

Jose Eshkenazi Smeke: los cinco cambios en materia de deportes y turismo en 2023

El ejecutivo experto en marketing deportivo Jose Eshkenazi Smeke comparte su visión sobre la importancia del turismo asociado a eventos deportivos

Los recientes cambios en Las Vegas muestran las tendencias que vive la industria del turismo a nivel mundial. Al respecto, el experto en marketing deportivo Jose Eshkenazi Smeke señaló las cinco tendencias en este rubro para 2023.

"Las recientes inversiones en la ciudad de Las Vegas muestran los cambios en la industria del turismo que van más allá de los tradicionales. En 2023 Las Vegas se convierte en ciudad sede de la Formula Uno, se consolida como un destino de la NFL y se espera el anuncio del nuevo equipo de expansión de la NBA. Es por esto que la vinculación entre el sport marketing y el turismo cada vez comienza a ser más fuerte", señaló el experto en marketing deportivo Jose Eshkenazi Smeke.

"El turismo de eventos deportivos muestra la efectividad del marketing deportivo en fidelizar audiencia. La generación de fans en deportes de ligas permite posicionar no sólo productos de consumo sino experiencias de vida. Las Vegas demuestra que no sólo, espectáculos en vivo o conciertos pueden sostener el crecimiento del turismo de alto valor en las ciudades. Las recientes inversiones permiten establecer como destino premium deportivo a Las Vegas más allá de las convenciones", enfatizó Jose Eshkenazi Smeke.

En efecto las ciudades en el mundo están planteando su crecimiento en función del turismo que permite un incremental de desarrollo económico. La ciudad de Tokio en sus planes post Covid de desarrollo considera al turismo como una estrategia de crecimiento sostenible.

"Los grandes eventos deportivos han mostrado notable éxito. Un ejemplo es la Formula Uno de la Ciudad de México. El evento ha permitido una notable derrama económica y han consolidado a la cdmx como una ciudad con la capacidad de desarrollar eventos de experiencias premium. Hoy la ciudad de México es considerada como la tercer mejor ciudad en el mundo para Expat, por debajo de Valencia y de Dubai", comentó el ejecutivo.

Finalmente el ejecutivo compartió las cinco tendencias a considerar para este 2023 en el rubro de marketing deportivo y turismo:

Modernización de estadios. Madrid está renovando su infraestructura de estadios y la ciudad de México empieza un proceso equivalente.

Promoción internacional de los equipos de diferentes ramas de las ciudades. El Real Madrid y el Barcelona son excelentes referencias al respecto.

Derechos deportivos. Las diferentes ligas deben de tener estrategias de distribución de contenidos mas eficientes.

Merchandising y uniformes. La selección de fútbol de Japón ha sido muy eficiente en esta materia. Las colaboraciones que Adidas ha desarrollado han permitido que sus uniformes se consideren piezas del urban style de primer nivel.

Giras internacionales. Al igual que distintos cantantes, los deportistas en individual y en colectivo requieren de estas estrategias, Los últimos expertos de tenis con Rafael Nadal muestran esta efectividad.

Datos de contacto:

Antonio Lopez

7869093122

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

Categorías: [Viaje](#) [Marketing](#) [Entretenimiento](#) [Turismo](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>