



# GEOECONOMÍA

REVISTA TRIMESTRAL - PRIMAVERA 2012

## La industria del deporte



CEU

Universidad  
San Pablo

Cátedra de Geoeconomía y  
Estrategia Internacional

CHOISEUL

# Sumario

<b>Editorial</b>	<b>11</b>	<b>7</b>
<b>I. Deporte y desarrollo económico</b>		
La internacionalización de la industria española del deporte <i>Jaime GARCÍA-LEGAZ PONCE</i>	<b>17</b>	
La estructura económica del deporte <i>Eduardo OLIER y Javier SOBRINO</i>	<b>27</b>	
La contribución del deporte al activo inmaterial de la marca España <i>César VACCHIANO LÓPEZ</i>	<b>41</b>	
Deporte y turismo: un binomio de éxito <i>Xavier VIVES GUELL</i>	<b>51</b>	
El deporte como elemento potenciador de la “marca país”. El caso de China <i>Raúl RESPALDIZA</i>	<b>71</b>	

Nuevo modelo de gestión de la industria deportiva **101**  
*Julio SENN*

Gestión integral de grandes eventos deportivos.  
Caso práctico: Mundial de MotoGP **117**  
*Carmelo EZPELETA y Enrique ALDAMA*

## II. Deporte, innovación e infraestructuras

La innovación tecnológica en el deporte **135**  
*Luis A. PÉREZ CASTILLA, Jordi CUARTERO ESBRI*  
*y Javier VILLANUEVA URGEL*

Perspectivas del I+D+i del deporte en España **153**  
*Javier SAMPEDRO MOLINUEVO*  
*y Amelia FERRO SÁNCHEZ*

Deporte, innovación y tecnología: oportunidad  
para un nuevo sector industrial **171**  
*Joseba JAUREGIZAR*

Transformando la industria del deporte **185**  
*José Manuel PETISCO*

## III. Deporte, mecenazgo y patrocinio

Marco sostenible del deporte y tratamiento fiscal  
del patrocinio y el mecenazgo deportivo **197**  
*José María JIMÉNEZ CANDELA*

Los patrocinios en el lanzamiento internacional  
de la marca Santander **209**  
*División de Comunicación, Marketing Corporativo*  
*y Estudios del Banco Santander*