04/03/2020

ECONOMIST&JURIST

Redacción

Fútbol y Sport Business: modelo de negocio en auge

Como sabemos, el **proceso de digitalización** ha cambiado nuestros hábitos de consumo, generando nuevas oportunidades de negocio. El deporte es el sector que sin duda irrumpe con más fuerza en el mercado, ya que aunque sus vías de negocio parecen agotadas, **han aparecido un sinfín de fuentes de ingresos asociadas**, que requieren de un nuevo perfil profesional para identificarlas y profundizar en su explotación.

Corría el año 1982 cuando los aficionados al fútbol pudieron observar, por primera vez, **publicidad en las camisetas de los jugadores**. Fue el Real Madrid, y el anunciante Zanussi. En ese momento nadie creyó que esa idea era viable desde el punto de vista económico, siendo una táctica comercial poco entendida. Ahora nadie la pone en duda, y **las fronteras del negocio en el mundo del fútbol se han ampliado de forma considerable**; jugar partidos en otros países para atraer nuevos mercados, competiciones oficiales cuyas finales se disputan fuera de las fronteras del país, utilización de esta

...

SUSCRÍBETE > para una conversión completa a PDF |