo alguno de existencia de publicidad virtual en ninguno de los partidos de la jornada, lo que demuestra que, a nivel tecnológico, la categoría se puede desarrollar mucho más. En su defecto, las vallas estáticas se convierten en el elemento elegido por la mayoría de los clubes, aunque hay algunos que deciden no poner nada al lado de las porterías, como el CD Lugo o el Levante UD.

b. Publicidad fuera del tiempo de juego

- **Publicidad fuera del tiempo de juego en Primera División**

En este apartado se hará un repaso a la publicidad que se emite fuera del tiempo de juego, es decir, durante las previas del encuentro y los descansos. Si bien es cierto estos tiempos no forman parte del partido como tal, si están dentro de la emisión televisiva, por lo que sus promociones tienen cabida en esta investigación. No obstante, no se detecta una gran diferencia en este aspecto entre las dos categorías del fútbol analizadas.

En cuanto a la Primera División, las promociones emitidas durante este tiempo se sustentan en la **telepromoción**, que se ejecuta en los espacios que las televisiones dejan en el descanso del encuentro. Para comprender este punto, es necesario saber que en España la retransmisión de LaLiga Santander la ejercen dos operadores principalmente: Movistar+ y DAZN. Si a priori no tiene mucha relevancia, es importante tener en cuenta que cada cadena tiene su publicidad independiente, por lo que no existe una igualdad total en todos los encuentros de la misma categoría.

Así, en el total de encuentros de la jornada, encontramos una serie de patrocinadores que, independientemente de la cadena en la que se emita el partido, aparecerán en la serie de

promociones. Estos son: El Corte Inglés, Burger King, Microsoft, Nissan, Audi, Mahou, Mitsubishi o Banco Santander.

Fuera de estas empresas, según en el operador en el que se emitiera el partido, se podría ver una promoción u otra. En el caso de Movistar+, los complementos a los demás anuncios eran promociones propias de Movistar, Línea Directa o Vitaldent. Por su parte, DAZN, que parece que posee una mayor amalgama de anuncios, combinaba los citados arriba con empresas como Domino's Pizza, Zalando o Ryobi Tools.

Si bien es cierto que existen diferencias entre ambas plataformas no podemos decir lo mismo dentro de ellas. En este sentido, todos los partidos de cada plataforma repitieron, en mayor o menor medida, los mismos anuncios en cada emisión, por lo que se podría decir que cada cadena ejecuta la misma serie de anuncios durante una misma jornada, sin personalizar teniendo en cuenta el encuentro o la hora.

Dejando de un lado las telepromociones fuera del campo, debemos hacer una mención especial a los **anuncios virtuales** sobreimpresionados en el terreno de juego durante el descanso. Estos aparecieron en los diez encuentros de Primera División durante la jornada analizada. De nuevo, según el operador por el que se viera el encuentro, se podía apreciar una promoción u otra.

En el caso de Movistar+, lo común era ver un anuncio sobreimpresionado en la pantalla de la Cadena SER y de MediaMarkt, mientras que en DAZN lo normal era ver una promoción de Don Simón. Destaca que, en el caso de DAZN, el anuncio siempre iba acompañado de una **cuña publicitaria**, algo que en Movistar+ solo ocurrió con el Vino Pata Negra.

- **Publicidad fuera del tiempo de juego en Segunda División**

En cuanto a la Segunda División, las diferencias no son tan significativas como ocurrían durante el tiempo de juego. De este modo, al igual que antes, debemos tener en cuenta que la categoría de plata en España la emiten dos canales principalmente. Uno es LaLiga SmartBank TV, que es un canal oficial de LaLiga que se encarga de emitir los 11 partidos de la jornada, es decir, de manera íntegra. No obstante, el canal Vamos de Movistar+ tiene derecho a seleccionar y emitir dos partidos de los once, aunque lo hace bajo la señal del canal oficial de la competición.

A priori puede parecer que la retransmisión sea similar y, por lo tanto, la publicidad también, pero, nada más lejos de la realidad, los espacios publicitarios fuera de los terrenos de juego cambian según el canal que se esté viendo. Así, los dos encuentros seleccionados por Vamos para esta jornada fueron el Levante - Real Zaragoza y el Albacete – Las Palmas, casualmente los partidos que abrían y cerraban la jornada respectivamente.

Al igual que ocurriera en Primera División, independientemente de la cadena donde se emitiera el partido, existen patrocinadores fijos durante el tiempo de descanso en todos los encuentros, que coinciden con los oficiales de LaLiga: Microsoft, Burger King, Nissan, Mahou y El Corte Inglés. Donde realmente se aprecia la diferencia entre ambas cadenas es en los minutos restantes.

En el caso de los partidos emitidos por Vamos, los minutos restantes se rellenan con más promociones, sacando el máximo partido a los pocos minutos que dura el intervalo entre ambos tiempos. Así, también se ha detectado que, según el encuentro que se dispute, la publicidad puede ser **localizada** para una determinada parte de la audiencia. Es el caso del partido entre Albacete y Las Palmas, que en el tiempo entre partes tuvo anuncios relativos a la comunidad canaria, como de la marca de alquiler de coches CICAR o la empresa de desatascos Jumbo. A su vez, no se apreciaron promociones relativas a Castilla-La Mancha. Por su parte, en el otro encuentro del canal en esa jornada no se divisa ningún anuncio concreto con tintes geográficos de alguno de los dos conjuntos.

Además de estos anuncios especiales, el canal de Movistar+ completa su serie en el descanso con promociones relativas a los servicios de la marca. Estas comprenden desde promocionar a la propia compañía de teléfono hasta anunciar nuevos programas y eventos que tendrán lugar en la plataforma digital de Movistar. Por último, el servicio digital también suele emitir algún reportaje relativo al fútbol, de no más de dos minutos de duración.

Por su parte, el canal LaLiga SmartBank TV sigue una dinámica distinta. Si bien es cierto que también tiene otro tipo de anuncios comerciales, la mayor parte del tiempo restante se utiliza en promocionar acciones de LaLiga, como por ejemplo el campamento de verano LaLiga Camps o próximos encuentros de la Segunda División. Además, el canal también prepara algunos reportajes cortos, normalmente dos, que hablan sobre un jugador de cada equipo que está jugando. De esta manera, se comprende que el canal utilice solo

patrocinadores de LaLiga, ya que, al ser un canal corporativo de la competición, tiene su propia financiación en esta misma, por lo que no necesita vender sus espacios de promoción o terceros ajenos a la corporación.

Por último, hay que destacar que en esta categoría no existe ninguna clase de **anuncio virtual** durante el tiempo muerto de los partidos. De hecho, ni se suele conectar con los terrenos de juego hasta poco antes de la reanudación del encuentro. En este sentido, en el campo durante el descanso, lo único que puede destacar son **lonas publicitarias** que se colocan en el centro hasta que se vuelva a poner la pelota en juego. De nuevo, al no haber conexión con el césped durante la pausa, el trabajo de la lona es mucho menos efectivo que el de una telepromoción, salvo para las personas que se encuentren en directo en el campo.

c. Empresas más patrocinadas durante los partidos

Una vez analizados los medios por los que las empresas se promocionan en los encuentros de fútbol, es necesario detenerse en los diferentes tipos de empresas que optan por promocionarse en estos eventos. Este dato toma ahora más importancia después de la prohibición en el año 2021 de la publicidad de apuestas deportivas, que solía ser mayoritaria, en los partidos de fútbol (El Confidencial, 2021).

De esta forma, debido a la gran cantidad de promociones que realizan durante un encuentro, conviene destacar aquellas que aparecen durante más tiempo en la pantalla, ya que serán, probablemente, las que el espectador recuerde durante un mayor periodo de tiempo en su cabeza. En este sentido, se contabilizará no solo lo que aparezca en los elementos citados

anteriormente, sino también en las equipaciones de los clubes, cuya publicidad también resalta según determinadas tomas o partes del juego.

Así, en cuanto a publicidades totales de los encuentros, como se podía esperar, en 19 de los 21 encuentros la promoción más

vista fue una propia del club y no una ofrecida por LaLiga. Este criterio se rompe

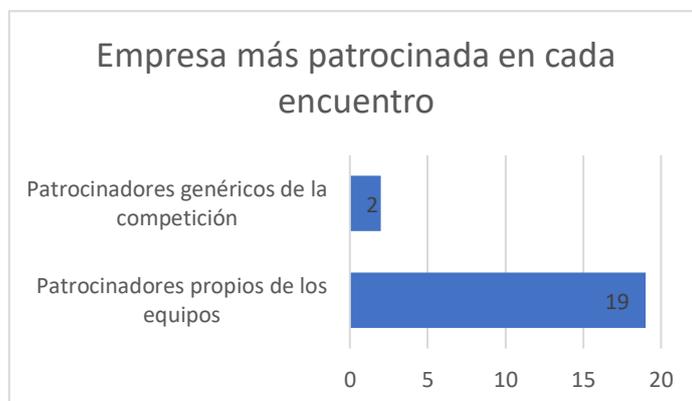


Gráfico 1: Gráfico sobre las empresas más patrocinadas durante los encuentros de Primera y Segunda División. Elaboración propia.

únicamente en dos encuentros: el Athletic Club – Getafe y el Elche – Barcelona, ambos de Primera División. Casualmente, en ambas ocasiones el factor que marca la diferencia es el mismo.

Debido a la gran cantidad de saques de esquina que hubo en esos dos encuentros (16 y 14 respectivamente), la marca Skechers se posiciona como la empresa con más apariciones en esos encuentros. No obstante, a pesar de la cantidad de ocasiones, la marca no aparece tantas veces como saques hubo, probablemente perjudicada por las tomas televisivas o por la consecución de más de un saque desde el banderín consecutivo.



En cuanto a la naturaleza de las empresas patrocinadas, destaca entre todas las marcas de alcohol como las más promocionadas en los partidos de ese fin de semana. De esta forma, pese a eliminar la posibilidad de la aparición de las casas

Gráfico 2: Gráfica que muestra las diferentes empresas que obtuvieron más representación durante los encuentros del fin de semana. Elaboración propia.

de apuestas, el consumo de alcohol gana enteros en las retransmisiones. Además, se detecta que no existe ningún encuentro de esta jornada en el que no se haga alguna referencia a una bebida alcohólica.

Cerca de las bebidas alcohólicas se encuentran las entidades bancarias, las marcas de ropa deportiva, las empresas con relación a los automóviles y empresas de venta de energía. En un menor nivel, encontramos empresas tecnológicas, compañías de alimentación animal, aerolíneas, empresas de cerámica y de trading online, aseguradoras, empresas buscatalentos y anuncios por parte de entidades gubernamentales.

d. Resultados de la encuesta

La encuesta fue contestada por un total de 224 personas, de las que 122 fueron hombres, 101 mujeres y otra persona fue de género no binario. En cuanto a la edad de los encuestados, destaca que más de la mitad (un 50,4 %) corresponde a la franja

comprendida entre los 21 y los 30 años. Por su parte, la edad menos representada en la encuesta fue la de mayor de 61 años, que solo obtuvo 6 respuestas.

En cuanto a la distribución geográfica, el 73,5 % de los encuestados es habitante de la isla de Tenerife, mientras que un 17,4 % pertenece a otra isla canaria. El porcentaje restante habita en otras comunidades de España, siendo la Comunitat Valenciana la más representada, con siete respuestas, e Islas Baleares la que menos, con solo una respuesta.

Del total de la encuesta, un 77,2 % de las personas afirma seguir de forma habitual la Primera o Segunda División de España. Por esta pregunta se entiende que la persona visualiza, al menos, un encuentro por jornada de alguna de las categorías. De esta manera, el equipo que más seguidores atrae en el cuestionario es el CD Tenerife, con 136 respuestas, seguido por el FC Barcelona, con 115, siendo los dos únicos equipos que superan la centena; y el Real Madrid, con 80 respuestas.

En cuanto a las preguntas sobre la publicidad, la mayoría de los encuestados reconocen que en los campos de Primera División existen vallas estáticas, electrónicas y virtuales. Por su parte, destaca como 136 personas detectan cuñas del narrador en las retransmisiones, teniendo en cuenta que estas solo se producen durante el tiempo de descanso, que es cuando la mayoría de los espectadores no atienden a la retransmisión.

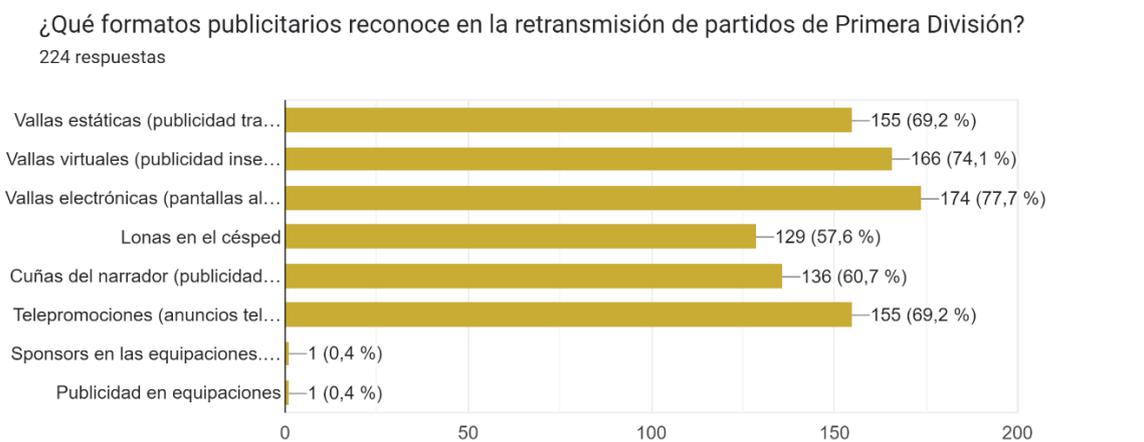


Gráfico 3: Respuestas a la encuesta sobre el reconocimiento de los diferentes elementos publicitarios en los encuentros de Primera División. Elaboración propia.

No obstante, la percepción en Segunda División cambia por completo. En la categoría de plata la opción más votada son las vallas estáticas, lo cual coincide con el análisis realizado. De igual forma, 99 personas afirman haber reconocido una cuña del narrador, algo que el en análisis realizado no se aprecia. Asimismo, 97 personas confirman la

aparición de publicidades virtuales en los encuentros de la segunda categoría, algo que realmente no ocurre en ninguno de los partidos analizados.

¿Qué formatos publicitarios reconoce en la retransmisión de partidos de Segunda División?

224 respuestas

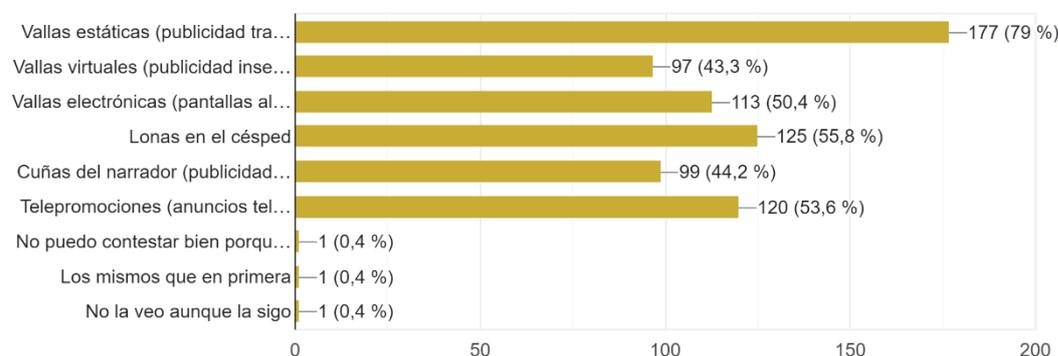


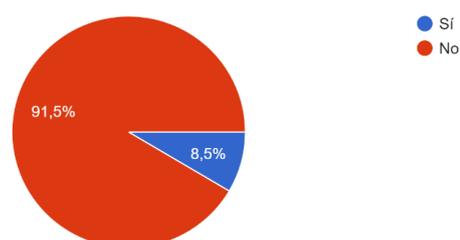
Gráfico 4: Respuestas a la encuesta sobre el reconocimiento de los diferentes elementos publicitarios en los encuentros de Primera División. Elaboración propia.

Por último, en cuanto a la adquisición de productos por las promociones en los encuentros, los resultados de la encuesta son claros. Un 91,5 % de los encuestados afirma no haber comprado ningún producto o servicio por haberlo visto publicitado en un encuentro de fútbol. Es decir, solo una persona de cada diez adquiere productos que ve promocionamos en los encuentros del fútbol nacional.

Así, las personas que adquieren productos optan por un consumo muy variado, que va desde bebidas, tanto refrescantes como alcohólicas, hasta servicios, como contratación de plataformas de *streaming* (DAZN) o solicitud de comida a domicilio (Glovo). De igual manera, existen consumidores que también adquirieron productos tecnológicos, tales como consolas o dispositivos móviles.

¿Ha adquirido usted algún producto o servicio después de verlo publicitado en una retransmisión de un partido de fútbol en España (contando publicidad e...blicitarias a viva voz por los narradores, etc.)?

224 respuestas



Gráfica 5: Gráfica que muestra el porcentaje de personas que adquirieron un producto tras verlo patrocinado en un partido de fútbol de Primera y Segunda División. Elaboración propia.

En este sentido, se le solicita al encuestado su opinión sobre la molestia de la publicidad durante la retransmisión televisiva. En ocasiones, un mal uso de las fórmulas publicitarias puede afectar a la relación de los consumidores con la marca, pudiendo generar el efecto contrario en la población si el anuncio molesta a la persona. Pese al poco hábito comprador de los encuestados, la respuesta a esta pregunta no es muy concluyente. Por un ligero 50,4 % de los votos, los participantes creen que los nuevos formatos utilizados para emitir la publicidad no son molestos durante la retransmisión de los partidos, por lo que las características de los anuncios no son un elemento primordial para no comprar los productos patrocinados.

7. CONCLUSIONES

Tras la desaparición de la publicidad de apuestas en el fútbol profesional, este análisis ha servido para mostrar las tendencias actuales de promoción que se dan en los partidos de Primera y Segunda División en la actualidad. De esta manera, se ha podido comprobar que existen diferencias palpables en cuanto al tratamiento de la publicidad entre ambas categorías. De igual forma, estas diferencias no parecen ser culpa de los propios clubes, sino más bien de los entes encargados de administrar sus derechos.

