



GEOECONOMÍA

REVISTA TRIMESTRAL - PRIMAVERA 2012

La industria del deporte



CEU

Universidad
San Pablo

Cátedra de Geoeconomía y
Estrategia Internacional

CHOISEUL

Sumario

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

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