



el mercado del deporte

Aurelio Ureña Espá



FACULTAD DE
CIENCIAS DEL DEPORTE

Universidad de Granada



Federación de Asociaciones de
Gestores del Deporte de España



Mercado libre o libertino?

Ni contigo ni sin ti, tienen mis males remedio. Contigo porque me matas, sin ti porque me muero



Economía y deporte

- La cadena de valor de la industria,
- El impacto económico,
- Impacto sobre el gasto social
- Mercado potencial
- Los eventos deportivos



Qué hacemos con el deporte

- Fidelización
- Investigación
- Eventos deportivos
- Instalaciones deportivas en medio natural
- Deporte en el centro escolar



fidelización

Triadó y Aparicio (2004)

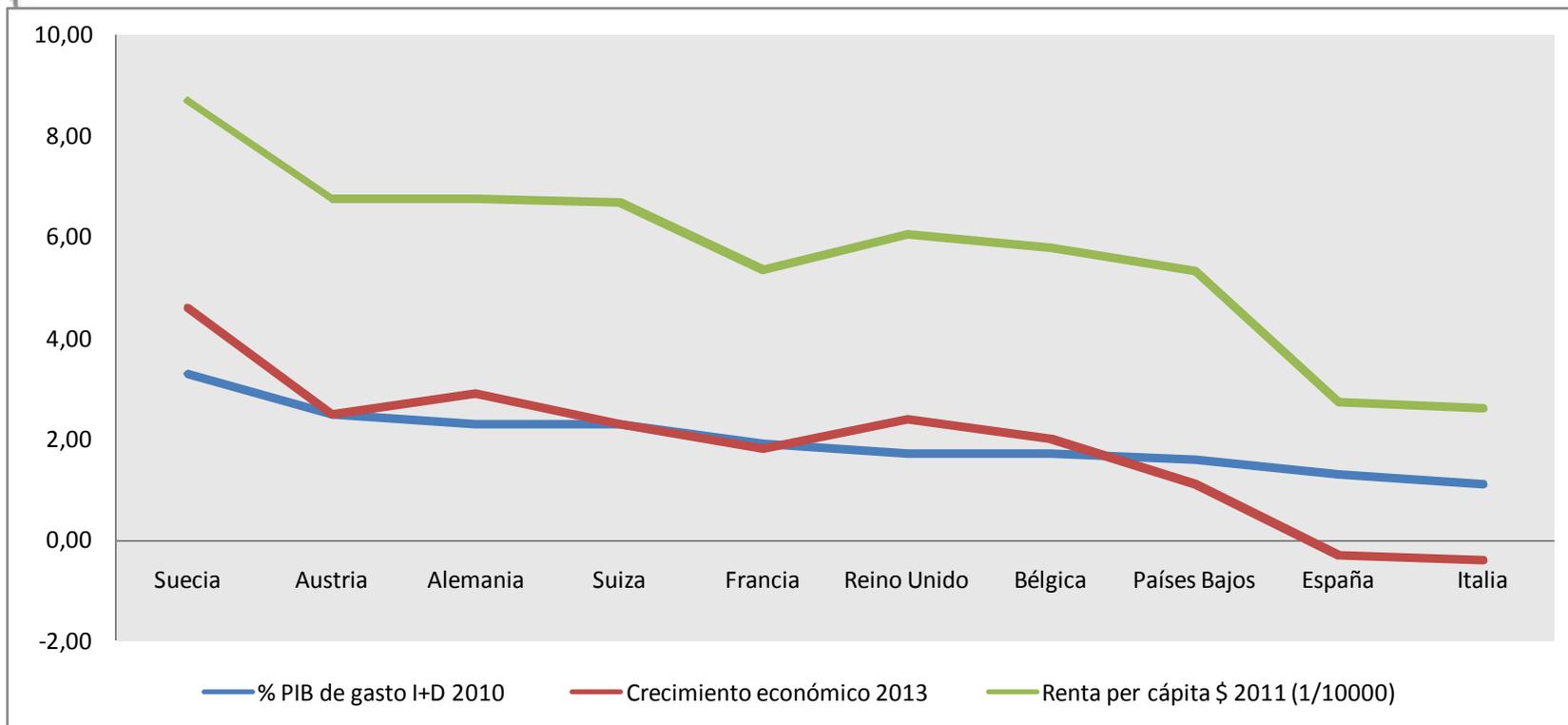
Las bases de la lealtad del cliente:

- la calidad del servicio,
- la innovación,
- la imagen de la empresa con respecto a competidores

Programa de fidelización del cliente

- Personalización de los servicios y singularidad de los productos ofertados
- El factor emocional (sentido de pertenencia)

investigación



- Deporte- enfermedades
- Deporte en el trabajo
- Mejorar rendimiento
- I+D en la empresa



Eventos y medio natural

- Eventos de nueva dimensión e imagen de marca de ciudades
- Instalaciones deportivas en espacio natural: conservación y desarrollo rural





Deporte y centro escolar

La estrategia NAOS

La educación física

El pacto por el deporte

Mecenazgo



“The intriguing metabolically healthy but obese phenotype: cardiovascular prognosis and role of fitness,”

by Francisco B. Ortega, Duck-chul Lee, Peter T. Katzmarzyk, Jonatan R. Ruiz, Xuemei Sui, Timothy S.

Church, and Steven N. Blair. *European Heart Journal* doi:10.1093/eurheartj/ehs174.



Modelo cultural

Wilma Rudolph



Modelo cultural

Teresa Perales