En cuanto a los espacios de promoción, hemos podido aclarar que entre Primera y Segunda la principal diferencia reside en el uso de tecnología que tiene cada una. Mientras que la primera cuenta con todo tipo de promociones, desde estadios con vallas electrónicas, anuncios virtuales y promociones variadas, en Segunda División nos encontramos con un panorama mucho menos desarrollado, sin una garantía de tener una valla electrónica en todos los campos, con una publicidad virtual inexistente y con unas telepromociones fuera del tiempo de juego series y estándar para la mayoría de los equipos. Esta circunstancia ha generado que, mientras que en la máxima categoría haya un componente de igualdad de contenidos publicitaria, dando una imagen más **global** y unitaria, en Segunda no se muestre ningún tipo de unidad, dando la sensación de que cada equipo puede ir a su libre albedrío.

Además, pese a que la competición tenga sus propios patrocinadores, no parece haber la misma relevancia de aparición en Primera y Segunda. Mientras que en Primera se guarda un espacio para estos clientes, en Segunda todo se limita a apariciones esporádicas que dependen en gran medida de las circunstancias del juego. Por su parte, se ha detectado en la segunda categoría un mayor componente de **localidad** en la intención de sus

promociones, pudiendo decir que en el caso de la Primera División este queda en un gran segundo plano.

En cuanto a las empresas que se promocionan, se ha detectado que, en el global de los encuentros, suelen ser los propios patrocinadores de los clubes los que más relevancia asumen en la retransmisión, dejando atrás a los patrocinadores de LaLiga, que pese a tener un gran peso sobre las publicidades del campos, no tienen ninguna autoridad en las promociones de las equipaciones de los conjuntos. En este sentido, se ha detectado que el hueco dejado por las casas de apuestas en el 2021 lo ha ocupado, en su mayoría, empresas de bebidas alcohólicas, seguidas de entidades bancarias y marcas de ropa deportiva.

No obstante, según ha demostrado la encuesta, no importan las innovaciones tecnológicas ni los productos que se promocionen, ya que los consumidores de fútbol no suelen adquirir productos patrocinados en el fútbol. No obstante, esta decisión no es por un proceso de molestia por los nuevos formatos utilizados, lo que demuestra que, probablemente, las personas no pongan toda la atención que parece a las promociones durante los partidos de Primera y Segunda División.

En definitiva, este estudio ha demostrado que las dos máximas categorías del fútbol español no tienen una igualdad real en cuanto a crecimiento publicitario, lo que no ha impedido que, mediante técnicas anticuadas, ambas suelen tener un mismo caudal publicitario. Además, el estudio confirma que los espectadores no están dispuestos a adquirir productos vistos en encuentro de fútbol, lo que puede indicar que las fórmulas y/o los productos expuestos no suelen interesar al público vidente de partidos de fútbol en España.

8. BIBLIOGRAFÍA

Armstrong, G., & Kotler, P. (2013). *Fundamentos de marketing*. Pearson Educación.

Barlovento Comunicación. (2022). *BARÓMETRO TV-OTT*.
www.barloventocomunicacion.es

Barthes, R. (1986). *Lo obvio y lo obtuso: Imágenes, gestos, voces*. Paidós Comunicación.

Campos-Freire, F. (2015). Adaptation of traditional media to the metamedia innovation. *Profesional de la Informacion*, 24(4), 441-450.
<https://doi.org/10.3145/epi.2015.jul.11>

- Corporación de Medios de Andalucía. (s. f.). *Audiencia publicitaria*. Recuperado 29 de marzo de 2023, de <https://cmacomunicacion.com/que-es/audiencia-publicitaria/>
- De la Mora, A. [@delamorah] (2023). *El ORIGEN de las VALLAS PUBLICITARIAS en el #Fútbol* [Video]. Youtube. https://youtube.com/shorts/ApgVSwcnO_Q?feature=share
- Degrado-Godoy, M.-D. (2005). Televisión, publicidad y comunicación. *Comunicar*, 13(25). <https://doi.org/10.3916/C25-2005-078>
- El Confidencial. (2021). Entra en vigor la regulación de la publicidad de apuestas: ¿qué cambia con la ley Garzón? *El Confidencial*. https://www.elconfidencial.com/espana/2021-08-30/regulacion-publicidad-apuestas-ley-garzon_3259434/
- Fluzo. (2022). *Así se reparten la audiencia del fútbol (y su publicidad) TV, Radio y Twitch*.
- González Reyna, S. (2018). La comunicación persuasiva como instrumento para el cambio de opiniones. *Revista Mexicana de Opinión Pública*, 25, 185. <https://doi.org/10.22201/fcpys.24484911e.2018.25.65182>
- Hernández, E. A., & Paz, L. E. (2021). El spot de bien público: aproximación teórica y conceptual. *Revista Latinoamericana de Comunicación N.º*, 146, 183-198.
- La Casa, R. (2021). 40 años desde que el fútbol español incorporó la publicidad a las camisetas. *El Confidencial*. https://www.elconfidencial.com/deportes/futbol/liga/2021-08-20/camisetas-real-madrid-racing-publicidad_3237910/
- La Vanguardia. (2023). La televisión de pago registró en 2022 su récord histórico de audiencia, con el 9,8% de cuota de pantalla. *La Vanguardia*. <https://www.lavanguardia.com/vida/20230306/8803517/television-pago-registro-2022-record-historico-audiencia-9-8-cuota-pantalla.html>
- Mancebo, F. J. (24 de octubre de 2014). La publicidad en las vallas de los campos de fútbol: ¿para todo y para todos? *El blog de Javier Mancebo*.

<https://javiermanceboblog.wordpress.com/2014/10/24/la-publicidad-en-las-vallas-de-los-campos-de-futbol-para-todo-y-para-todos/>

O'Guinn, T. C., Allen, C. T., & Semenik, R. J. (2012). *Advertising and integrated brand promotion*. South-Western, Cengage Learning.

Ortiz, F. (2016). La publicidad en el fútbol. *Fútbol Emotion*.
<https://www.futbolemotion.com/es/blogs/de-bota-negra/la-publicidad-en-el-futbol>

Palco 23. (2023). El patrocinio deportivo en España aumenta un 6,2% en 2022, hasta 418 millones de euros. *Palco 23*.

Quintas-Froufe, N., & González-Neira, A. (2016). Television consumption and its measurement in Spain: A path to hybrid audiences. *Profesional de la Informacion*, 25(3), 376-383. <https://doi.org/10.3145/epi.2016.may.07>

Real Academia Española. (2023a). *Audiencia*. <https://dle.rae.es/audiencia>

Real Academia Española. (2023b, marzo 20). *Publicidad*.
<https://dle.rae.es/publicidad>

Sarmiento, R. (s. f.). *La publicidad en la era televisiva*. Historia de la publicidad, capítulo 5. Recuperado 28 de marzo de 2023, de <https://www.microbio.tv/blog/publicidad-television/>

Stanton, W., Etzel, M., & Walker, B. (2007). *Fundamentos del Marketing: Vol. 14 edición*.

Vande Rusten, P. (2019). El fútbol es la nueva publicidad. *El País*.
https://elpais.com/deportes/2019/02/22/es_laliga/1550840601_271170.html

9. ANEXOS

a. FICHA DE ANÁLISIS EN BLANCO

Partido	Fecha	División	Localización	¿Existen vallas electrónicas?	N.º de empresas patrocinadoras distintas	Producto/servicio que más se promociona	Otras observaciones

- Patrocinadores electrónicos **(SI PROCEDE SEGÚN EL ENCUENTRO)**:

Empresa	Tipo de empresa	N.º de apariciones en pantalla

- Patrocinadores virtuales (sobreimpresionados en la pantalla y que solo se ven en la retransmisión televisiva) **(SI PROCEDE SEGÚN EL ENCUENTRO)**:

Empresa	Tipo de empresa	Tipo de aparición

- Patrocinadores estáticos

Empresa	Tipo de empresa	Empresa	Tipo de empresa

- **Patrocinadores de las camisetas de los equipos:**

Parte de la equipación	Empresa	Tipo de empresa	Parte de la equipación	Empresa	Tipo de empresa
Frontal de la camisa			Frontal de la camisa		
Dorso de la camisa			Dorso de la camisa		
Mangas			Mangas		
Pantalón			Pantalón		
Sponsor de la ropa			Sponsor de la ropa		

Árbitro	Empresa	Tipo de empresa
Mangas y dorso de la camisa	Wurth	Venta de herramientas de bricolaje

- **Telepromociones:**

Promoción	Tipo de empresa	Promoción	Tipo de empresa
------------------	------------------------	------------------	------------------------

b. FICHAS DE ANÁLISIS COMPLETAS

PRIMERA DIVISIÓN

Partido	Fecha	División	Localización	¿Existen vallas electrónicas?	N.º de empresas patrocinadoras distintas	Producto/servicio que más se promociona	Otras observaciones
RCD Mallorca – CA Osasuna	Viernes, 31 de marzo de 2023	Primera División	Visit Mallorca Estadi, Palma de Mallorca, Islas Baleares	Sí (una frontal y dos laterales)	66	AlphaGel (AGel) de Taica Corporation (15 veces en las vallas electrónicas + patrocinador principal de la camiseta del Mallorca + vallas estáticas alrededor del campo)	Parece existir una secuencia fija de publicidad , que solo se corta por la emisión de repeticiones. Por otra parte, da la sensación de que las promociones de las vallas electrónicas no avanzan hasta que

							la repetición deje de emitirse, salvo que el parón en el juego sea muy largo (más de 30 segundos)
--	--	--	--	--	--	--	---

- **Patrocinadores electrónicos:**

Empresa	Tipo de producto	N.º de apariciones en pantalla
Banco Santander (Por LaLiga Santander)	Banco	Durante todo el encuentro en el centro de la valla electrónica frontal + 7 veces en el total de la valla
AlphaGel	Empresa tecnológica	14
Sorare	Videojuego de fútbol	11
Melchor Moscano	Empresa de construcción	6
Coca-Cola	Marca de bebidas refrescantes	6
Gol Ball de LaLiga	Venta del balón del gol en los partidos de LaLiga	6
Legends	Entradas para museo de fútbol	6

Fútbol Emotion	Tienda de fútbol	6
Talat	Empresa de ingeniería	6
Grupo Puma	Conjunto de empresas de construcción	6
Vivo	Marca de telefonía móvil	5
Kerakoll	Venta de materiales de construcción sostenibles	5
Golazos de LaLiga	Mercado de compraventa de momentos de LaLiga	5
Cabreiroá	Agua natural	5
Nissan	Venta de automóviles	5
Burger King	Venta de comida rápida	5
Microsoft	Plataforma digital	5
Mahou	Bebida alcohólica	5
El Corte Inglés	Venta de productos	5
Mapfre	Aseguradora	5
Air Europa	Línea aérea	5
Footprint	Empresa fabricante de tecnología sostenible	4
Auxiliar de Aguas SL	Empresa de tratamiento de agua	4
OK Mobility	Coches de alquiler	4
Estrella Damm	Bebida alcohólica	4

EsportsNet – Consell de Mallorca	Anuncio gubernamental	4
Watium	Comercializadora eléctrica	4
Eneryeti	Bebidas energéticas	4
BKT	Venta de suministros agrícolas	4
Skechers	Marca de ropa y calzado deportivo	4
Specialized	Componentes de bicicleta	4
Gelat Mallorquí 1966	Heladería local	4
CaixaBank	Banco	3
Alua Resorts	Cadena de hoteles	3
Panter	Calzado de seguridad	3
Rombull	Venta de redes y mallas	3
Melones Bollo	Venta de melones	2
Octopus Energy	Compañía eléctrica	2
Fibwi	Servicio de internet y fibra en las Islas Baleares	1
Logistics Rotger	Servicios de logística	1
Podoactiva	Servicio sanitario	1

- **Patrocinadores virtuales (sobreimpresionados en la pantalla y que solo se ven en la retransmisión televisiva):**

Empresa	Tipo de empresa	Tipo de aparición
FIFA 23 (De EA Sports)	Videojuego sobre fútbol	Lona virtual al lado de la portería durante todo el encuentro
Renfe	Transporte ferroviario	Lona virtual al lado de la portería durante todo el encuentro
Nissan e-POWER	Marca de automóviles	Lona virtual al lado de la portería durante todo el encuentro
Cadena SER	Cadena de radio	Anuncio sobreimpresionado en el campo durante el descanso del encuentro
MediaMarkt	Tienda de electrónica	Anuncio sobreimpresionado en el campo durante el descanso del encuentro

- **Patrocinadores estáticos (vallas estáticas + lonas sobre el césped):**

Empresa	Tipo de empresa	Empresa	Tipo de empresa
JG Comunicación	Creación de imágenes corporativas	AlphaGel	Empresa tecnológica
LaLiga	Ente organizador del fútbol profesional en España	Estrella Damm	Bebida alcohólica

Besoccer	Aplicación de estadísticas de fútbol	Footprint	Empresa fabricante de tecnología sostenible
OMP	Accesorios de automóviles	Fibwi	Servicio de internet y fibra en las Islas Baleares
Microsoft	Plataforma digital	Air Europa	Línea aérea
OK Mobility	Coches de alquiler	CaixaBank	Banco
Nike	Marca de ropa deportiva	Juaneda Hospitales	Red de asistencia sanitaria
Ensaimadas Ángel	Venta de ensaimadas en Mallorca	Specialized	Componentes de bicicleta

- **Patrocinadores de las camisetas de los equipos:**

RCD Mallorca			CA Osasuna		
Parte de la equipación	Empresa	Tipo de empresa	Parte de la equipación	Empresa	Tipo de empresa
Frontal de la camisa	AlphaGel	Empresa tecnológica	Frontal de la camisa	Verleal	Venta de verduras
Dorso de la camisa	Alua Resorts; Juaneda Hospitales	Cadena de hoteles; Red de asistencia sanitaria	Dorso de la camisa	HR Motor	Venta de coches de segunda mano
Mangas	Ok Mobility	Coches de alquiler	Mangas	No tiene	-

Pantalón	Specialized	Componentes de bicicleta	Pantalón	Clínica Universidad de Navarra	Servicio sanitario
Sponsor de la ropa		Nike	Sponsor de la ropa		Adidas

Árbitro	Empresa	Tipo de empresa
Mangas y dorso de la camisa	Würth	Venta de herramientas de bricolaje

- **Telepromociones:**

Promoción	Tipo de empresa	Promoción	Tipo de empresa
Burger King	Venta de comida rápida	Promociones Movistar (7 veces)	Empresa de telefonía y fibra
Microsoft	Plataforma digital	Tráiler película <i>El exorcismo del Papa</i>	Promoción de película para el cine
Línea Directa (3 veces)	Aseguradora	Mitsubishi	Venta de automóviles
Cupra	Venta de automóviles	Audi	Venta de automóviles
LG	Venta de televisores	Mahou	Bebida alcohólica
Vitaldent	Clínica dental	Nissan	Venta de automóviles
Voll-Damm	Bebida alcohólica	Promoción Canal DARK	Canal de películas de terror

Partido	Fecha	División	Localización	¿Existen vallas electrónicas?	N.º de empresas patrocinadoras distintas	Producto/servicio que más se promociona	Otras observaciones
Girona FC – RCD Espanyol de Barcelona	Sábado, 01 de abril de 2023	Primera División	Montilivi, Girona, Cataluña	Sí (una frontal y dos laterales)	71	Gosbi (15 veces en las vallas electrónicas + patrocinado principal de la camiseta del Girona + vallas estáticas alrededor del campo)	Parece existir una secuencia fija de publicidad , que solo se corta por la emisión de repeticiones. Por otra parte, da la sensación de que las promociones de las vallas electrónicas no avanzan hasta que la repetición deje de emitirse, salvo que el parón en el

							juego sea muy largo (más de 30 segundos)
--	--	--	--	--	--	--	--

- **Patrocinadores electrónicos:**

Empresa	Tipo de empresa	N.º de apariciones en pantalla
Banco Santander (Por LaLiga Santander)	Banco	Durante todo el encuentro en el centro de la valla electrónica + 9
Gosbi	Marca de alimentos para animales	15
Sorare	Videojuego de fútbol	10
Estrella Damm	Marca de bebidas alcohólicas	10
Puma	Marca de ropa deportiva	10
Nissan	Venta de automóviles	8
Skechers	Marca de ropa y calzado deportivo	7
Parlem	Empresa de telecomunicaciones de Cataluña	7
Vivo	Marca de telefonía móvil	6
El Corte Inglés	Venta de productos	6
Agroseguro	Aseguradora del suelo agrario	6
Cerveza San Miguel	Marca de bebidas alcohólicas	6

Bauhaus	Venta de herramientas de bricolaje	6
Medplaya.com	Línea de hoteles	6
Grupo Puma	Conjunto de empresas de construcción	6
Eneryeti	Marca de bebidas energéticas	6
Kerakoll	Venta de materiales de construcción sostenibles	5
Gol Ball de LaLiga	Venta del balón del gol en los partidos de LaLiga	5
Microsoft	Plataforma digital	5
BKT	Venta de suministros agrícolas	5
Burger King	Venta de comida rápida	5
Golazos de LaLiga	Mercado de compraventa de momentos de LaLiga	5
Cabreiroá	Agua natural	5
Legends	Entradas para museo de fútbol	5
Pirineo de Girona – Costa Brava	Lugar turístico	5
Aldar	Empresa inmobiliaria	5
Natsbi	Marca de alimentación para mascotas	5
Pujol	Empresa de prefabricados de hormigón	5
Carl's Jr	Venta de comida rápida	5
Coca-Cola	Marca de bebidas refrescantes	5
CaixaBank	Banco	4
Rombull	Venta de redes y mallas	4

Diari de Girona	Medio informativo	3
Socios Girona FC	Portal de socios del Girona FC	3
Panter	Marca de calzado de seguridad	3
ImprentaPagés	Servicio de impresión	3
Besoccer	Aplicación de estadísticas de fútbol	2
ProGen Innovación	Venta de complementos alimenticios	2
PNeumatics Perelló	Venta de neumáticos	2
ClassicAuto Girona	Taller de reparación de vehículos	1
Ara	Diario informativo	1
Frit Ravich	Venta de snacks	1
Artilane	Venta de productos para el cuidado muscular	1
DAZN	Servicio de <i>streaming</i> deportivo	1

- **Patrocinadores virtuales (sobreimpresionados en la pantalla y que solo se ven en la retransmisión televisiva):**

