

VIDEOMARCADORES DEPORTIVOS: PUBLICIDAD EN TIEMPO REAL, FANS CONECTADOS Y DIVERSIFICACIÓN DE INGRESOS

Los videomarcadores y pantallas LED en estadios y recintos deportivos han evolucionado de simples paneles de puntuación a potentes plataformas multimedia capaces de reproducir vídeo en alta resolución, gráficos dinámicos, anuncios personalizados y contenidos interactivos.

Hoy en día representan una pieza clave en la estrategia comercial, publicitaria y de experiencia de fan dentro de las **instalaciones deportivas**, que no sólo aporta información de la competición en cuestión, sino que permite ejecutar campañas de publicidad y patrocinio personalizadas y en tiempo real, con activaciones de marca que van desde los juegos y concursos hasta la integración de redes sociales y apps de clubes.

En este contexto, eventos como **SPORTCITIES Expo&Summit 2025** se erigen como plataformas clave para dar visibilidad a los fabricantes más innovadores del sector, impulsando el encuentro entre administraciones, operadores, proveedores de **servicios deportivos** y marcas tecnológicas. Encuentros como este no solo promueven la digitalización del deporte, sino que también permiten valorar el impacto real de soluciones como los videomarcadores en el ecosistema del **turismo deportivo**, la **salud deportiva** y la gestión eficiente de recintos multifuncionales.

En apenas dos décadas, los videomarcadores han pasado de ser monocromáticos, manuales y con grandes limitaciones para la inserción publicitaria a permitir difundir y automatizar contenidos personalizados en tiempo real, registrar datos para una posterior métrica de resultados y multiplicar el alcance, lo que ha supuesto un gran impulso para la innovación en el **equipamiento deportivo** de última generación.

¿Pero cuáles han sido los hitos que han marcado la evolución de estos dispositivos desde los años 80 hasta la actualidad?

- **Décadas de los 80 y los 90:** videomarcadores monocromáticos, centrados en datos básicos, con control manual o mecánico y alta limitación para la inserción publicitaria.
- **Años 2000 a 2010:** con la llegada del siglo XXI se introdujeron las pantallas LED a color, se comenzó a implementar la publicidad digital rotativa y la medición de audiencia in situ empezó a ganar terreno.

- **Del año 2010 al 2020:** la alta definición (HD) y los formatos panorámicos llegaron para quedarse y los videomarcadores dieron un salto cualitativo para adentrarse en el ámbito de los eventos no deportivos, como conciertos y competiciones de esports, conectando así con la creciente demanda de **turismo deportivo**.
- **A partir del año 2020:** la década de la analítica avanzada con tracking visual, reconocimiento facial y sensores de aforo, así como control directo desde plataformas con base en la nube.

La inteligencia artificial como catalizador del cambio

La inteligencia artificial ha sido –y seguirá siendo– el gran catalizador que ha provocado el despegue tecnológico de estos dispositivos, aportando un amplio abanico de funcionalidades aplicables a la publicidad, la automatización, el análisis de datos y la interacción con las audiencias.

Tecnologías como el reconocimiento facial, la visión por computador o el análisis predictivo permiten identificar patrones de comportamiento en el estadio y optimizar qué mensajes se muestran, cuándo y a quién. Además, la IA también permite automatizar la generación de contenidos dinámicos (como clips con highlights, estadísticas o animaciones de marca), reduciendo tiempos de producción y mejorando la personalización.

En conjunto, estas innovaciones han transformado el videomarcador en un soporte inteligente e interactivo que genera información medible, multiplicando las oportunidades de los operadores de recintos y proveedores de **servicios deportivos**.

Para entender el alcance de esta transformación, algunos ejemplos que ya se han materializado en el mercado:

- **Publicidad dinámica y personalizada:** se ha generalizado el uso de sistemas que ajustan anuncios según perfil del público (edad, género, comportamiento), así como la publicidad adaptada a la evolución del partido (goles, sustituciones, tarjetas).
- **Automatización y producción inteligente:** la IA generativa ya permite crear contenidos en tiempo real (como resúmenes automáticos, gráficos de análisis) y automatizar la planificación publicitaria (algoritmos que maximizan exposición según patrocinadores y minutos de juego).
- **Análisis de rendimiento publicitario:** también es posible el seguimiento de cuánto tiempo y quién ve cada anuncio usando visión por ordenador e integración con CRM de clubes para personalizar campañas.

- **Interacción con el colectivo fan:** dinámicas como la activación mediante reconocimiento facial o QR personalizados ya son una realidad, al igual que los concursos o encuestas visuales con resultados en pantalla en tiempo real.

Los expertos apuntan a que las tendencias del futuro pasarán por publicidad programática dentro del estadio con una mayor y mejor integración de las redes sociales en vivo y personalización por sector de grada, gracias a tecnologías como los paneles con capacidad de segmentar mensajes por idioma o nacionalidad. Estas innovaciones no solo redefinen la experiencia del fan.

Videomarcadores “made in Spain”

Compartimos algunos de los fabricantes del mercado español que ya son referentes en el sector de los videomarcadores deportivos:

- **COSMI:** fabricante español, con sede en Murcia, líder en soluciones LED para marcadores deportivos y señalética digital con un software propio de videomarcadores: Visport Football y Visport Multideporte, con gran red de partners en España y Europa.
- **CUMA:** casa fundada en 1986, también en Murcia, especializada en pantallas LED con una línea de videomarcadores Apolo (serie deportiva) y presencia en pabellones polideportivos y estadios de fútbol de tamaño medio, con funciones específicas para eventos culturales o de **salud deportiva**.
- **GLOBAL LED VISION:** marca con sede en Barcelona, con respaldo técnico en Shenzhen (China). Ofrecen precio directo de fábrica, diseño personalizado, logística, instalación y programación final integrados.