

# Jose Eshkenazi: Las Olimpiadas deberían realizarse cada dos años y entrega medallas al cuarto lugar.

*Si se realizan ajustes, las olimpiadas son el gran evento que puede reactivar los mercados publicitarios .*

CONDESA, CUAHTEMOC, MEXICO, July 30, 2021 /EINPresswire.com/ -- Las olimpiadas son uno de los máximos eventos deportivos en el planeta. Tiene la particularidad que impulsa deportes que habitualmente no tienen amplia difusión. Así mismo es un evento que transforma ciudades a diferencia de un mundial y que fomenta diferentes categorías deportivas. En síntesis, es un evento incluyente por excelencia. Afirmando el Directivo de Soccer Media Solutions Jose Eshkenazi.



Jose Eshkenazi Experto en marketing deportivo

Sin embargo, parecería que es un evento que se actualice profundamente a pesar de que cada vez observamos avances tecnológicos en su producción. Por ejemplo, se podría pensar que el ciclo olímpico es demasiado largo para la vida “activa” de los atletas, expreso.

“

Las olimpiadas son uno de los máximos eventos deportivos en el planeta. Tiene la particularidad que impulsa deportes que habitualmente no tienen amplia difusión.”

*Jose Eshkenazi Smeke*

El directivo [Jose Eshkenazi](#) Smeke estableció que: "Adicionalmente, las instituciones a cargo del ciclo olímpico en cada país son evaluadas en función de las medallas y por ende no tienen incentivos a apoyar deportes donde es complicado tener esos resultados. Las medallas olímpicas es el máximo reconocimiento público a un atleta en este evento. Hacer reconocimientos públicos a los atletas apoya a su desarrollo y les permite tener más exposición en

medios y en las redes sociales. Por ejemplo, hace unos días el National Bureau Of Economic

Research publicó un estudio realizado por el Premio Nobel James J Heckman experto en temas de economía laboral y de la economista Collen P. Loughlin experta en Organización Industrial que muestra “que los cambios recientes con la reciente decisión de la Corte Suprema NCAA vs Alston (junio de 2021) ha aumentado el interés en los beneficios y costos de la participación en deportes para los estudiantes atletas... En promedio, los estudiantes atletas se benefician, a menudo sustancialmente, en términos de graduación, empleo post-universitario e ingresos. Los beneficios en términos de movilidad social para los estudiantes desfavorecidos y pertenecientes a minorías son sustanciales, al contrario de las anécdotas en juego en los medios de comunicación y en los tribunales.” En parte estos efectos se logran por la plataforma que es NCAA para los estudiantes norteamericanos. Quizá las olimpiadas representan el “NCAA” del resto del planeta. Hoy las redes sociales son el punto de cambio para estos atletas Rayssa Leal, niña brasileña de 13 años de edad, ganadora de la medalla de plata en Tokio 2020 pasó a tener 5.7 millones de suscriptores en Instagram y esta llamada a ser una de las grandes figuras de empoderamiento femenino en la niñez. Su video con un vestido tipo princesa de Disney de hace unos años es compartido a nivel mundial.

No dudo que próximamente sea una de las embajadoras de marcas deportivas más importantes en el planeta. La venta de patinetas en los últimos meses en EUA ha crecido notablemente."

Jose Eshkenazi, señalo: "Claro que hacer las Olimpiadas requiere de más apoyo a los países organizadores. Bien podría establecerse que fueran cada dos años, pero en el mismo lugar. A fin



Jose Eshkenazi Experto en marketing deportivo



Jose Eshkenazi Experto publicidad virtual

de poder amortizar en al menos en dos eventos consecutivos las inversiones realizadas. Por ejemplo, el costo total inicial de las Olimpiadas de Tokio fue de aprox 12,600 mdd (incluyendo costos por el retraso el presupuesto original terminó en 15,400 millones de dólares) y sus ingresos de patrocinadores son del orden de 6,700 millones de dólares. De ahí que si suponemos que estos ingresos de patrocinadores se dupliquen serían del orden de 13,400 mdd. Evidentemente los gastos operativos tendrían que ser resueltos con los ingresos por entradas. Esta suma básica muestra una mejora en rentabilidad notable. Ciertamente desarrollar un modelo sustentable de juegos olímpicos podría ser un impulso para apoyar la modernidad de muchas ciudades en el planeta con efectos positivos en la calidad de vida de las ciudades y en su desarrollo económico."

Finalmente, Jose Eshkenazi comentó que para aumentar el impacto comercial en más países, entregar 4 medallas y hacer público los diplomas que actualmente se entregan a los 8 finalistas en el medallero haría que los atletas tengan un mayor éxito en redes sociales, el efecto "Oscar Academy Nominee". En social media hay más tiempo que en la televisión. Ya es momento para transmitir el "detrás de cámaras". En el caso de México la gran mayoría de nuestros atletas los juegos olímpicos son un sacrificio de vida. Con cambios en esta dirección quizá su historia podría ser diferente y se tendría un modelo de juegos olímpicos que no solo dependiera de las aportaciones gubernamentales sino financieramente más sustentable.

Jose Eshkenazi es Director de Soccer Media Solutions y experto en Marketing Deportivo.

Antonio Lopez  
Hey Content Agency  
[email us here](#)

---

This press release can be viewed online at: <https://www.einpresswire.com/article/547578971>

EIN Presswire's priority is source transparency. We do not allow opaque clients, and our editors try to be careful about weeding out false and misleading content. As a user, if you see something we have missed, please do bring it to our attention. Your help is welcome. EIN Presswire, Everyone's Internet News Presswire™, tries to define some of the boundaries that are reasonable in today's world. Please see our Editorial Guidelines for more information.

© 1995-2021 IPD Group, Inc. All Right Reserved.