Empresa	Tipo de empresa	Tipo de aparición
FIFA 23 (De EA Sports)	Videojuego sobre fútbol	Lona virtual al lado de la portería durante todo el encuentro
Renfe	Transporte ferroviario	Lona virtual al lado de la portería durante todo el encuentro

Nissan e-POWER	Marca de automóviles	Lona virtual al lado de la portería durante todo el encuentro
Puma	Marca de ropa deportiva	Lona virtual al lado de la portería durante todo el encuentro
Don Simón (+ cuña publicitaria)	Venta de bebidas	Anuncio sobreimpresionado en el campo durante el descanso del encuentro

- **Patrocinadores estáticos (vallas estáticas + lonas sobre el césped):**

Empresa	Tipo de empresa	Empresa	Tipo de empresa
CaixaBank	Banco	Ara	Diario informativo
Puma	Marca de ropa deportiva	L'Esportiu	Diario deportivo
Gosbi	Marca de alimentos para animales	Medplaya.com	Línea de hoteles
Nissan	Marca de automóviles	ProGen Innovación	Venta de complementos alimenticios
Estrella Damm	Marca de bebidas alcohólicas	Aldar	Empresa inmobiliaria
LaLiga	Ente organizador del fútbol profesional en España	Microsoft	Plataforma digital
Sport	Diario deportivo	Pirineu de Girona – Costa Brava	Lugar turístico
BKT	Venta de suministros agrícolas		

- **Patrocinadores de las camisetas de los equipos:**

Girona FC			RCD Espanyol de Barcelona		
Parte de la equipación	Empresa	Tipo de empresa	Parte de la equipación	Empresa	Tipo de empresa
Frontal de la camisa	Gosbi	Marca de alimentos para animales	Frontal de la camisa	Riviera Maya	Lugar turístico
Dorso de la camisa	No tiene	-	Dorso de la camisa	Digi	Compañía de fibra y móvil
Mangas	No tiene	-	Mangas	Reale Seguros	Empresa aseguradora
Pantalón	Costa Brava; Parlem	Promoción turística de la costa catalana; Empresa de telecomunicaciones de Cataluña	Pantalón	Crypto Snack	Empresa de criptomonedas
Sponsor de la ropa		Puma	Sponsor de la ropa		Kelme

Árbitro	Empresa	Tipo de empresa
Mangas y dorso de la camisa	Würth	Venta de herramientas de bricolaje

- **Telepromociones:**

Promoción	Tipo de empresa	Promoción	Tipo de empresa
Ryobi Tools	Venta de herramientas de bricolaje	Burger King	Venta de comida rápida
Zalando	Empresa de venta de ropa online	Microsoft	Plataforma digital
Domino's Pizza	Venta de comida rápida	Peugeot	Marca de automóviles
LG (2 veces)	Marca de tecnología y electrodomésticos	Cupra	Marca de automóviles
Citroën	Marca de automóviles	Mitsubishi (2 veces)	Marca de automóviles
Promociones DAZN (4 veces)	Servicio de <i>streaming</i> deportivo	Tráiler película <i>Air</i> (2 veces)	Promoción de película para el cine
Mazda	Marca de automóviles	Audi	Marca de automóviles
El Corte Inglés	Venta de productos	Jeep	Marca de automóviles
Banco Santander	Banco	Orange	Empresa de telefonía y fibra
Mahou	Marca de bebidas alcohólicas	Nissan	Marca de automóviles

Partido	Fecha	División	Localización	¿Existen vallas electrónicas?	N.º de empresas patrocinadoras distintas	Producto/servicio que más se promociona	Otras observaciones
Athletic Club de Bilbao – Getafe CF	Sábado, 01 de abril de 2023	Primera División	Estadio San Mamés, Bilbao, País Vasco	Sí (una frontal y dos laterales)	54	Skechers (debido a la cantidad de saques de esquina que hubo en el encuentro)	<p>Parece existir una secuencia fija de publicidad, que solo se corta por la emisión de repeticiones.</p> <p>Por otra parte, da la sensación de que las promociones de las vallas electrónicas no avanzan hasta que la repetición deje de emitirse, salvo que el parón en el juego sea muy</p>

							<p>largo (más de 30 segundos)</p> <p>Por otro lado, cada vez que hay un saque de esquina, la marca Skechers aparece en las vallas, rompiendo la secuencia que hubiera en ese momento y retomándola tras la jugada</p>
--	--	--	--	--	--	--	---

- **Patrocinadores electrónicos:**

Empresa	Tipo de empresa	N.º de apariciones en pantalla
Banco Santander (Por LaLiga Santander)	Banco	Durante todo el encuentro en el centro de la valla electrónica + 7

Skechers	Marca de ropa y calzado deportivo	13
Sorare	Videojuego de fútbol	11
San Miguel	Bebida alcohólica	10
B2B in Pay	Empresa de criptomonedas	8
Kutxabank	Banco	6
Digi	Empresa de telefonía y fibra	6
Nissan	Venta de automóviles	5
Vivo	Marca de telefonía móvil	5
Microsoft	Plataforma digital	5
Golazos de LaLiga	Mercado de compraventa de momentos de LaLiga	5
Cabreiroá	Venta de agua natural	5
Legends	Entradas para museo de fútbol	5
Coca-Cola	Marca de bebidas refrescantes	5
Mail Boxes ETC	Empresa de paquetería	5
El Corte Inglés	Venta de productos	4
Grupo Puma	Conjunto de empresas de construcción	4
Kerakoll	Venta de materiales de construcción sostenibles	4
Gol Ball de LaLiga	Venta del balón del gol en los partidos de LaLiga	4
BKT	Venta de suministros agrícolas	4
Burger King	Venta de comida rápida	4

Vueling	Línea aérea	4
Petronor	Empresa petrolera	4
Norauto	Taller de automóviles	4
Saunier Duval	Empresa de climatización del hogar	4
Carl's Jr	Venta de comida rápida	4
Eneryeti	Marca de bebidas energéticas	3
Remax	Empresa inmobiliaria	3
Romull	Venta de redes y mallas	2
Panter	Marca de calzado de seguridad	2
IMQ	Compañía de seguros	2
Euskaltel	Compañía de fibra, móvil y TV del País Vasco	2
New Balance	Marca de ropa deportiva	2
Melones Bollo	Venta de melones	2
Octopus Energy	Compañía eléctrica	2

- **Patrocinadores virtuales (sobreimpresionados en la pantalla y que solo se ven en la retransmisión televisiva):**

Empresa	Tipo de empresa	Tipo de aparición
FIFA 23 (De EA Sports)	Videojuego sobre fútbol	Lona virtual al lado de la portería durante todo el encuentro

Renfe	Transporte ferroviario	Lona virtual al lado de la portería durante todo el encuentro
Nissan e-POWER	Marca de automóviles	Lona virtual al lado de la portería durante todo el encuentro
Kutxabank	Banco	Lona virtual al lado de la portería durante todo el encuentro
B2B in Pay	Empresa de criptomonedas	Lona virtual al lado de la portería durante todo el encuentro
Cadena SER	Cadena de radio	Anuncio sobreimpresionado en el campo durante el descanso del encuentro
MediaMarkt	Tienda de electrónica	Anuncio sobreimpresionado en el campo durante el descanso del encuentro

- **Patrocinadores estáticos (vallas estáticas + lonas sobre el césped):**

Empresa	Tipo de empresa	Empresa	Tipo de empresa
LaLiga	Ente organizador del fútbol profesional en España	Euskaltel	Compañía de fibra, móvil y TV del País Vasco
Microsoft	Plataforma digital	JapanCar (Toyota)	Marca de automóviles
Vueling (Lona sobre el césped)	Línea aérea	San Miguel	Bebida alcohólica

Kutxabank	Banco	Digi	Compañía de fibra, móvil y TV
New Balance	Marca de ropa deportiva	Barceló Travel	Agencia de viajes
IMQ	Compañía de seguros	Petronor	Empresa petrolera
B2B in Pay	Empresa de criptomonedas		

- **Patrocinadores de las camisetas de los equipos:**

Athletic Club de Bilbao			Getafe CF		
Parte de la equipación	Empresa	Tipo de empresa	Parte de la equipación	Empresa	Tipo de empresa
Frontal de la camisa	Kutxabank	Banco	Frontal de la camisa	Tecnocasa	Empresa inmobiliaria
Dorso de la camisa	Digi	Compañía de fibra, móvil y TV	Dorso de la camisa	No tiene	-
Mangas	B2B in Pay	Empresa de criptomonedas	Mangas	No tiene	-
Pantalón	No tiene	-	Pantalón	Motoreto	Empresa de coches de segunda mano
Sponsor de la ropa	New Balance		Sponsor de la ropa	Joma	

Árbitro	Empresa	Tipo de empresa
Mangas y dorso de la camisa	Wurth	Venta de herramientas de bricolaje

- **Telepromociones:**

Promoción	Tipo de empresa	Promoción	Tipo de empresa
Burger King	Venta de comida rápida	Promociones Movistar (11 veces)	Empresa de telefonía, fibra y TV
Microsoft	Plataforma digital	Tráiler película <i>El exorcismo del Papa</i>	Promoción de película para el cine
Línea Directa (3 veces)	Aseguradora	Mitsubishi	Venta de automóviles
Cupra	Venta de automóviles	Audi	Venta de automóviles
LG	Venta de televisores	Mahou	Bebida alcohólica
Vitaldent	Clínica dental	Nissan	Venta de automóviles

Partido	Fecha	División	Localización	¿Existen vallas electrónicas?	N.º de empresas patrocinadoras distintas	Producto/servicio que más se promociona	Otras observaciones
---------	-------	----------	--------------	-------------------------------	--	---	---------------------

Cádiz CF – Sevilla FC	Sábado, 01 de abril de 2023	Primera División	Estadio Nuevo Mirandilla, Cádiz, Andalucía	Sí (una frontal y dos laterales)	98	Digi (9 veces en las vallas electrónicas + vallas estáticas y lona + patrocinador principal de la camiseta del Cádiz CF)	Se combinan de manera eficiente las vallas estáticas y las eléctricas para conseguir un mayor número de patrocinadores distintos durante el partido, aunque es cierto que a la mayoría de ellos solo se les divisa en la imagen televisiva una vez.
--------------------------	-----------------------------------	---------------------	--	--	----	--	--

- **Patrocinadores electrónicos:**

Empresa	Tipo de empresa	N.º de apariciones en pantalla
Banco Santander (Por LaLiga Santander)	Banco	Durante todo el encuentro en el centro de la valla electrónica + 6

Digi	Empresa de telefonía y fibra	9
Sorare	Videojuego de fútbol	8
Skechers	Marca de ropa y calzado deportivo	8
Eneryeti	Bebida energética	8
Scientiffic Nutrition	Venta de vitaminas y suplementos	6
Motoreto	Empresa de coches de segunda mano	6
Coca-Cola	Bebida refrescante	5
Catering El Faro	Servicio de catering	5
Barbadillo	Bodega	5
BKT	Venta de suministros agrícolas	4
Alhambra	Bebida alcohólica	4
Burger King	Venta de comida rápida	4
Junkers	Empresa de climatización	4
Macron	Marca de ropa deportiva	4
Tienda del Cádiz CF	Tienda de productos del Cádiz CF	4
Renfe	Transporte ferroviario	4
Idealista	Portal web inmobiliario	4
Logitravel	Agencia de viajes online	4
Stihl	Venta de productos de bricolaje	4
Mail Boxes ETC	Empresa de paquetería	4

Air Europa	Línea aérea	4
Vaus	Empresa de reciclaje de aceite	4
Carl's Jr	Venta de comida rápida	4
Kerakoll	Venta de materiales de construcción sostenibles	3
Vivo	Marca de telefonía móvil	3
Golazos de LaLiga	Mercado de compraventa de momentos de LaLiga	3
Microsoft	Plataforma digital	3
El Corte Inglés	Venta de productos	3
Gol Ball de LaLiga	Venta del balón del gol en los partidos de LaLiga	3
Nissan	Marca de automóviles	3
Cabreiroá	Venta de agua natural	3
Legends	Entradas para museo de fútbol	3
Grupo Bahía (Toyota)	Concesionario de automóviles	3
CaixaBank	Banco	3
Grupo Puma	Conjunto de empresas de construcción	3
Norauto	Taller de automóviles	3
Metabo	Fabricante de herramientas eléctricas	3
Geoparque de Granada	Promoción turística del parque	3
Vaillant	Empresa de climatización	3
Spagnolo	Venta de ropa de moda	2

Romull	Venta de redes y mallas	2
Melones Bollo	Marca de melones	2
Octopus Energy	Compañía eléctrica	2
Panter	Marca de calzado de seguridad	2
Solats	Compañía de energía solar	2
Asisa	Aseguradora sanitaria	2
Barceló	Grupo de hoteles	1
Díaz Cadenas	Empresa cash & carry	1
Besoccer	Aplicación de fútbol	1
Mundoclima	Empresa de climatización	1
Diputación de Cádiz	Promoción gubernamental	1

- **Patrocinadores virtuales (sobreimpresionados en la pantalla y que solo se ven en la retransmisión televisiva):**

Empresa	Tipo de empresa	Tipo de aparición
FIFA 23 (De EA Sports)	Videojuego sobre fútbol	Lona virtual al lado de la portería durante todo el encuentro
Renfe	Transporte ferroviario	Lona virtual al lado de la portería durante todo el encuentro

Nissan e-POWER	Marca de automóviles	Lona virtual al lado de la portería durante todo el encuentro
Eneryeti	Bebida energética	Lona virtual al lado de la portería durante todo el encuentro
Don Simón (+ cuña publicitaria)	Venta de bebidas	Anuncio sobreimpresionado en el campo durante el descanso del encuentro

- **Patrocinadores estáticos (vallas estáticas + lonas sobre el césped):**

Empresa	Tipo de empresa	Empresa	Tipo de empresa
LaLiga	Ente organizador del fútbol profesional en España	Spagnolo	Venta de ropa de moda
Digi	Empresa de telefonía y fibra	Farmacia El Puente	Establecimiento sanitario
Grup Gamma	Venta de materiales para el baño	Soho Boutique	Establecimiento hotelero
Cafés Mocaibo	Marca de cafés	Hosman Hostelería	Gestión de proyectos de hostelería
Las Cortes	Alojamiento hotelero	Impreziona	Empresa de reprografía
Gil Cádiz	Servicio de grúas	Diputación de Cádiz	Promoción gubernamental
Espaluz	Empresa de cerramientos	Abuelo Bread	Panadería
Grup Solera	Agrupación de empresas	Eneryeti	Bebida energética
DS Consultores	Empresa de consultoría	Clínica Dental Copano	Centro sanitario

Petaca Chico	Empresa de pescado	Scientific Nutrition	Venta de vitaminas y suplementos
Cruzcampo	Bebida alcohólica	Transfrutalia	Mayorista de frutas y hortalizas
CaixaBank	Banco	Arsenio Manila	Restaurante
Catering El Faro	Servicio de catering	Hospital San Rafael	Centro sanitario
Macron	Marca de ropa deportiva	Federación de Peñas Cadistas	Asociación de peñas del Cádiz CF
Asisa	Aseguradora sanitaria	Ayuntamiento de Cádiz	Promoción gubernamental
Toyota	Marca de automóviles	OleconOle	Empresa online de artesanía
Díaz Cadenas	Empresa cash & carry	Reset People	Gimnasio
Cohebu	Correduría de seguros	Pajarete	Venta de quesos
Dicode	Empresa de suministros	Microsoft	Plataforma digital
Humanox	Venta de espinilleras inteligentes		

- **Patrocinadores de las camisetas de los equipos:**

Cádiz CF			Sevilla FC		
Parte de la equipación	Empresa	Tipo de empresa	Parte de la equipación	Empresa	Tipo de empresa
Frontal de la camiseta	Digi	Empresa de telefonía y fibra	Frontal de la camiseta	Degiro	Empresa de inversión

Dorso de la camisa	Motoreto	Empresa de coches de segunda mano	Dorso de la camisa	Andex	Asociación de padres de niños con cáncer
Mangas	No tiene	-	Mangas	Valvoline	Venta de productos de mecánica
Pantalón	No tiene	-	Pantalón	No tiene	-
Sponsor de la ropa		Macron	Sponsor de la ropa		Castore

Árbitro	Empresa	Tipo de empresa
Mangas y dorso de la camisa	Würth	Venta de herramientas de bricolaje

- **Telepromociones:**

Promoción	Tipo de empresa	Promoción	Tipo de empresa
Ryobi Tools	Venta de herramientas de bricolaje	Burger King	Venta de comida rápida
Zalando	Empresa de venta de ropa online	Microsoft	Plataforma digital
Domino's Pizza	Venta de comida rápida	Peugeot	Marca de automóviles
LG (2)	Marca de tecnología y electrodomésticos	Cupra	Marca de automóviles

Citroën	Marca de automóviles	Mitsubishi (2)	Marca de automóviles
Promociones DAZN (5)	Servicio de <i>streaming</i> deportivo	Tráiler película <i>Air</i> (2)	Promoción de película para el cine
Mazda	Marca de automóviles	Audi	Marca de automóviles
El Corte Inglés	Venta de productos	Jeep (2)	Marca de automóviles
Banco Santander	Banco	Orange	Empresa de telefonía y fibra
Mahou	Marca de bebidas alcohólicas	Nissan	Marca de automóviles

Partido	Fecha	División	Localización	¿Existen vallas electrónicas?	N.º de empresas patrocinadoras distintas	Producto/servicio que más se promociona	Otras observaciones
Elche CF – FC Barcelona	Sábado, 01 de abril de 2023	Primera División	Estadio Martínez Valero, Elche, Comunitat Valenciana	Sí (una frontal y dos laterales)	90	Skechers (debido a la cantidad de saques de esquina que hubo en el encuentro)	Se detectan muchos espacios de promoción libres en el terreno de juego, lo que indica falta de empresas publicitarias.

