

Mesa de debate 26:
Deporte y comunicación

Casas de Apuestas en el patrocinio deportivo: Estudio de LaLiga Santander y Premier League 2018-2019

El propósito de este estudio es el de analizar la situación actual del patrocinio deportivo de forma general y examinar la presencia de publicidad de casas de apuestas, en particular, en LaLiga Santander y Premier League durante la temporada 2018/19.

El objetivo de esta investigación es establecer relaciones entre el auge de la publicidad de apuestas deportivas y el panorama de patrocinio del fútbol actual, tanto en España como en Inglaterra. Para demostrar esto, hemos estudiado diferentes variables, como el patrocinio principal, principalmente de la camiseta, y en el caso de la liga inglesa también de la manga izquierda, el total de patrocinadores del club, los sectores de los patrocinadores y, por último, el patrocinio de casas de apuestas, para obtener unos resultados que compararemos entre ambas ligas.

La investigación se abordará con datos obtenidos de fuentes primarias oficiales de cada uno de los clubes de la máxima categoría de la liga española y la inglesa, y realizaremos una comparativa entre ambas. De esta forma, hemos obtenido como conclusiones principales que las casas de apuestas dominan el panorama del patrocinio en el fútbol durante la temporada 2018/19, seguido del sector de la banca y finanzas.

LOBILLO, DRA. GEMA

Profesora Contratada Doctora en la Universidad de Málaga. España

gmlobillo@uma.es

<https://orcid.org/0000-0002-5315-3057>

ENRÍQUEZ, ALBERTO

Egresado de la Universidad de Málaga

alberto.enriquez96@uma.es

<https://orcid.org/0000-0001-7576-9189>

Deseamos recibir comunicaciones del Congreso a estos correos electrónicos.