

Jose Eshkenazi Smeke: Los estadios son el eje del nuevo desarrollo de las ciudades

El empresario Jose Eshkenazi Smeke comenta sobre las recientes inversiones en infraestructura de eventos deportivos en diversas ciudades

En los últimos años diversas ciudades en el mundo están desarrollando nuevas experiencias en los estadios o sedes deportivas. Ciudades como Los Ángeles, Madrid, Miami, San Francisco y recientemente Ciudad de México han realizado inversiones multifuncionales en la mejora de la experiencia de los eventos deportivos.

Al respecto el experto en marketing deportivo Jose Eshkenazi Smeke comentó que el mapa del mundo hacia el 2030 muestra la importancia de los eventos deportivos en el entretenimiento de las sociedades. Los eventos en vivo están transformando la estructura en que la sociedad se une a nivel local y global. Esto tiene impactos en la generación de ingresos por turismo y en la mejora de la calidad de vida de las ciudades. Por ejemplo, un destino de turismo de primer nivel en el mundo como Las Vegas ha enfocado sus inversiones en el motor del turismo que proporciona tener equipos de la NFL, la Fórmula Uno y próximamente un equipo de expansión de la NBA. La vinculación con ligas de esta dimensión en medio de sus principales centros de entretenimiento están impulsando su dimensión como uno de los principales destinos turísticos. El verano pasado Las Vegas fue sede del clásico español Barcelona vs Real Madrid con un estadio lleno de aficionados de diversas partes de México y de los Estados Unidos.

"El nuevo estadio del Real Madrid será un impulso multieventos a una de las ciudades con mayor afluencia turística en el mundo. La capacidad de reconfigurarse con un piso retráctil permitirá una mayor integración de España con diversos deportes y al mismo tiempo un mejor retorno de inversión. La renovación que comienza el Estadio Azteca en la Ciudad de México es una oportunidad única de cara al Mundial 2026 de Norteamérica en una de las ciudades más grandes del planeta. Ante la globalización de las ligas deportivas y por ende la necesidad de crear mejores y mayores experiencias para los aficionados", señaló el ejecutivo Jose Eshkenazi Smeke.

Claramente un Mundial logra consolidar un momento en que la gran mayoría del planeta está atenta a un evento al mismo tiempo. Impulsando el consumo en diversas ciudades más allá de los países sede. La expansión de la NFL en Europa marca esa tendencia a globalizar las ligas y el SuperBowl año tras año aumenta su alcance en las diversas plataformas de redes sociales. En ese sentido la inversión en infraestructura de eventos deportivos cada vez encuentra caminos hacia su rentabilidad. El caso de la Fórmula Uno en la Ciudad de México es una evidencia al respecto, enfatizó el experto en marketing deportivo Jose Eshkenazi Smeke.

Finalmente el empresario señaló que los mercados emergentes deben de cambiar su visión hacia las ligas deportivas y encontrar mecanismos que les permitan integrarse a los grandes eventos deportivos.

Datos de contacto:

Antonio Lopez

7869093122

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Internacional Fútbol Básquet](#) [Sociedad Construcción y Materiales](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>