							Al ser el partido de la jornada, se destaca que es el más completo de los analizados, ya que incluye todas las formas posibles de promoción. Pese a ello, no hay innovaciones destacables en los formatos.
--	--	--	--	--	--	--	--

- **Patrocinadores electrónicos:**

Empresa	Tipo de empresa	N.º de apariciones en pantalla
Banco Santander (Por LaLiga Santander)	Banco	Durante todo el encuentro en el centro de la valla electrónica + 7
Skechers	Marca de ropa y calzado deportivo	12

Sorare	Videojuego de fútbol	10
Polo Club	Venta de ropa de moda	7
TM Real Estate	Agencia inmobiliaria	7
Centenario Elche CF	Anuncio de centenario del Elche CF	7
Sfidante.Tokyo	Servicio de impresión de fotografías	6
Vivo	Marca de telefonía móvil	5
Universidad Miguel Hernández	Universidad de Elche	5
Junkers	Empresa de climatización	5
Amix	Empresa de nutrición deportiva	5
Nautalia	Agencia de viajes	5
Eneryeti	Bebida energética	5
Carl's Jr	Venta de comida rápida	5
Kerakoll	Venta de materiales de construcción sostenibles	4
Coca-Cola	Bebida refrescante	4
Nissan	Marca de automóviles	4
Burger King	Venta de comida rápida	4
Golazos de LaLiga	Mercado de compraventa de momentos de LaLiga	4
Mahou	Bebida alcohólica	4
Microsoft	Plataforma digital	4
El Corte Inglés	Venta de productos	4

Cabreiroá	Venta de agua natural	4
Gol Ball de LaLiga	Venta del balón del gol en los partidos de LaLiga	4
BKT	Venta de suministros agrícolas	4
Legends	Entradas para museo de fútbol	4
CaixaBank	Banco	4
Pikolinos	Venta de zapatos	4
Estrella de Levante	Bebida alcohólica	4
ElcheExperience	Promoción turística de la ciudad	4
AXA	Aseguradora	4
Grupo Puma	Conjunto de empresas de construcción	4
Hikoki	Fabricante de herramientas profesionales	4
Agroseguro	Aseguradora del suelo agrario	4
Protos Crianza	Bebida alcohólica	4
Donpiso.com	Agencia inmobiliaria online	4
Bauhaus	Venta de productos para el hogar	4
Mail Boxes ETC	Empresa de paquetería	4
Ouigo	Venta de billetes de tren rebajados	4
Idealista	Portal web inmobiliario	4
Air Europa	Línea aérea	4
Jhayber Works	Marca de calzado de seguridad	4

Logitravel	Agencia de viajes online	4
Geoparque de Granada	Promoción turística del parque	4
Norauto	Taller de automóviles	4
Renfe	Transporte ferroviario	4
Saunier Duval	Empresa de climatización	4
Panter	Marca de calzado de seguridad	3
Remax	Agencia inmobiliaria	3
Stihl	Venta de productos de bricolaje	3
IMED	Centro sanitario	2
Solats	Compañía de energía solar	2
Rombull	Venta de redes y mallas	2
Octopus Energy	Compañía eléctrica	2
Melones Bollo	Marca de melones	2

- **Patrocinadores virtuales (sobreimpresionados en la pantalla y que solo se ven en la retransmisión televisiva):**

Empresa	Tipo de empresa	Tipo de aparición
----------------	------------------------	--------------------------

FIFA 23 (De EA Sports)	Videojuego sobre fútbol	Lona virtual al lado de la portería durante todo el encuentro
Renfe	Transporte ferroviario	Lona virtual al lado de la portería durante todo el encuentro
Nissan e-POWER	Marca de automóviles	Lona virtual al lado de la portería durante todo el encuentro
Cadena SER	Medio informativo	Anuncio sobreimpresionado en el campo durante el descanso del encuentro
Vino Pata Negra (+ cuña publicitaria)	Bebida alcohólica	Anuncio sobreimpresionado en el campo durante el descanso del encuentro
MediaMarkt	Tienda de electrónica	Anuncio sobreimpresionado en el campo durante el descanso del encuentro

- **Patrocinadores estáticos (vallas estáticas + lonas sobre el césped):**

Empresa	Tipo de empresa	Empresa	Tipo de empresa
Pikolinos	Venta de zapatos	Hispanmóvil (BMW)	Concesionario de automóviles
Hospital Universitario del Vinalopo	Centro sanitario	CaixaBank	Banco
Nike	Marca de ropa deportiva	Hyundai	Marca de automóviles

Microsoft	Plataforma digital	Grupo Antón	Servicios de limpieza
Sfidante.Tokyo	Servicio de impresión de fotografías	Gioseppo	Venta de zapatos
SegurLab	Empresa de prevención de riesgos laborales	Martinelli	Venta de zapatos
GrupoNet	Empresa de limpieza	Coca-Cola	Bebida refrescante
Faura	Empresa de venta de cañizos	Quantia.io	Empresa de criptomonedas
Estrella de Levante	Bebida alcohólica	Alzis	Grupo de empresas
Cárnicas Ortolá	Venta de carnes	Cableworld	Empresa de desarrollo de fibra óptica
Phone House	Empresa de telefonía móvil	Maype	Venta de material eléctrico
Box Reyes	Taller de automóviles	Amix	Empresa de nutrición deportiva

- **Patrocinadores de las camisetas de los equipos:**

Elche CF			FC Barcelona		
Parte de la equipación	Empresa	Tipo de empresa	Parte de la equipación	Empresa	Tipo de empresa
Frontal de la camisa	TM Real Estate	Agencia inmobiliaria	Frontal de la camisa	Spotify	Aplicación de música
Dorso de la camisa	No tiene	-	Dorso de la camisa	ACNUR	
Mangas	Sfidante.Tokyo	Servicio de impresión de fotografías	Mangas	No tiene	-

Pantalón	No tiene	-	Pantalón	No tiene	-
Sponsor de la ropa	Nike		Sponsor de la ropa	Nike	

Árbitro	Empresa	Tipo de empresa
Mangas y dorso de la camisa	Wurth	Venta de herramientas de bricolaje

- **Telepromociones:**

Promoción	Tipo de empresa	Promoción	Tipo de empresa
El Corte Inglés	Venta de productos	Tanqueray	Bebida alcohólica
Banco Santander	Banco	Bimbo	Venta de pan
Burger King	Venta de comida rápida	Promociones Movistar (3)	Empresa de telefonía, fibra y TV
Microsoft	Plataforma digital	Takis	Venta de snacks
Línea Directa (3)	Aseguradora	Vino Pata Negra	Bebida alcohólica
Cupra	Venta de automóviles	Tráiler Película <i>El Exorcismo del Papa</i>	Promoción de película para el cine
LG	Venta de televisores	Mitsubishi	Venta de automóviles
Vitaldent	Clínica dental	Audi	Venta de automóviles
Voll-Damm	Bebida alcohólica	Mahou	Bebida alcohólica

Nissan	Venta de automóviles
--------	----------------------

Partido	Fecha	División	Localización	¿Existen vallas electrónicas?	N.º de empresas patrocinadoras distintas	Producto/servicio que más se promociona	Otras observaciones
RC Celta de Vigo – UD Almería	Domingo, 02 de abril de 2023	Primera División	Estadio de Balaídos, Vigo, Galicia	Sí (una frontal y dos laterales)	56	Estrella Galicia (18 veces en la valla electrónica + lona virtual + vallas estáticas + patrocinador principal de la camiseta del RC Celta)	Existe una lona en el césped al principio del encuentro, pero el reflejo que le hace el sol hace imposible que en la retransmisión televisiva se vea nítidamente lo que se está patrocinando. Se aprecia también que existen espacios de

							promoción para el equipo visitante (Costa de Almería).
--	--	--	--	--	--	--	--

- **Patrocinadores electrónicos:**

Empresa	Tipo de empresa	N.º de apariciones en pantalla
Banco Santander (Por LaLiga Santander)	Banco	Durante todo el encuentro en el centro de la valla electrónica + 8
Estrella Galicia	Bebida alcohólica	18
Abanca	Banco	13
Sorare	Videojuego de fútbol	12
Recalvi	Venta de repuestos de automóviles	10
Coca-Cola	Bebida refrescante	10
Tienda del RC Celta	Tienda de productos del RC Celta	9
Aix Investment Group	Sociedad de inversión	8
Popeyes	Venta de comida rápida	8
Kerakoll	Venta de materiales de construcción sostenibles	7
Microsoft	Plataforma digital	7

Besoccer	Aplicación de fútbol	6
Vivo	Marca de telefonía móvil	6
Golazos de LaLiga	Mercado de compraventa de momentos de LaLiga	6
El Corte Inglés	Venta de productos	6
Legends	Entradas para museo de fútbol	6
Cabreiroá	Venta de agua natural	6
Gol Ball de LaLiga	Venta del balón del gol en los partidos de LaLiga	6
Mahou	Bebida alcohólica	6
Nissan	Marca de automóviles	6
BKT	Venta de suministros agrícolas	6
Grupo Puma	Conjunto de empresas de construcción	6
Adidas	Marca de ropa deportiva	6
Renfe	Transporte ferroviario	5
Costa de Almería	Promoción turística de la costa de Almería	5
Watium	Comercializadora eléctrica	5
Skechers	Marca de ropa y calzado deportivo	4
Junkers	Empresa de climatización	4
CeltaMotor (BMW)	Concesionario de coches	4
Panter	Calzado de seguridad	4
Raw	Empresa creadora de bebida isotónica BIO	4

Carl's Jr	Venta de comida rápida	4
Remax	Empresa inmobiliaria	3
Bollo	Venta de melones	3
Octopus Energy	Compañía eléctrica	3
Rombull	Venta de redes y mallas	3
Podoactiva	Servicio sanitario	2

- **Patrocinadores virtuales (sobreimpresionados en la pantalla y que solo se ven en la retransmisión televisiva):**

Empresa	Tipo de empresa	Tipo de aparición
FIFA 23 (De EA Sports)	Videojuego sobre fútbol	Lona virtual al lado de la portería durante todo el encuentro
Renfe	Transporte ferroviario	Lona virtual al lado de la portería durante todo el encuentro
Nissan e-POWER	Marca de automóviles	Lona virtual al lado de la portería durante todo el encuentro
Estrella Galicia	Bebida alcohólica	Lona virtual al lado de la portería durante todo el encuentro
Abanca	Banco	Lona virtual al lado de la portería durante todo el encuentro

Cadena SER	Cadena de radio	Anuncio sobreimpresionado en el campo durante el descanso del encuentro
MediaMarkt	Tienda de electrónica	Anuncio sobreimpresionado en el campo durante el descanso del encuentro

- **Patrocinadores estáticos (vallas estáticas + lonas sobre el césped):**

Empresa	Tipo de empresa	Empresa	Tipo de empresa
LaLiga	Ente organizador del fútbol profesional en España	El Corte Inglés	Venta de productos
Abanca	Banco	Estrella Galicia	Bebida alcohólica
Coca-Cola	Bebida refrescante	Microsoft	Plataforma digital
Adidas	Marca de ropa deportiva	BKT	Venta de suministros agrícolas
Recalvi	Venta de repuestos de automóviles	Aix Investement Group	Sociedad de inversión
Raw	Empresa creadora de bebida isotónica BIO		

- **Patrocinadores de las camisetas de los equipos:**

RC Celta de Vigo	UD Almería
-------------------------	-------------------

Parte de la equipación	Empresa	Tipo de empresa	Parte de la equipación	Empresa	Tipo de empresa
Frontal de la camisa	Estrella Galicia	Bebida alcohólica	Frontal de la camisa	Khaled Juffali Co.	Compañía de inversión
Dorso de la camisa	Abanca	Banco	Dorso de la camisa	Power Horse	Bebida energética
Mangas	Aix Investment Group	Sociedad de inversión	Mangas	Durrat Al-Arous	Promoción turística de Arabia Saudí
Pantalón	Recalvi	Venta de repuestos de automóviles	Pantalón	TCI	Planta de energías renovables
Sponsor de la ropa		Adidas	Sponsor de la ropa		Castore

Árbitro	Empresa	Tipo de empresa
Mangas y dorso de la camisa	Wurth	Venta de herramientas de bricolaje

- **Telepromociones:**

Promoción	Tipo de empresa	Promoción	Tipo de empresa
El Corte Inglés	Venta de productos	Banco Santander	Banco
Burger King	Venta de comida rápida	Promociones Movistar (11 veces)	Empresa de telefonía, fibra y TV

Microsoft	Plataforma digital	Tráiler película <i>El exorcismo del Papa</i>	Promoción de película para el cine
Línea Directa (3 veces)	Aseguradora	Mitsubishi	Venta de automóviles
Cupra	Venta de automóviles	Audi	Venta de automóviles
LG	Venta de televisores	Mahou	Bebida alcohólica
Vitaldent	Clínica dental	Nissan	Venta de automóviles

Partido	Fecha	División	Localización	¿Existen vallas electrónicas?	N.º de empresas patrocinadoras distintas	Producto/servicio que más se promociona	Otras observaciones
Real Madrid – Real Valladolid	Domingo, 02 de abril de 2023	Primera División	Estadio Santiago Bernabéu, Madrid, Comunidad de Madrid	Sí (una frontal y dos laterales)	41	Fly Emirates (34 veces en las vallas electrónicas + lonas virtuales al lado de las porterías + lona real por fuera del campo + patrocinador principal de la	No aparece el cartel corporativo de LaLiga en el medio de la valla eléctrica, siendo el único estadio analizado donde ocurre.

						camiseta del Real Madrid)	<p>No aparece la publicidad de Skechers durante los saques de esquina, siendo así el único estadio analizado donde ocurre.</p> <p>Tampoco se encuentran logotipos de LaLiga en el estadio, siendo el único analizado donde ocurre.</p>
--	--	--	--	--	--	---------------------------	--

- **Patrocinadores electrónicos:**

Empresa	Tipo de empresa	N.º de apariciones en pantalla
Hankook	Empresa de neumáticos	Durante todo el encuentro en el centro de la valla electrónica + 10
Adidas	Marca de ropa deportiva	36
Fly Emirates	Línea aérea	34
Mahou	Bebida alcohólica	15
BMW	Marca de automóviles	14
Unicaja	Banco	13
Abbott	Empresas de tecnología sanitaria	13
Nivea	Productos de higiene	11
Easy Markets	Empresa de trading online	10
Sanitas	Centro sanitario	10
Cantabria Labs	Productos de cuidado facial	9
FIFA 23	Videojuego de fútbol	9
Movistar	Compañía de telefonía y fibra	3
Cisco	Empresa de redes y telefonía	2
Zegna	Venta de ropa de moda	1

- **Patrocinadores virtuales (sobreimpresionados en la pantalla y que solo se ven en la retransmisión televisiva):**

Empresa	Tipo de empresa	Tipo de aparición
Fly Emirates	Línea aérea	Lona virtual al lado de la portería durante todo el encuentro
Don Simón (+ cuña publicitaria)	Venta de bebidas	Anuncio sobreimpresionado en el campo durante el descanso del encuentro
MediaMarkt (+ cuña publicitaria)	Tienda de electrónica	Anuncio sobreimpresionado en el campo durante el descanso del encuentro

- **Patrocinadores estáticos (vallas estáticas + lonas sobre el césped):**

Empresa	Tipo de empresa	Empresa	Tipo de empresa
Adidas	Marca de ropa deportiva	Mahou	Bebida alcohólica
Fly Emirates	Línea aérea	Unicaja	Banco
BMW	Marca de automóviles		

- **Patrocinadores de las camisetas de los equipos:**

Real Madrid	Real Valladolid
--------------------	------------------------

Parte de la equipación	Empresa	Tipo de empresa	Parte de la equipación	Empresa	Tipo de empresa
Frontal de la camisa	Fly Emirates	Línea aérea	Frontal de la camisa	Estrella Galicia	Bebida alcohólica
Dorso de la camisa	No tiene	-	Dorso de la camisa	Herbalife Nutrition	Venta de productos de control de peso
Mangas	No tiene	-	Mangas	JD	Marca de ropa deportiva
Pantalón	No tiene	-	Pantalón	INexo	Empresa de construcción
Sponsor de la ropa		Adidas	Sponsor de la ropa		Adidas

Árbitro	Empresa	Tipo de empresa
Mangas y dorso de la camisa	Wurth	Venta de herramientas de bricolaje

- **Telepromociones:**

Promoción	Tipo de empresa	Promoción	Tipo de empresa
Ryobi Tools	Venta de herramientas de bricolaje	Burger King	Venta de comida rápida
Zalando	Empresa de venta de ropa online	Microsoft	Plataforma digital

Domino's Pizza	Venta de comida rápida	Peugeot	Marca de automóviles
LG (2)	Marca de tecnología y electrodomésticos	Cupra	Marca de automóviles
Citroën	Marca de automóviles	Mitsubishi (2)	Marca de automóviles
Promociones DAZN (3)	Servicio de <i>streaming</i> deportivo	Tráiler Película Air (2)	Promoción de película para el cine
Mazda	Marca de automóviles	Audi	Marca de automóviles
El Corte Inglés	Venta de productos	Jeep	Marca de automóviles
Banco Santander	Banco	Orange	Empresa de telefonía y fibra
Mahou	Marca de bebidas alcohólicas	Nissan	Marca de automóviles

Partido	Fecha	División	Localización	¿Existen vallas electrónicas?	N.º de empresas patrocinadoras distintas	Producto/servicio que más se promociona	Otras observaciones
Villarreal CF – Real Sociedad	Domingo, 02 de abril de 2023	Primera División	Estadio de La Cerámica, Villarreal, Comunitat Valenciana	Sí (una frontal y dos laterales)	62	Pamesa Cerámica (14 veces en las vallas electrónicas + vallas estáticas + patrocinador principal)	Cuando aparecen los patrocinadores de LaLiga, en el medio de la valla electrónica aparece

						de la camiseta del Villarreal CF)	<p>la publicidad de LaLiga Santander. Cuando aparecen patrocinadores propios del club, en el medio de la valla electrónica aparecen los patrocinadores del estadio (relativos a la cerámica)</p> <p>No sigue el patrón de los saques de esquina que se cumple en casi todo los partidos de Primera División.</p>
--	--	--	--	--	--	-----------------------------------	--

- **Patrocinadores electrónicos:**

Empresa	Tipo de empresa	N.º de apariciones en pantalla
Pamesa Cerámica	Fabricación de productos cerámicos	14
Coca-Cola	Bebida refrescante	10
Argenta Cerámica	Fabricación de productos cerámicos	8
Sorare	Videojuego de fútbol	7
Bestile	Venta de productos cerámicos	7
Banco Santander (Por LaLiga Santander)	Banco	6
Torreced	Suministro de productos cerámicos	6
Joma	Marca de ropa deportiva	6
Colorobbia	Fabricación de productos cerámicos	6
Porcelanosa	Venta de productos cerámicos	6
Promoción película <i>Super Mario Bros</i>	Promoción de película para el cine	6
Halcón Viajes	Agencia de viajes	5
Color Star	Formación y entretenimiento	5
Altadia	Empresa decoradora de interiores	4
Vernís	Fabricación de productos cerámicos	4
Vivo	Marca de telefonía móvil	4

Golazos de LaLiga	Mercado de compraventa de momentos de LaLiga	4
Burger King	Venta de comida rápida	4
Microsoft	Plataforma digital	4
BKT	Venta de suministros agrícolas	4
Gol Ball de LaLiga	Venta del balón del gol en los partidos de LaLiga	4
El Corte Inglés	Venta de productos	4
Mahou	Bebida alcohólica	4
Nissan	Marca de automóviles	4
Navarti Cerámica	Fabricación de productos cerámicos	4
DEF Mediterráneo	Fabricación de productos cerámicos	3
Legends	Entradas para museo de fútbol	3
Cabreiroá	Venta de agua natural	3
CaixaBank	Banco	3
Audi	Marca de automóviles	3
Pallets Castillo	Fabricación de pallets	3
Tau Cerámica	Fabricación de productos cerámicos	3
Geotiles Cerámica	Fabricación de productos cerámicos	3
Zoomex	Empresa de criptomonedas	3
Kontorstil	Venta de muebles de oficina	2
Vidres	Fabricación de productos cerámicos	2

Younexa	Venta de recubrimientos para superficies cerámicas	2
Inzca	Venta de productos cerámicos	2
Kerakoll	Venta de materiales de construcción sostenibles	2
Licersa	Agencia inmobiliaria	1
Tomega	Venta de fruta	2
DAZN	Servicio de <i>streaming</i> deportivo	1

- **Patrocinadores virtuales (sobreimpresionados en la pantalla y que solo se ven en la retransmisión televisiva):**

Empresa	Tipo de empresa	Tipo de aparición
FIFA 23 (De EA Sports)	Videojuego sobre fútbol	Lona virtual al lado de la portería durante todo el encuentro
Renfe	Transporte ferroviario	Lona virtual al lado de la portería durante todo el encuentro
Nissan e-POWER	Marca de automóviles	Lona virtual al lado de la portería durante todo el encuentro
Joma	Marca de ropa deportiva	Lona virtual al lado de la portería durante todo el encuentro
Cadena SER	Medio informativo	Anuncio sobreimpresionado en el campo durante el descanso del encuentro

MediaMarkt	Tienda de electrónica	Anuncio sobreimpresionado en el campo durante el descanso del encuentro
-------------------	-----------------------	---

- **Patrocinadores estáticos (vallas estáticas + lonas sobre el césped):**

Empresa	Tipo de empresa	Empresa	Tipo de empresa
LaLiga	Ente organizador del fútbol profesional en España	Joma	Marca de ropa deportiva
Pamesa Cerámica	Fabricación de productos cerámicos	Torreced	Suministro de productos cerámicos
Bestile	Venta de productos cerámicos	Microsoft	Plataforma digital
Porcelanosa	Venta de productos cerámicos	Tau Cerámica	Fabricación de productos cerámicos
Argenta	Fabricación de productos cerámicos	Coca-Cola	Bebida refrescante
Colorobbia	Fabricación de productos cerámicos	Altadia	Empresa decoradora de interiores

- **Patrocinadores de las camisetas de los equipos:**

Villarreal CF			Real Sociedad		
Parte de la equipación	Empresa	Tipo de empresa	Parte de la equipación	Empresa	Tipo de empresa

Frontal de la camisa	Pamesa Cerámica	Fabricación de productos cerámicos	Frontal de la camisa	Cazoo	Empresa de venta de coches
Dorso de la camisa	Zoomex	Empresa de criptomonedas	Dorso de la camisa	Kutxabank	Banco
Mangas	Colorobbia	Fabricación de productos cerámicos	Mangas	Reale Seguros	Aseguradora
Pantalón	No tiene	-	Pantalón	Finetwork	Compañía de internet y fibra
Sponsor de la ropa		Joma	Sponsor de la ropa		Macron

Árbitro	Empresa	Tipo de empresa
Mangas y dorso de la camisa	Wurth	Venta de herramientas de bricolaje

- Telepromociones:

Promoción	Tipo de empresa	Promoción	Tipo de empresa
El Corte Inglés	Venta de productos	Nissan	Venta de automóviles
Banco Santander	Banco	Promociones Movistar (7)	Empresa de telefonía, fibra y TV
Burger King	Venta de comida rápida	Vitaldent	Clínica dental

Microsoft	Plataforma digital	Tráiler Película <i>El Exorcismo del Papa</i>	Promoción de película para el cine
Línea Directa (3)	Aseguradora	Mitsubishi	Venta de automóviles
Cupra	Venta de automóviles	Audi	Venta de automóviles
LG	Venta de televisores	Mahou	Bebida alcohólica

Partido	Fecha	División	Localización	¿Existen vallas electrónicas?	N.º de empresas patrocinadoras distintas	Producto/servicio que más se promociona	Otras observaciones
Atlético de Madrid – Real Betis	Domingo, 02 de abril de 2023	Primera División	Estadio Cívitas Metropolitano, Madrid, Comunidad de Madrid	Sí (una frontal y dos laterales)	60	WhaleFin (13 veces en las vallas electrónicas + lona virtual y real en el terreno de juego + patrocinador principal de la camiseta del Atlético de Madrid)	Dentro del patrón existente, las promociones aparecen en un orden muy dispar.

- **Patrocinadores electrónicos:**

Empresa	Tipo de empresa	N.º de apariciones en pantalla
Banco Santander (Por LaLiga Santander)	Banco	Durante todo el encuentro en el centro de la valla electrónica + 7
Falken Tyres	Empresa de neumáticos	14
WhaleFin	Empresa de trading online	13
CaixaBank	Banco	12
Hyundai	Marca de automóviles	10
Sorare	Videojuego de fútbol	9
Mahou	Bebida alcohólica	9
Rowe	Venta de suministros para el automóvil	9
Capital Energy	Empresa energética renovable	8
Ría Money Transfer	Empresa de envío de dinero online	8
Cívitax	Promotora inmobiliaria	7
Nike	Marca de ropa deportiva	7
Acronis	Empresa de protección de copias de seguridad	7
Avis	Empresa de alquiler de automóviles	6
Graphenstone	Empresa de pintura	6

FIFA 23	Videojuego de fútbol	6
Coca-Cola	Bebida refrescante	5
Golazos de LaLiga	Mercado de compraventa de momentos de LaLiga	5
BKT	Venta de suministros agrícolas	5
Microsoft	Plataforma digital	5
Cabreiroá	Venta de agua natural	5
El Corte Inglés	Venta de productos	5
Socios.com	Videojuego online	5
Movistar	Empresa de telefonía y fibra	4
DropBox	Empresa de almacenamiento online	4
Kerakoll	Venta de materiales de construcción sostenibles	4
Vivo	Marca de telefonía móvil	4
Burger King	Venta de comida rápida	4
Legends	Entradas para museo	4
NordVPN	Servicio de VPN	4
Vito	Venta de herramientas	4
Solan de Cabras	Venta de agua natural	3

- **Patrocinadores virtuales (sobreimpresionados en la pantalla y que solo se ven en la retransmisión televisiva):**

Empresa	Tipo de empresa	Tipo de aparición
WhaleFin	Empresa de trading online	Lona virtual al lado de la portería durante todo el encuentro
Renfe	Transporte ferroviario	Lona virtual al lado de la portería durante todo el encuentro
Nissan e-POWER	Marca de automóviles	Lona virtual al lado de la portería durante todo el encuentro
Pata Negra (+ cuña publicitaria)	Bebida alcohólica	Anuncio sobreimpresionado en el campo durante el descanso del encuentro
MediaMarkt (+ cuña publicitaria)	Tienda de electrónica	Anuncio sobreimpresionado en el campo durante el descanso del encuentro

- **Patrocinadores estáticos (vallas estáticas + lonas sobre el césped):**

Empresa	Tipo de empresa	Empresa	Tipo de empresa
LaLiga	Ente organizador del fútbol profesional en España	Hyundai	Marca de automóviles
Mahou	Bebida alcohólica	Nike	Marca de ropa deportiva
Ria Money Transfer	Empresa de envío de dinero online	Graphenstone	Empresa de pintura
CaixaBank	Banco	Cívitas	Promotora inmobiliaria

Marca	Medio informativo deportivo	Capital Energy	Empresa energética renovable
Falken Tyres	Empresa de neumáticos	Rowe	Venta de suministros para el automóvil
WhaleFin	Empresa de trading online	Acronis	Empresa de protección de copias de seguridad

- **Patrocinadores de las camisetas de los equipos:**

Atlético de Madrid			Real Betis		
Parte de la equipación	Empresa	Tipo de empresa	Parte de la equipación	Empresa	Tipo de empresa
Frontal de la camisa	WhaleFin	Empresa de trading online	Frontal de la camisa	Finetwork	Compañía de internet y fibra
Dorso de la camisa	Ría Money Transfer	Empresa de envío de dinero online	Dorso de la camisa	Sevilla; Legacy FX	Promoción turística de la ciudad; Escuela de trading
Mangas	Hyundai	Marca de automóviles	Mangas	Reale Seguros	Aseguradora
Pantalón			Pantalón		
Sponsor de la ropa		Nike	Sponsor de la ropa		Hummel

Árbitro	Empresa	Tipo de empresa
Mangas y dorso de la camisa	Würth	Venta de herramientas de bricolaje

- **Telepromociones:**

Promoción	Tipo de empresa	Promoción	Tipo de empresa
Ryobi Tools	Venta de herramientas de bricolaje	Burger King	Venta de comida rápida
Zalando	Empresa de venta de ropa online	Microsoft	Plataforma digital
Domino's Pizza	Venta de comida rápida	Peugeot	Marca de automóviles
LG (2)	Marca de tecnología y electrodomésticos	Cupra	Marca de automóviles
Citroën	Marca de automóviles	Mitsubishi (2)	Marca de automóviles
Promociones DAZN (3)	Servicio de <i>streaming</i> deportivo	Tráiler Película <i>Air</i> (2)	Promoción de película para el cine
Mazda	Marca de automóviles	Audi	Marca de automóviles
El Corte Inglés	Venta de productos	Jeep	Marca de automóviles
Banco Santander	Banco	Orange	Empresa de telefonía y fibra

Voll-Damm	Bebida alcohólica	Nissan	Marca de automóviles
Mahou	Bebida alcohólica		

Partido	Fecha	División	Localización	¿Existen vallas electrónicas?	N.º de empresas patrocinadoras distintas	Producto/servicio que más se promociona	Otras observaciones
Valencia CF – Rayo Vallecano	Lunes, 03 de abril de 2023	Primera División	Estadio de Mestalla, Valencia, Comunitat Valenciana	Sí (una frontal y dos laterales)	72	Cazoo (18 veces en la valla electrónica + lona virtual + vallas estáticas + patrocinador principal de la camiseta del Valencia CF)	Se aprecia que, cuando hay un penalti, aparece la publicidad de DAZN en las vallas, siendo la única vez que se muestra en todo el encuentro. De esta manera, sigue un patrón similar a la promoción de Skechers con los saques de esquina.

- **Patrocinadores electrónicos:**

Empresa	Tipo de empresa	N.º de apariciones en pantalla
Banco Santander (Por LaLiga Santander)	Banco	Durante todo el encuentro en el centro de la valla electrónica + 9
Cazoo	Empresa de venta de coches	18
Skechers	Marca de ropa y calzado deportivo	10
Herrero Brigantina	Grupo de empresas	7
Škoda	Marca de automóviles	7
Puma	Marca de ropa deportiva	6
Socios.com	Videojuego online	6
Renfe	Transporte ferroviario	6
Sorare	Videojuego de fútbol	5
Bauhaus	Venta de productos para el hogar	5
Coca-Cola	Bebida refrescante	5
Kerakoll	Venta de materiales de construcción sostenibles	5
BKT	Venta de suministros agrícolas	5
Legends	Entradas para museo de fútbol	5
Mahou	Bebida alcohólica	5

CaixaBank	Banco	5
Sailun Tyre	Venta de neumáticos	5
Grupo Puma	Conjunto de empresas de construcción	5
Agroseguro	Aseguradora del suelo agrario	5
Norauto	Taller de automóviles	5
Mail Boxes ETC	Empresa de paquetería	4
Vivo	Marca de telefonía móvil	4
Nissan	Marca de automóviles	4
Cabreiroá	Venta de agua natural	4
Gol Ball de LaLiga	Venta del balón del gol en los partidos de LaLiga	4
Popeyes	Venta de comida rápida	4
Golazos de LaLiga	Mercado de compraventa de momentos de LaLiga	4
Microsoft	Plataforma digital	4
El Corte Inglés	Venta de productos	4
Acronis	Empresa de protección de copias de seguridad	4
Eneryeti	Bebida energética	4
Carl's Jr	Venta de comida rápida	4
Zumub	Venta de suplementos vitamínicos	3
Imed	Centro sanitario	2
Blackcape	Venta de ropa de moda	2

Vueling	Línea aérea	2
Romull	Venta de redes y mallas	2
Panter	Marca de calzado de seguridad	2
Solats	Compañía de energía solar	2
Bollo	Marca de melones	2
Octopus Energy	Compañía eléctrica	2
Remax	Agencia inmobiliaria	2
Ammos	Restaurante	1
Besoccer	Aplicación de fútbol	1
DAZN	Servicio de <i>streaming</i> deportivo	1
LG	Marca de tecnología y electrodomésticos	1
Podoactiva	Centro sanitario	1
BP	Empresa petrolera	1

- **Patrocinadores virtuales (sobreimpresionados en la pantalla y que solo se ven en la retransmisión televisiva):**

Empresa	Tipo de empresa	Tipo de aparición
FIFA 23 (De EA Sports)	Videojuego sobre fútbol	Lona virtual al lado de la portería durante todo el encuentro

Renfe	Transporte ferroviario	Lona virtual al lado de la portería durante todo el encuentro
Nissan e-POWER	Marca de automóviles	Lona virtual al lado de la portería durante todo el encuentro
Cazoo	Empresa de venta de coches	Lona virtual al lado de la portería durante todo el encuentro
Pata Negra (+ cuña publicitaria)	Bebida alcohólica	Anuncio sobreimpresionado en el campo durante el descanso del encuentro

- **Patrocinadores estáticos (vallas estáticas + lonas sobre el césped):**

Empresa	Tipo de empresa	Empresa	Tipo de empresa
LaLiga	Ente organizador del fútbol profesional en España	Acronis	Empresa de protección de copias de seguridad
Puma	Marca de ropa deportiva	BKT	Venta de suministros agrícolas
Coca-Cola	Bebida refrescante	Cazoo	Empresa de venta de coches
CaixaBank	Banco	Zumub	Venta de suplementos vitamínicos
Škoda	Marca de automóviles	Amstel	Bebida alcohólica
Sailun Tyres	Venta de neumáticos	Orange	Empresa de telefonía y fibra
Herrero Brigantina	Grupo de empresas	OCC Sport	Proveedor de accesorios deportivos

Microsoft	Plataforma digital
------------------	--------------------

- **Patrocinadores de las camisetas de los equipos:**

Valencia CF			Rayo Vallecano		
Parte de la equipación	Empresa	Tipo de empresa	Parte de la equipación	Empresa	Tipo de empresa
Frontal de la camiseta	Cazoo	Empresa de venta de coches	Frontal de la camiseta	Digi	Empresa de telefonía y fibra
Dorso de la camiseta	Herrero Brigantina	Grupo de empresas	Dorso de la camiseta	Los Sueños	Empresa de construcción
Mangas	Sailun Tyres	Venta de neumáticos	Mangas	No tiene	-
Pantalón	Škoda	Marca de automóviles	Pantalón	No tiene	-
Sponsor de la ropa		Puma	Sponsor de la ropa		Umbro

Árbitro	Empresa	Tipo de empresa
Mangas y dorso de la camiseta	Würth	Venta de herramientas de bricolaje

- **Telepromociones:**

Promoción	Tipo de empresa	Promoción	Tipo de empresa
Ryobi Tools	Venta de herramientas de bricolaje	Burger King	Venta de comida rápida
Zalando	Empresa de venta de ropa online	Microsoft	Plataforma digital
Domino's Pizza	Venta de comida rápida	Peugeot	Marca de automóviles
LG (2)	Marca de tecnología y electrodomésticos	Cupra	Marca de automóviles
Citroën	Marca de automóviles	Mitsubishi	Marca de automóviles
Promociones DAZN (3)	Servicio de <i>streaming</i> deportivo	Tráiler Película Air (2)	Promoción de película para el cine
Mazda	Marca de automóviles	Audi	Marca de automóviles
El Corte Inglés	Venta de productos	Jeep	Marca de automóviles
Banco Santander	Banco	Orange	Empresa de telefonía y fibra
Voll-Damm	Bebida alcohólica	Nissan	Marca de automóviles
Mahou	Bebida alcohólica		

SEGUNDA DIVISIÓN

Partido	Fecha	División	Localización	¿Existen vallas electrónicas?	N.º de empresas patrocinadoras distintas	Producto/servicio que más se promociona	Otras observaciones
Levante UD – Real Zaragoza	Viernes, 31 de marzo de 2023	Segunda División	Estadio Ciutat de Valencia, Valencia, Comunitat Valenciana	Sí (una frontal y dos laterales)	27	Marcos Automoción (Filial de la compañía Nissan): 27 ocasiones en las vallas electrónicas + patrocinador principal de la camiseta del Levante UD + vallas estáticas alrededor del estadio + lona en el césped durante el descanso + una telepromoción	Gran componente de localidad en las promociones Menor número de promociones que en un partido de Primera, pero de una duración más extensa Las promociones aparecieron de una forma seriada, salvo en el caso de Marcos Automoción, que aparecía dos veces

							dentro de una misma tanda de anuncios La emisión de repeticiones y de tiros de cámara más cortos perjudica a muchas empresas anunciantes
--	--	--	--	--	--	--	---

- **Patrocinadores electrónicos:**

Empresa	Tipo de empresa	N.º de apariciones en pantalla
Banco Santander (Por LaLiga SmartBank)	Banco	Durante todo el encuentro en el centro de la valla electrónica
Marcos Automoción (Nissan)	Concesionario de coches	27
Fundación Levante UD	Fundación de club deportivo	18
Macron	Marca de ropa	14
Pamesa	Diseño y venta de productos cerámicos	12

Cirac Logística	Servicio de transporte de mercancías	11
Asealia	Venta de menaje del aseo	11
Tour Granota	Gira turística por el campo del Levante UD	10
Burger King	Venta de comida rápida	10
FibraValencia	Suministros de fibra y conexión a internet	10
Entradas Levante UD	Compraventa de entradas para eventos	10
Sánchez Plá	Venta de accesorios del hogar	9
Germaine de Capuccini	Venta de productos de belleza	9
Sesderma	Venta de productos de belleza	8
Halcón Viajes	Agencia de viajes	8
Sorare	Juego online de fútbol	7
Asisa	Aseguradora de salud	6
Spagnolo	Venta de ropa de moda	6
Renfe	Empresa ferroviaria	6
Tu cumple en el Ciutat	Eventos organizados por el Levante UD	6
Movere	Empresa de coches por suscripción mensual	6
Valiente.es	Grupo de representación deportiva	5
Agroseguro	Aseguradora del suelo agrario	5

- **Patrocinadores estáticos (vallas estáticas + lonas sobre el césped):**

Empresa	Tipo de empresa	Empresa	Tipo de empresa
LaLiga	Organizador de la liga de fútbol profesional de España	Asisa	Aseguradora de salud
Coca-Cola	Bebidas refrescante	Marcos Automoción (Nissan)	Concesionario de coches
Amstel	Bebida alcohólica	Grupo Raminatrans	Empresa de transporte de mercancías
Sesderma	Venta de productos de belleza	El Miracle	Restaurante
Balearia	Grupo naviero	BKT	Venta de suministros agrícolas
Macron	Marca de ropa	FibraValencia	Suministros de fibra y conexión a internet
Cirac Logística	Servicio de transporte de mercancías		

- **Patrocinadores de las camisetas de los equipos:**

Levante UD			Real Zaragoza		
Parte de la equipación	Empresa	Tipo de empresa	Parte de la equipación	Empresa	Tipo de empresa

Frontal de la camisa	Marcos Automoción	Concesionario de coches	Frontal de la camisa	Caravan Fragancias	Venta de fragancias
Dorso de la camisa	Balearia; Sesderma	Grupo naviero; Venta de productos de belleza	Dorso de la camisa	Ambar	Bebida alcohólica
Mangas	No tiene	-	Mangas	No tiene	-
Pantalón	No tiene	-	Pantalón	Embou	Servicio de internet en Aragón
Sponsor de la ropa		Macron	Sponsor de la ropa		Adidas

Árbitro	Empresa	Tipo de empresa
Mangas y dorso de la camisa	Wurth	Venta de herramientas de bricolaje

- **Telepromociones:**

Promoción	Tipo de empresa	Promoción	Tipo de empresa
Promociones Movistar (9 veces)	Servicios de fibra y conexión a internet	Telepizza	Venta de comida rápida
El Corte Inglés	Venta de productos	Fairy	Higiene del hogar
Banco Santander	Banco	Baileys	Bebida alcohólica
Banco BBVA	Banco	Michelin	Venta de neumáticos

Microsoft	Plataforma digital	Gobierno de España	Anuncio gubernamental
Burger King	Venta de comida rápida	Spoticar	Venta de coches de segunda mano
Decathlon	Venta de productos deportivos	Nissan	Marca de vehículos
Promoción Canal DARK	Canal de televisión con temática de terror	Vicks	Producto sanitario
Mahou	Bebida alcohólica		

Partido	Fecha	División	Localización	¿Existen vallas electrónicas?	N.º de empresas patrocinadoras distintas	Producto/servicio que más se promociona	Otras observaciones
Burgos CF – Real Racing Club de Santander	Sábado, 01 de abril de 2023	Segunda División	El Plantío, Burgos, Castilla y León	No	69	Reale Seguros (3 vallas estáticas + tres lonas sobre el césped + patrocinado principal de la camiseta del Burgos CF)	Mayor cantidad de anunciantes que en Primera División, pero con un espacio de tiempo limitado. Al solo ser publicidad estática,

							<p>el tiempo en pantalla de las empresas depende crucialmente de cómo sea el juego de los equipos.</p> <p>En el descanso se repiten telepromociones de una forma que parece que se hace para rellenar hasta el inicio de la segunda parte.</p>
--	--	--	--	--	--	--	--

- **Patrocinadores estáticos (vallas estáticas):**

Empresa	Tipo de empresa	Empresa	Tipo de empresa
Banco Santander (Por LaLiga SmartBank)	Banco	Autocares Ramila	Empresa de transporte en autobús
LaLiga	Ente organizador del fútbol profesional en España	Hierros Giménez	Ferretería
CaixaBank	Banco	La Favorita	Taberna urbana
Beroil	Venta de gasolina a domicilio	AT. P. CO	Venta de ropa de moda
Bodegas Nabal	Bebida alcohólica	Restaurante Sotopalacios	Restaurante
Brico Centro	Venta de artículos de bricolaje	ETT de Miguel	Gestoría
El Corte Inglés	Venta de productos	Talleres Pardo	Taller de automóviles
Diario de Burgos	Diario informativo	Burgo Car	Concesionario de automóviles
Olbutrans	Servicio de transporte de mercancías	Reale Seguros	Aseguradora
Komtes	Empresa de protección contra incendios	Ural Motor (Volkswagen)	Concesionario de automóviles
Comercial Pardo	Venta de lubricantes	TPF	Empresa de suministros industriales
Restaurante Casa Ojeda	Restaurante	ArceCarne	Venta de carnes
Hotel Corona Castilla	Alojamiento ocasional	San Miguel	Bebida alcohólica

Gestta	Reciclaje de aceites vegetales	Construcciones Javier Herrán	Empresa de construcción
Automotive	Concesionario de coches	Albia	Servicios funerarios
Luxan	Empresa de instalaciones eléctricas	JMJ	Empresa de informática
Lexus	Marca de automóviles	Toyota	Marca de automóviles
Antonago		Masofa	Venta de sofás
Green Natur	Venta de césped deportivo	Exclusivas San Pedro	Venta de productos de higiene industrial
Gonalpi	Promotora inmobiliaria	Jofer	Alquiler de plataformas elevadoras
Semcal	Empresa de vending	Codima	Ferretería
Aislamientos Burgaleses	Empresa de aislamientos	Gabino Hernández SL	Aplicaciones para industria y construcción
Hierros Burgos	Almacén y venta de hierro	La Galería	Hotel-Restaurante
Casablanca		La Fábrica	Restaurante
Frutopía	Venta de fruta online a domicilio	Mercedes-Benz	Marca de automóviles
Prevennova	Empresa de prevención de riesgos laborales		

- **Patrocinadores estáticos (lonas en el césped):**

Empresa	Tipo de empresa	Tipo de aparición
Reale Seguros	Aseguradora	Lona real ubicada al lado de las porterías durante todo el encuentro + lona real ubicada en el centro del campo durante el descanso
Gestta	Reciclaje de aceites vegetales	Lona real ubicada al lado de las porterías durante todo el encuentro
Beroil	Venta de gasolina a domicilio	Lona real ubicada al lado de las porterías durante todo el encuentro

- **Patrocinadores de las camisetas de los equipos:**

Burgos CF			Real Racing Club de Santander		
Parte de la equipación	Empresa	Tipo de empresa	Parte de la equipación	Empresa	Tipo de empresa
Frontal de la camiseta	Reale Seguros	Aseguradora	Frontal de la camiseta	Plenitude	Compañía de electricidad
Dorso de la camiseta	Beroil	Venta de gasolina a domicilio	Dorso de la camiseta	Banco Santander; El Buen Pastor	Banco; Empresa de leche

Mangas	Gestta	Reciclaje de aceites vegetales	Mangas	Irons Grill Burger	Venta de comida rápida
Pantalón	Caja de Burgos; VT Batteries	Fundación bancaria; Distribuidora de baterías	Pantalón	Dromedario; Camarsa	Cafetería; Venta de carne online
Sponsor de la ropa		Adidas	Sponsor de la ropa		Austral

Árbitro	Empresa	Tipo de empresa
Mangas y dorso de la camisa	Wurth	Venta de herramientas de bricolaje

- **Telepromociones:**

Promoción	Tipo de empresa	Promoción	Tipo de empresa
Microsoft (2)	Plataforma digital	BKT	Venta de suministros agrícolas
Burger King	Venta de comida rápida	Nissan	Marca de automóviles
Promoción LaLiga SmartBank TV (3)	Promociones de próximos partidos de Segunda División por el canal	Mahou (2)	Bebida alcohólica
LaLiga Camps (2)	Campamento de verano de fútbol potenciado por LaLiga	Panini	Venta de cromos y álbumes

Reportajes LaLiga SmartBank TV (2)	Reportajes sobre jugadores, entrenadores o equipos de la Segunda División	El Corte Inglés	Venta de productos
Allianz	Aseguradora		

Partido	Fecha	División	Localización	¿Existen vallas electrónicas?	N.º de empresas patrocinadoras distintas	Producto/servicio que más se promociona	Otras observaciones
CD Leganés – FC Cartagena	Sábado, 01 de abril de 2023	Segunda División	Butarque, Madrid, Comunidad de Madrid	Sí (una frontal y dos laterales)	55	Rainbow (10 veces en las vallas electrónicas + patrocinador frontal de la camiseta del CD Leganés + lonas alrededor del campo)	La publicidad en las vallas electrónicas, si bien seguía un orden lógico y seriado como en los demás partidos, se desordenaba a medida que pasaba el partido. Finalmente, el orden seguido al

							final no tenía mucha coincidencia con el inicial, aunque a nivel de igualdad de aparición sí se muestre.
--	--	--	--	--	--	--	--

- **Patrocinadores electrónicos:**

Empresa	Tipo de empresa	N.º de apariciones en pantalla
Banco Santander (Por LaLiga SmartBank)	Banco	Durante todo el encuentro en el centro de la valla electrónica
Renfe	Transporte ferroviario	12
Halcón Viajes	Agencia de viajes	11
CaixaBank	Banco	10
Rainbow	Empresa de búsqueda de talentos en África	10
Sotysolar	Instalación de placas solares	10
Motoreto	Venta de coches de segunda mano	9
Dione	Marca de helados	9

Joma	Marca de ropa deportiva	8
Domino's Pizza	Venta de comida rápida	8
Vitaldent	Clínica dental	8
Eneryeti	Bebida energética	8
Laboratorios Ynsadiet	Laboratorio de complementos alimenticios	7
The Bus	Empresa de autobuses en Madrid	7
BP	Empresa petrolífera	7
Hard Rock Hotel Marbella	Estancia vacacional	7
Mercanza	Empresa de soluciones de gestión y análisis	7
Micampusresidencias	Portal de residencias universitarias para estudiantes	7
Blue Crow	Empresa tecnológica y deportiva	7
Tienda del CD Leganés	Tienda de productos deportivos del CD Leganés	7
Business Club de CD Leganés	Red empresarial del CD Leganés	7
Blue Red	Empresa de saneamiento	7
Max Colchón	Compra de colchones online	7
Ministerio de Turismo de Malawi	Promoción gubernamental	7
Mahou	Bebida alcohólica	6
Surmoción (Seat)	Concesionario de coches	6
Burger King	Venta de comida rápida	6
El Corte Inglés	Venta de productos	6

Onrent	Alquiler de furgonetas en Madrid	6
Academia Internacional del CD Leganés	Academia de formación del CD Leganés	6
Cesur FP	Centro de formación profesional	6
Beberapid	Gestión integral de eventos	6
Scientific Nutrition	Empresa de suplementos tradicionales	6
Bauhaus	Venta de artículos de bricolaje	6
Gimeno	Gestoría jurídica	6
Redpiso	Agencia inmobiliaria	6
Hardware System	Empresa de informática	5

- **Patrocinadores estáticos (lonas sobre el césped):**

Empresa	Tipo de empresa	Tipo de aparición
Halcón Viajes	Agencia de viajes	Lona real al lado de la portería durante todo en el encuentro
Mapfre	Aseguradora	Lona real al lado de la portería durante todo en el encuentro
Sotysolar	Instalación de placas solares	Lona real al lado de la portería durante todo en el encuentro

Blue Crow	Empresa tecnológica y deportiva	Lona real al lado de la portería durante todo en el encuentro
Eneryeti	Bebida energética	Lona real al lado de la portería durante todo en el encuentro
Laboratorios Ynsadiet	Laboratorio de complementos alimenticios	Lona real ubicada en el centro del campo durante el descanso

- **Patrocinadores estáticos (vallas estáticas)**

Empresa	Tipo de empresa	Empresa	Tipo de empresa
Mahou	Bebida alcohólica	Laboratorios Ynsadiet	Laboratorio de complementos alimenticios
Sotysolar	Instalación de placas solares	CaixaBank	Banco
Microsoft	Plataforma digital	Motoreto	Venta de coches de segunda mano
Joma	Marca de ropa deportiva	Blue Crow	Empresa tecnológica y deportiva
The Bus	Empresa de autobuses en Madrid	Living	Agencia inmobiliaria
Mercanza	Empresa de soluciones de gestión y análisis	Rainbow	Empresa de búsqueda de talentos en África
W3 FanSports	Consultoría de entidades deportivas	Cupra	Marca de automóviles

Dione	Marca de helados	LaLiga	Ente organizador del fútbol profesional en España
--------------	------------------	---------------	---

- **Patrocinadores de las camisetas de los equipos:**

CD Leganés			FC Cartagena		
Parte de la equipación	Empresa	Tipo de empresa	Parte de la equipación	Empresa	Tipo de empresa
Frontal de la camiseta	Rainbow; Motoreto	Empresa de búsqueda de talentos en África; Venta de coches de segunda mano	Frontal de la camiseta	Talatur Group	Empresa de construcción
Dorso de la camiseta	Laboratorio Ynsadiet	Laboratorio de complementos alimenticios	Dorso de la camiseta	Costa Cálida; Hospital CMVCaridad Cartagena	Promoción turística de la costa de Murcia; Centro sanitario en Cartagena
Mangas	W3 FanSports	Consultoría de entidades deportivas	Mangas	Puerto de Cartagena	Promoción del puerto de Cartagena

Pantalón	The Bus	Empresa de autobuses en Madrid	Pantalón	Inma Hogares	Agencia inmobiliaria
Sponsor de la ropa		Joma	Sponsor de la ropa		Adidas

Árbitro	Empresa	Tipo de empresa
Mangas y dorso de la camisa	Würth	Venta de herramientas de bricolaje

- **Telepromociones:**

Promoción	Tipo de empresa	Promoción	Tipo de empresa
Microsoft (2)	Plataforma digital	BKT	Venta de suministros agrícolas
Burger King	Venta de comida rápida	Nissan	Marca de automóviles
Promoción LaLiga SmartBank TV (1)	Promociones de próximos partidos de Segunda División por el canal	Mahou (2)	Bebida alcohólica
LaLiga Camps (1)	Campamento de verano de fútbol potenciado por LaLiga	Panini	Venta de cromos y álbumes
Reportajes LaLiga SmartBank TV (2)	Reportajes sobre jugadores, entrenadores o equipos de la Segunda División	El Corte Inglés	Venta de productos

Partido	Fecha	División	Localización	¿Existen vallas electrónicas?	N.º de empresas patrocinadoras distintas	Producto/servicio que más se promociona	Otras observaciones
CD Tenerife – Villarreal CF ‘B’	Sábado, 01 de abril de 2023	Segunda División	Estadio Heliodoro Rodríguez López, Tenerife, Islas Canarias	Sí (una frontal)	61	CaixaBank (32 veces en la valla electrónica + aparición en las vallas estáticas)	Utiliza una combinación eficiente de publicidad (El cartel de LaLiga SmartBank, al estar siempre fijo en el centro, se muestra mediante una valla estática en vez de con una digital). Además, en los fondos opta por utilizar vallas estáticas, pudiendo deberse a que la

							mayor parte del tiempo no se ven en cámara, ahorrando también en consumo energético.
--	--	--	--	--	--	--	--

- **Patrocinadores electrónicos:**

Empresa	Tipo de empresa	N.º de apariciones en pantalla
CaixaBank	Banco	32
Hummel	Marca de ropa deportiva	28
Kalise	Marca de helados	25
JFT Comunicación	Agencia de comunicación	21
Fundación CD Tenerife	Fundación del CD Tenerife	19
Equipo de eSports del CD Tenerife	Equipo de videojuegos del CD Tenerife	17
Tirma	Venta de productos con chocolate	16
Egatesa	Distribución de productos cárnicos	11
Hiperdino	Venta de productos	11
Islas Canarias	Promoción turística de la comunidad autónoma	11

Grupo Loro Parque	Parques temáticos de entretenimiento	11
McDonald's	Venta de comida rápida	11
Volkswagen	Marca de automóviles	11
Tenerife!	Promoción turística de la isla	10
Archiauto (Ford)	Marcade automóviles	9
Mutua Tinerfeña	Aseguradora	9
W3 Fan Sports	Consultoría de entidades deportivas	9
Chafiras	Venta de productos de bricolaje	9
Munchitos	Venta de patatas fritas	8
Hospiten	Centro sanitario	8
IOC Dental	Clínica dental	7
Besoccer	Aplicación de fútbol	6
Cristalería Güímar	Empresa de cristales	6
Cristalería Telde	Empresa de cristales	6
Renault	Marca de automóviles	6
Kia	Marca de automóviles	5
Arimotor Tenerife (Nissan)	Marca de automóviles	5
Tirso	Venta de acero	5
Hospital Parque	Centro sanitario	5
Herasa Tenerife	Servicio de transporte de mercancías	4

JHL Construcciones	Empresa de construcción	4
Naviera Armas	Compañía de transporte marítimo	4
Palcanarias	Empresa de pinturas	4

- **Patrocinadores estáticos (vallas estáticas):**

Empresa	Tipo de empresa	Empresa	Tipo de empresa
Banco Santander (Por LaLiga SmartBank)	Banco	Hiperdino	Venta de productos
Hospiten	Centro sanitario	Mapfre	Aseguradora
Islas Canarias	Promoción turística de la Comunidad Autónoma	CanariBat	Tienda de baterías
Tenerife!	Promoción turística de la isla	Radio Marca	Medio informativo deportivo
El Corte Inglés	Venta de productos	Canaragua	Empresa de aguas
Hummel	Marca de ropa deportiva	Grupo Fumero	Empresa de transporte
CaixaBank	Banco	Clínica Muiños	Centro sanitario
Deportes Base	Tienda de ropa deportiva	Bota Heliodoro	Medio informativo deportivo
JFT Comunicación	Agencia de comunicación	Coca-Cola	Bebida refrescante
LaLiga	Ente organizador del fútbol profesional en España	Volkswagen	Marca de automóviles

LifePro Nutrition	Venta de suplementos alimenticios	Limpieza Apeles	Servicio de limpieza
Cabildo de Tenerife	Promoción gubernamental	Limpieza Achaman	Servicio de limpieza
BKT	Venta de suministros agrícolas		

- **Patrocinadores estáticos (lonas sobre el césped):**

Empresa	Tipo de empresa	Tipo de aparición
IOC Dental	Clínica dental	Lona real al lado de la portería durante todo el encuentro
Chafiras	Venta de productos de bricolaje	Lona real al lado de la portería durante todo el encuentro

- **Patrocinadores de las camisetas de los equipos:**

CD Tenerife			Villarreal CF 'B'		
Parte de la equipación	Empresa	Tipo de empresa	Parte de la equipación	Empresa	Tipo de empresa
Frontal de la camiseta	Tenerife!	Promoción turística de la isla	Frontal de la camiseta	Pamesa Cerámica	Venta de pavimentos y productos cerámicos

Dorso de la camisa	Disa; Islas Canarias	Empresa petrolera; Promoción turística de la comunidad autónoma	Dorso de la camisa	No tiene	-
Mangas	Egatesa	Distribución de productos cárnicos	Mangas	No tiene	-
Pantalón	Volkswagen; W3 Fan Sports	Marca de automóviles; Consultoría de entidades deportivas	Pantalón	No tiene	-
Sponsor de la ropa		Hummel	Sponsor de la ropa		Joma

Árbitro	Empresa	Tipo de empresa
Mangas y dorso de la camisa	Würth	Venta de herramientas de bricolaje

- **Telepromociones:**

Promoción	Tipo de empresa	Promoción	Tipo de empresa
Microsoft (2)	Plataforma digital	BKT	Venta de suministros agrícolas
Burger King	Venta de comida rápida	Nissan	Marca de automóviles

Promoción LaLiga SmartBank TV (3)	Promociones de próximos partidos de Segunda División por el canal	Mahou (2)	Bebida alcohólica
LaLiga Camps (2)	Campamento de verano de fútbol potenciado por LaLiga	Panini	Venta de cromos y álbumes
Reportajes LaLiga SmartBank TV (2)	Reportajes sobre jugadores, entrenadores o equipos de la Segunda División	El Corte Inglés	Venta de productos
Allianz	Aseguradora		

Partido	Fecha	División	Localización	¿Existen vallas electrónicas?	N.º de empresas patrocinadoras distintas	Producto/servicio que más se promociona	Otras observaciones
Real Oviedo – SD Éibar	Sábado, 01 de abril de 2023	Segunda División	Estadio Carlos Tartiere, Oviedo, Asturias	No	42	Digi (Vallas estáticas + lonas sobre el césped + patrocinador principal de la camiseta del Real Oviedo)	Durante todos los partidos del sábado, las telepromociones al descanso fueron las mismas,

							<p>variando únicamente la duración o cantidad de veces que aparecía cada empresa.</p> <p>Se detecta en el estadio mucho espacio de más para poder publicitarse, lo que indica falta de patrocinadores</p>
--	--	--	--	--	--	--	---

- **Patrocinadores estáticos (vallas estáticas):**

Empresa	Tipo de empresa	Empresa	Tipo de empresa
Banco Santander (Por LaLiga SmartBank)	Banco	W3 Fan Sports	Consultoría de entidades deportivas

LaLiga	Ente organizador del fútbol profesional en España	Caja Rural de Asturias	Banco
Tartiere Auto (Volkswagen)	Concesionario de automóviles	Los Prados	Centro comercial
Soluciones Gam	Alquiler de maquinaria para industria	Opticalia	Tienda de gafas
Halcón Viajes	Agencia de viajes	Scientific Nutrition	Empresa de suplementos tradicionales
Indiba	Clínica especialista en radiofrecuencia	Clínica Asturias	Centro sanitario
CaixaBank	Banco	Principado de Asturias	Promoción turística de la comunidad autónoma
Biow	Clínica de regeneración celular	Alsa	Servicio de autobuses
Silken Monumental	Establecimiento hotelero	Grupo Pachuca	Organización empresarial de México, dueña del Real Oviedo
MolcaWorld	Empresa de gestión deportiva	Exiom	Venta de paneles solares al por mayor
Mahou	Bebida alcohólica	Integra	Centro de integración laboral para personas con discapacidad
Casa Lobato	Restaurante	Funerarias Reunidas	Servicio funerario
Ricoh	Marca de tecnología	La Nueva España	Medio informativo
El Corte Inglés	Venta de productos	Sello Legal Abogados	Gabinete de abogados
BKT	Venta de suministros agrícolas	Digi	Compañía de teléfono y fibra

- **Patrocinadores estáticos (lonas sobre el césped):**

Empresa	Tipo de empresa	Tipo de aparición
Digi	Compañía de teléfono y fibra	Lona real al lado de la portería durante todo el encuentro
Alimerka	Supermercados de Asturias	Lona real al lado de la portería durante todo el encuentro
Mapfre	Aseguradora	Lona real al lado de la portería durante todo el encuentro

- **Patrocinadores de las camisetas de los equipos:**

Real Oviedo			SD Éibar		
Parte de la equipación	Empresa	Tipo de empresa	Parte de la equipación	Empresa	Tipo de empresa
Frontal de la camiseta	Digi; Oviedo Origen del Camino	Compañía de teléfono y fibra; promoción turística de la ciudad	Frontal de la camiseta	Eibho	Empresa de obras y rehabilitaciones

Dorso de la camisa	Tartiere Auto	Concesionario de coches	Dorso de la camisa	No tiene	-
Mangas	Integra	Centro de integración laboral para personas con discapacidad	Mangas	No tiene	-
Pantalón	Biow; W3 Fan Sports	Clínica de regeneración celular; Consultoría de entidades deportivas	Pantalón	No tiene	-
Sponsor de la ropa		Adidas	Sponsor de la ropa		Joma

Árbitro	Empresa	Tipo de empresa
Mangas y dorso de la camisa	Wurth	Venta de herramientas de bricolaje

- **Telepromociones:**

Promoción	Tipo de empresa	Promoción	Tipo de empresa
Microsoft (2)	Plataforma digital	BKT	Venta de suministros agrícolas
Burger King	Venta de comida rápida	Nissan	Marca de automóviles
Allianz	Aseguradora	Mahou (2)	Bebida alcohólica

LaLiga Camps	Campamento de verano de fútbol potenciado por LaLiga	Panini	Venta de cromos y álbumes
Reportajes LaLiga SmartBank TV (2)	Reportajes sobre jugadores, entrenadores o equipos de la Segunda División	El Corte Inglés	Venta de productos

Partido	Fecha	División	Localización	¿Existen vallas electrónicas?	N.º de empresas patrocinadoras distintas	Producto/servicio que más se promociona	Otras observaciones
SD Huesca – Deportivo Alavés	Domingo, 02 de abril de 2023	Segunda División	Estadio El Alcoraz, Huesca, Aragón	Sí (una frontal y dos laterales)	87	Ambar (16 veces en las vallas electrónicas + vallas estáticas + patrocinador en el pantalón de la SD Huesca)	Existe únicamente una lona al lado de la portería, pero la colocación de esta no permite que desde la toma televisiva se vea con nitidez la empresa promocionada.

							La publicidad en las vallas electrónicas no sigue un orden lógico, como ocurre en otros encuentros.
--	--	--	--	--	--	--	---

- **Patrocinadores electrónicos:**

Empresa	Tipo de empresa	N.º de apariciones en pantalla
Banco Santander (Por LaLiga SmartBank)	Banco	Durante todo el encuentro en el centro de la valla electrónica
Ambar	Bebida alcohólica	16
Huesca La Magia	Promoción turística de la provincia	15
Bodega Sommos	Bodega	14
Embou	Servicio de internet en Aragón	11
Grupo Mazana	Venta de productos cárnicos	11
Cosehisa	Agencia inmobiliaria	11
Autolider (Fiat)	Concesionario de coches	8

Domec	Empresa de construcción	8
Tienda de la SD Huesca	Tienda de productos de la SD Huesca	6
Incospel	Venta de productos de belleza	6
Apisa	Empresa de deshidratación de forraje	6
Claveria	Alquiler de maquinaria para construcción	6
Kuhn	Venta de material agrícola	6
CaixaBank	Banco	6
Fútbol Emotion	Tienda online de productos de fútbol	5
Federópticos	Venta de gafas	5
Abenergía	Empresa de energía	4
Automóviles Cabrero	Concesionario de coches	4
Alumbra Energía	Empresa de energía	4
Ibor Ortopedia	Venta de productos ortopédicos	4
Más Prevención	Empresa de prevención de riesgos laborales	4
Ecomputer	Empresa informática	4
Colnatur	Venta de colágeno natural	4
Agroseguro	Aseguradora del suelo agrario	4
Garlan	Agencia inmobiliaria	4
Grúas Losfablos	Servicio de grúa	3
Sacoverde	Gestión de residuos	3

Autolider Expert	Venta de automóviles de segunda mano	3
Podoactiva	Centro sanitario	3
Skylight	Consultoría	3
Constructora Paobal	Empresa de construcción	2
Burger King	Venta de comida rápida	2
Gopick	Sistema de optimización de pedidos	2
Lavazza	Empresa de café	2
Christian Muthi Construcciones	Empresa de construcción	2

- **Patrocinadores estáticos (vallas estáticas):**

Empresa	Tipo de empresa	Empresa	Tipo de empresa
LaLiga	Ente organizador del fútbol profesional en España	Domec	Empresa de construcción
Abenergía	Empresa de energía	Ecomputer	Empresa informática
Automóviles Cabrero	Concesionario de coches	Alumbra Energía	Empresa de energía
Levitec	Empresa de instalaciones eléctricas	CaixaBank	Banco
Gashogar Energía	Empresa de energía	Embou	Servicio de internet en Aragón
Arnal Electricidad	Compañía eléctrica de Huesca	Callizo	Restaurante
Ambar	Bebida alcohólica	Nike	Marca de ropa deportiva

Bodega Sommos	Bodega	Huesca La Magia	Promoción turística de la provincia
Claveria	Alquiler de maquinaria para construcción	Casademont	Empresa de embutidos
Autolider (Fiat)	Concesionario de automóviles	Cosehisa	Agencia inmobiliaria
Grupo Mazana	Venta de productos cárnicos	Alcampo	Supermercado
Lavazza	Empresa de café	Supermercado Altoaragón	Supermercado
Podoactiva	Centro sanitario	Fútbol Emotion	Tienda online de productos de fútbol
Ferrer	Venta de productos cárnicos	Gopick	Sistema de optimización de pedidos
Abba Hotels	Empresa hotelera	Ibor Ortopedia	Venta de productos ortopédicos
Residencia Los Olivos	Residencia para la tercera edad	Hormigones Giral	Empresa de construcción
Buenaventura	Empresa de diseño de interiores	Arzón y Gracia	Empresa de construcción
Federópticos	Venta de gafas	Lillas Pastia	Restaurante
Inagro Consultores	Empresa de ingeniería agrónoma	Grúas Losfablos	Servicio de grúa
Cincalimp	Servicio de limpieza	Apisa	Empresa de deshidratación de forraje
Gobierno de Aragón	Promoción gubernamental	Carnicería Miguel Escuer	Venta de productos cárnicos
Aragón TV	Promoción de la televisión autonómica	Grupo Agustín	Empresa de prefabricados de hormigón
Quirón Salud	Centro sanitario	Catering San Lorenzo	Servicio de catering
Comercial Moré	Empresa de pinturas y decoración	Colores	Empresa de pintura

Inmobiliaria Buil	Agencia inmobiliaria	Clínica dental Fuente de Ángel	Centro sanitario
Sehusol	Empresa de suministros eléctricos	Castellar	Carpintería
Besoccer	Aplicación de fútbol	Navasola	Empresa de equipamiento del hogar
Huesca Garden	Empresa de jardinería	Iny.com	Empresa de tecnología
Sparco	Equipamiento para deportes de motor	Colnatur	Venta de colágeno natural
BKT	Venta de suministros agrícolas	Puertas automáticas Escuer	Venta de puertas automáticas

- **Patrocinadores de las camisetas de los equipos:**

SD Huesca			Deportivo Alavés		
Parte de la equipación	Empresa	Tipo de empresa	Parte de la equipación	Empresa	Tipo de empresa
Frontal de la camiseta	Huesca La Magia	Promoción turística de la provincia	Frontal de la camiseta	Lea; Álava	Productos de higiene personal; Promoción turística de la provincia
Dorso de la camiseta	Bodega Sommos	Bodega	Dorso de la camiseta	Digi	Empresa de telefonía y móvil

Mangas	Cosehisa	Agencia inmobiliaria	Mangas	Ok Mobility	Empresa de alquiler de automóviles
Pantalón	Alumbra Energía; Ambar	Empresa de energía; Bebida alcohólica	Pantalón	Silken; Integra Energía	Empresa hotelera; Empresa de energía
Sponsor de la ropa		Nike	Sponsor de la ropa		Puma

Árbitro	Empresa	Tipo de empresa
Mangas y dorso de la camisa	Wurth	Venta de herramientas de bricolaje

- **Telepromociones:**

Promoción	Tipo de empresa	Promoción	Tipo de empresa
Microsoft (2)	Plataforma digital	BKT	Venta de suministros agrícolas
Burger King	Venta de comida rápida	Nissan	Marca de automóviles
Promoción LaLiga SmartBank TV (2)	Promociones de próximos partidos de Segunda División por el canal	Mahou (2)	Bebida alcohólica
LaLiga Camps (1)	Campamento de verano de fútbol potenciado por LaLiga	Panini	Venta de cromos y álbumes

Reportaje LaLiga SmartBank TV	Reportajes sobre jugadores, entrenadores o equipos de la Segunda División	El Corte Inglés	Venta de productos
Allianz	Aseguradora		

Partido	Fecha	División	Localización	¿Existen vallas electrónicas?	N.º de empresas patrocinadoras distintas	Producto/servicio que más se promociona	Otras observaciones
CD Lugo – SD Ponferradina	Domingo, 02 de abril de 2023	Segunda División	Estadio Anxo Carro, Lugo, Galicia	No	56	Estrella Galicia, Abanca Concello de Lugo y Caja Rural (Apariciones en las vallas estáticas + aparición en la equipación del CD Lugo)	En el partido no se observan lonas (ni reales ni virtuales) sobre el terreno de juego. De igual forma, algunas tipografías y/o fondos elegidos para las promociones dificultan una buena lectura o

							visionado de los mismos, por lo que su eficacia puede ser baja.
--	--	--	--	--	--	--	---

- **Patrocinadores estáticos (vallas estáticas)**

Empresa	Tipo de empresa	Empresa	Tipo de empresa
Banco Santander (Por LaLiga SmartBank)	Banco	Coca-Cola	Bebida refrescante
LaLiga	Ente organizador del fútbol profesional en España	Kappa	Marca de ropa deportiva
Abanca	Banco	Río Natura	Marca de leche
Opticalia	Tienda de gafas	Calfensa	Empresa especializada en agricultura
Ibersys	Empresa de prevención de riesgos laborales	Maquinaria Torneiro	Venta y alquiler de maquinaria
Gadis	Supermercado	Maderas Besteiro	Venta de productos de madera
El Progreso	Medio informativo	Caja Rural Gallega	Banco
Allianz	Aseguradora	Neumáticos Rey	Venta de neumáticos

Halcón Viajes	Agencia de viajes	Limpergal	Servicio de limpieza y gestión de residuos
Colorcursiva	Empresa de rotulación	Torres & Sáez	Empresa distribuidora de productos siderúrgicos
Talleres Piñeiro (Volvo)	Reparación de vehículos	Leyma Natura	Marca de leche
Cafés Penela	Empresa mayorista de café	Ad Grupo Regueira	Venta de recambios para talleres
Candelas	Empresa de café	Onemons	Empresa de telecomunicaciones y electromontaje
Nussli	Empresa de estructuras temporales	Funeraria Fernández	Servicios funerarios
Frisaques	Empresa de climatización	Concello de Lugo	Promoción gubernamental
Frutas Lugo	Empresa mayorista de frutas y verduras	Norperfil	Empresa de hierros y aceros
La Voz de Galicia	Medio informativo	Esturión	Venta de equipos de impresión e informática
Arrocería Os Cachivaches	Restaurante	Dmanan	Empresa promotora de Galicia
Recambios Frain	Venta de recambios de mecánica	Pattones Robert's	Tienda de zapatos
Estrella Galicia	Bebida alcohólica		

- **Patrocinadores de las camisetas de los equipos:**

CD Lugo			SD Ponferradina		
Parte de la equipación	Empresa	Tipo de empresa	Parte de la equipación	Empresa	Tipo de empresa
Frontal de la camisa	Estrella Galicia	Bebida alcohólica	Frontal de la camisa	Tvitec	Empresa de vidrio
Dorso de la camisa	Abanca	Banco	Dorso de la camisa	Valcarce	Grupos de empresas de venta de combustible
Mangas	Concello de Lugo	Promoción gubernamental	Mangas	Caja Rural	Banco
Pantalón	No tiene	-	Pantalón	Vive Ponferrada; Caja Rural	Promoción de la ciudad; Banco
Sponsor de la ropa		Kappa	Sponsor de la ropa		Adidas

Árbitro	Empresa	Tipo de empresa
Mangas y dorso de la camisa	Würth	Venta de herramientas de bricolaje

- Telepromociones:

Promoción	Tipo de empresa	Promoción	Tipo de empresa
Microsoft (2)	Plataforma digital	BKT	Venta de suministros agrícolas

Burger King	Venta de comida rápida	Nissan	Marca de automóviles
Promoción LaLiga SmartBank TV (1)	Promociones de próximos partidos de Segunda División por el canal	Mahou (2)	Bebida alcohólica
LaLiga Camps	Campamento de verano de fútbol potenciado por LaLiga	Panini	Venta de cromos y álbumes
Reportajes LaLiga SmartBank TV (2)	Reportajes sobre jugadores, entrenadores o equipos de la Segunda División	El Corte Inglés	Venta de productos
Allianz	Aseguradora		

Partido	Fecha	División	Localización	¿Existen vallas electrónicas?	N.º de empresas patrocinadoras distintas	Producto/servicio que más se promociona	Otras observaciones
FC Andorra – Málaga CF	Domingo, 02 de abril de 2023	Segunda División	Estadi Nacional de Andorra,	No	36	Morabanc (Vallas estáticas + patrocinador principal)	El escudo del club local tapa muchos espacios de promoción, lo que

			Principado de Andorra			de la camiseta del FC Andorra)	indica que ha una falta de patrocinadores, debida, probablemente, a su reciente ascenso a la categoría. Además, dentro de esa publicidad, la mayoría tiene un componente local (Andorra y Cataluña)
--	--	--	-----------------------	--	--	--------------------------------	---

- **Patrocinadores estáticos (vallas estáticas):**

Empresa	Tipo de empresa	Empresa	Tipo de empresa
Banco Santander (Por LaLiga SmartBank)	Banco	Andorra la Vella	Promoción turística de la ciudad

LaLiga	Ente organizador del fútbol profesional en España	Estrella Damm	Bebida alcohólica
Morabanc	Banco local de Andorra	Edicomi Constructors	
Pyrènees	Promoción turística de los Pirineos	Agefred Servei	Empresa de gestión energética
Andorra	Promoción turística del país	Calaf Grup	Empresa de construcción
Coma	Marca de café	226ers	Tienda de nutrición deportiva
VISA	Servicio de pago digital	AnyósPark	Resort de montaña en Andorra
BM Serveis	Empresa de subcontratación de reformas	Navasfor	Empresa de contratistas
RTVA	Cadena nacional de televisión de Andorra		

- **Patrocinadores estáticos (lonas sobre el césped)**

Empresa	Tipo de empresa	Tipo de aparición
Estrella Damm	Bebida alcohólica	Cartel de goma detrás de cada portería durante todo el partido

- **Patrocinadores de las camisetas de los equipos:**

FC Andorra			Málaga CF		
Parte de la equipación	Empresa	Tipo de empresa	Parte de la equipación	Empresa	Tipo de empresa
Frontal de la camisa	Morabanc	Banco	Frontal de la camisa	Sabor a Málaga	Empresa de los productos gastronómicos de Málaga
Dorso de la camisa	Pyrènees	Promoción turística de los Pirineos	Dorso de la camisa	Benahavis	Promoción turística de un pueblo
Mangas	Unicef	Agencia de la ONU para la infancia	Mangas	Málaga	Promoción turística de la ciudad
Pantalón	Andorra	Promoción turística del país	Pantalón	Costa del Sol Málaga	Promoción de la costa de la provincia
Sponsor de la ropa		Nike	Sponsor de la ropa		Hummel
Árbitro		Empresa		Tipo de empresa	
Mangas y dorso de la camisa		Würth		Venta de herramientas de bricolaje	

- Telepromociones:

Promoción	Tipo de empresa	Promoción	Tipo de empresa
-----------	-----------------	-----------	-----------------

Microsoft (2)	Plataforma digital	BKT	Venta de suministros agrícolas
Burger King	Venta de comida rápida	Nissan	Marca de automóviles
Promoción LaLiga SmartBank TV (4)	Promociones de próximos partidos de Segunda División por el canal	Mahou (2)	Bebida alcohólica
LaLiga Camps (1)	Campamento de verano de fútbol potenciado por LaLiga	Panini	Venta de cromos y álbumes
Reportajes LaLiga SmartBank TV (2)	Reportajes sobre jugadores, entrenadores o equipos de la Segunda División	El Corte Inglés	Venta de productos
Allianz	Aseguradora		

Partido	Fecha	División	Localización	¿Existen vallas electrónicas?	N.º de empresas patrocinadoras distintas	Producto/servicio que más se promociona	Otras observaciones
Real Sporting de Gijón – Granada CF	Domingo, 02 de abril de 2023	Segunda División	Estadio El Molinón – Enrique Castro	Sí (una frontal y dos laterales)	46	Integra Energía (17 veces en las vallas electrónicas + vallas estáticas + lonas en el	En este encuentro, la publicidad de LaLiga SmartBank se dobla en el

			‘Quini’, Gijón, Principado de Asturias			césped + patrocinador principal de la camiseta de Real Sporting)	centro de la pantalla durante todo el encuentro: aparece de forma fija en la valla electrónica y, detrás de ella, durante todo el encuentro en una valla estática
--	--	--	---	--	--	---	--

- **Patrocinadores electrónicos:**

Empresa	Tipo de empresa	N.º de apariciones en pantalla
Banco Santander (Por LaLiga SmartBank)	Banco	Durante todo el encuentro en el centro de la valla electrónica
Integra Energía	Empresa de energía	17
Jalisco	Promoción turística de la ciudad de Jalisco	16
Mahou	Bebida alcohólica	16
Puma	Marca de ropa deportiva	13

Cyasa (Nissan)	Concesionario de coches	11
Biow	Empresa de regeneración celular	11
Matchday	Experiencia VIP en un partido del Real Sporting	11
Página web del Real Sporting	Promoción del sitio web oficial del Real Sporting	10
Telecable	Operadora de internet y móvil en Asturias	10
Alimerka	Cadena de supermercados de Asturias	10
Tienda del Real Sporting	Tienda de productos del Real Sporting	10
Orlegi Sports	Grupo dueño del Real Sporting	10
Tour de El Molinón	Tour por el estadio del Real Sporting	10
Halcón Viajes	Agencia de viajes	10
Alsa	Empresa de autobuses	9
Trabanco	Bebida alcohólica	9
Cafés Oquendo	Empresa de café	9
Funeraria Gijonesa	Servicios funerarios	9
Caja Rural de Gijón	Banco	9

- **Patrocinadores estáticos (vallas estáticas):**

Empresa	Tipo de empresa	Empresa	Tipo de empresa
----------------	------------------------	----------------	------------------------

LaLiga	Ente organizador del fútbol profesional en España	Alimerka	Cadena de supermercados de Asturias
Banco Santander (Por LaLiga SmartBank)	Banco	Cadena COPE	Medio informativo
Telecable	Operadora de internet y móvil en Asturias	Puma	Marca de ropa deportiva
Cyasa (Nissan)	Concesionario de coches	Gijón	Promoción turística de la ciudad
Alsa	Empresa de autobuses	Halcón Viajes	Agencia de viajes
Veolia		Mahou	Bebida alcohólica
Jalisco	Promoción turística de la ciudad de Jalisco	La Nueva España	Medio informativo
El Corte Inglés	Venta de productos	El Comercio	Medio informativo
Integra Energía	Empresa de energía	Funeraria Gijonesa	Servicios funerarios
Cafés Oquendo	Empresa de café	Biow	Empresa de regeneración celular
Dicar	Agencia inmobiliaria	Unicaja	Banco
Coca-Cola	Bebida refrescante	Caja Rural de Gijón	Banco
Orlegi Sports	Grupo dueño del Real Sporting	BKT	Venta de suministros agrícolas
Vitaldent	Centro sanitario	Iristrate	Plataforma de recogida de datos
La Pondala	Restaurante	Radio Marca Asturias	Medio informativo

- **Patrocinadores estáticos (lonas sobre el césped):**

Empresa	Tipo de empresa	Tipo de aparición
Alimerka	Cadena de supermercados de Asturias	Lona real al lado de la portería durante todo el encuentro
Integra Energía	Empresa de energía	Lona real en el centro del campo durante el descanso + Lona real al lado de la portería durante todo el encuentro
Orlegi Sports	Grupo dueño del Real Sporting	Lona real al lado de la portería durante todo el encuentro
Jalisco	Promoción turística de la ciudad de Jalisco	Lona real al lado de la portería durante todo el encuentro
Mapfre	Aseguradora	Lona real al lado de la portería durante todo el encuentro

- **Patrocinadores de las camisetas de los equipos:**

Real Sporting de Gijón			Granada CF		
Parte de la equipación	Empresa	Tipo de empresa	Parte de la equipación	Empresa	Tipo de empresa
Frontal de la camisa	Integra Energía	Empresa de energía	Frontal de la camisa	No tiene	-

Dorso de la camisa	Alimerka	Cadena de supermercados de Asturias	Dorso de la camisa	Lidera Energía	Empresa de energía
Mangas	Biow	Empresa de regeneración celular	Mangas	Caja Rural de Granada	Banco
Pantalón	Jalisco; Nissan	Promoción turística de la ciudad de Jalisco; Marca de automóviles	Pantalón	No tiene	-
Sponsor de la ropa		Puma	Sponsor de la ropa		Adidas

Árbitro	Empresa	Tipo de empresa
Mangas y dorso de la camisa	Wurth	Venta de herramientas de bricolaje

- **Telepromociones:**

Promoción	Tipo de empresa	Promoción	Tipo de empresa
Microsoft (2)	Plataforma digital	BKT	Venta de suministros agrícolas
Burger King	Venta de comida rápida	Nissan	Marca de automóviles

Promoción LaLiga SmartBank TV (2)	Promociones de próximos partidos de Segunda División por el canal	Mahou (2)	Bebida alcohólica
LaLiga Camps (1)	Campamento de verano de fútbol potenciado por LaLiga	Panini	Venta de cromos y álbumes
Reportajes LaLiga SmartBank TV (2)	Reportajes sobre jugadores, entrenadores o equipos de la Segunda División	El Corte Inglés	Venta de productos
Allianz	Aseguradora		

Partido	Fecha	División	Localización	¿Existen vallas electrónicas?	N.º de empresas patrocinadoras distintas	Producto/servicio que más se promociona	Otras observaciones
CD Mirandés – UD Ibiza	Domingo, 02 de abril de 2023	Segunda División	Estadio Municipal de Anduva, Burgos, Castilla y León	No	62	Bodegas Izadi (vallas estáticas + equipación del CD Mirandés)	Algunas tipografías y/o fondos elegidos para las promociones dificultan una

							buena lectura o visionado de los mismos, por lo que su eficacia puede ser baja.
--	--	--	--	--	--	--	---

- **Patrocinadores estáticos (vallas estáticas + lonas sobre el césped):**

Empresa	Tipo de empresa	Empresa	Tipo de empresa
Banco Santander (Por LaLiga SmartBank)	Banco	Fitogether	Empresa de seguimiento en el campo de jugadores
Restaurante Monumento al Pastor	Restaurante	Restaurante La Vasca	Restaurante
LaLiga	Ente organizador del fútbol profesional español	CaixaBank	Banco
Magasa	Empresa de ropa laboral	Bocca	Restaurante
Movistar LaLiga	Antiguo canal de emisión de Primera y Segunda División	Alucoil	Venta de materiales de edificación
McDonald's	Venta de comida rápida	Tudanca	Promoción turística de una localidad
Coca-Cola	Bebida refrescante	Vivir Miranda	Promoción turística de una localidad

Domerco	Agencia de marketing digital	Izadi	Bodega
Santa Lucía	Aseguradora	Espacios Verdes	Empresa de floristería y jardinería
Ural Motor (Volkswagen)	Concesionario de automóviles	Novadiet	Venta de productos con colágeno
Arlanzón Motor (Seat)	Concesionario de automóviles	Adidas	Marca de ropa deportiva
Gomero	Marca de cafés	BP	Empresa petrolera
Autobuses Herrera	Servicio de autobuses	Halcón Viajes	Agencia de viajes
Fran SA	Empresa de estructuras metálicas	Vialki	Alquiler de maquinaria
Burgos	Promoción turística de la ciudad	Diario de Burgos	Medio informativo
Federópticos Jomsa	Tienda de gafas	Jometon Construcciones	Empresa de construcción
Deportes Olimpia	Tienda de deporte online	Construcciones Orruño	Empresa de construcción
Generali	Aseguradora	Gimnasio Podium	Gimnasio
Taberna Ochavo	Restaurante	DMim	Empresa de desarrollo mecánico
Coral	Marca de galletas	Comercial MD	Empresa de suministros industriales
Fertiberia	Marca de abonos y fertilizantes	Hotel Ciudad de Miranda	Alojamiento ocasional

- **Patrocinadores de las camisetas de los equipos:**

CD Mirandés			UD Ibiza		
Parte de la equipación	Empresa	Tipo de empresa	Parte de la equipación	Empresa	Tipo de empresa

Frontal de la camisa	Miranda Empresas	Unión de empresas de Miranda de Ebro	Frontal de la camisa	Power Electronics	Empresa de servicios eléctricos
Dorso de la camisa	Izadi	Bodega	Dorso de la camisa	Sesderma	Empresa de productos cosméticos
Mangas	No tiene	-	Mangas	Clínica VilaParc	Centro sanitario
Pantalón	Alucoil	Venta de materiales de edificación	Pantalón	Valans	Empresa de automóviles
Sponsor de la ropa		Adidas	Sponsor de la ropa		Puma

Árbitro	Empresa	Tipo de empresa
Mangas y dorso de la camisa	Wurth	Venta de herramientas de bricolaje

- **Telepromociones:**

Promoción	Tipo de empresa	Promoción	Tipo de empresa
Microsoft (2)	Plataforma digital	BKT	Venta de suministros agrícolas
Burger King	Venta de comida rápida	Nissan	Marca de automóviles
Promoción LaLiga SmartBank TV (1)	Promociones de próximos partidos de Segunda División por el canal	Mahou (2)	Bebida alcohólica

LaLiga Camps	Campamento de verano de fútbol potenciado por LaLiga	Panini	Venta de cromos y álbumes
Reportajes LaLiga SmartBank TV (2)	Reportajes sobre jugadores, entrenadores o equipos de la Segunda División	El Corte Inglés	Venta de productos
Allianz	Aseguradora		

Partido	Fecha	División	Localización	¿Existen vallas electrónicas?	N.º de empresas patrocinadoras distintas	Producto/servicio que más se promociona	Otras observaciones
Albacete Balompié – UD Las Palmas	Lunes, 03 de abril de 2023	Segunda División	Estadio Carlos Belmonte, Albacete, Castilla-La Mancha	No	64	Iner Energía (vallas estáticas en el campo + vallas en los banquillos + patrocinador principal de la equipación del Albacete Balompié)	Existe una lona al principio del encuentro sobre el césped, pero la incidencia de los focos en ella impide que se vea en televisión la

							<p>marca anunciada, ya que solo se muestra una vez.</p> <p>Destaca como en las promociones al descanso, además de los anuncio estandarizados de todos los partidos, solo aparecen promociones específicas relativas a la afición visitante.</p>
--	--	--	--	--	--	--	---

- **Patrocinadores estáticos (vallas estáticas):**

Empresa	Tipo de empresa	Empresa	Tipo de empresa
Banco Santander (Por LaLiga SmartBank)	Banco	Calimar	Venta de productos congelados
LaLiga	Ente organizador del fútbol profesional en España	El Corte Inglés	Venta de productos
Ferretería Juanjo	Ferretería	Soundline	Suministro e instalación de material audiovisual
Amiab	Grupo empresarial orientado a la inclusión laboral	Bodegas Santa Cruz de Alpera	Bodega
Mahou	Bebida alcohólica	Fertilizantes Aguilar	Empresa de abonos y fertilizantes
Iner Energía	Empresa energética de Castilla-La Mancha	Gasóleos Sánchez y Murcia	Distribución de gasóleo
Clínica Azorín	Centro sanitario	Scientific Nutrition	Venta de vitaminas y suplementos
Netya Sanyper	Empresa de limpieza	Fitogether	Empresa de seguimiento en el campo de jugadores
Visever	Empresa de seguridad vial	Adidas	Marca de ropa deportiva
Clínica dental Agudo Rosa	Centro sanitario	Quirón Salud	Centro sanitario
Osritec	Empresa de climatización y refrigeración industrial	Compresores Alfaro	Servicio de reparación de compresores de aire
Desinfecciones Albacete	Empresa de control de plagas	CaixaBank	Banco

Automaor (Renault)	Concesionario de coches	Compralaentrada	Servidor oficial de venta de entradas del Albacete
Superalba	Supermercado de Albacete	Carnes Soria	Carnicería en Albacete
CMS	Serigrafía	Canon	Venta de productos tecnológicos
Click Datos	Consultoría especializada en protección de datos	Cadena SER	Medio informativo
Tableros Tamabi	Venta de tableros	Conaco	Compañía de comercio de productos
Emparrados Arturo	Empresa de productos para la viña	Altafit	Gimnasio
Universidad de Castilla-La Mancha	Universidad de la comunidad autónoma	Vellando	Centro sanitario
La Ibañesa	Venta online de snacks	Imaginalia	Centro comercial de Albacete
Finca La Cuadra	Quesería de Albacete	Limpiezas Peninsular	Servicio de limpieza
Clínica podológica APIE	Centro sanitario	Clínica Ortopédica San Miguel	Centro sanitario
Coca-Cola	Bebida refrescante	Erta	Empresa de energías renovables
JVJ Albarealty	Agencia inmobiliaria	Rodacal Beyem	Venta de productos de construcción
Restaurante El Lomo	Restaurante		

- **Patrocinadores de las camisetas de los equipos:**

Albacete Balompié			UD Las Palmas		
Parte de la equipación	Empresa	Tipo de empresa	Parte de la equipación	Empresa	Tipo de empresa
Frontal de la camisa	Iner Energía	Empresa energética de Castilla-La Mancha	Frontal de la camisa	Gran Canaria	Promoción turística de la isla
Dorso de la camisa	Rodacal Beyem; Turismo Castilla-La Mancha	Venta de productos de construcción; Promoción turística de la comunidad autónoma	Dorso de la camisa	Disa; Islas Canarias	Empresa petrolera; Promoción turística de la comunidad autónoma
Mangas	No tiene	-	Mangas	Kalise	Marca de helados
Pantalón	Exadi; Ven Invest	Empresa de distribución mayorista; Holding de inversión	Pantalón	Be Cordial; Binter	Línea de hoteles; Compañía aérea
Sponsor de la ropa		Adidas	Sponsor de la ropa		Hummel

Árbitro	Empresa	Tipo de empresa
---------	---------	-----------------

Mangas y dorso de la camisa	Wurth	Venta de herramientas de bricolaje
------------------------------------	--------------	------------------------------------

- **Telepromociones:**

Promoción	Tipo de empresa	Promoción	Tipo de empresa
El Corte Inglés	Venta de productos	Desatascos Jumbo	Empresa de desatascos de Canarias
Banco Santander	Banco	CICAR	Empresa de alquiler de coches en Canarias
Microsoft	Plataforma digital	Nissan	Marca de automóviles
Burger King	Venta de comida rápida	Mahou	Bebida alcohólica
Granca Live Fest (2)	Festival de música realizado en Gran Canaria	Aluark	Venta de aluminio y cristal de Canarias
Reportajes Movistar	Reportajes sobre fútbol elaborados por Movistar	Promociones Movistar (5)	Promociones de Movistar +