

El Experto en Marketing Deportivo Jose Eshkenazi Smeke Estima Para Cuándo los Deportes Volverán a la Normalidad

El publicista Jose Eshkenazi Smeke, Director de Soccer Media Solutions, estima cuándo los deportes volverán a la normalidad

MEXICO CITY, MEXICO, December 29, 2020

/EINPresswire.com/ -- La pandemia de Covid-19 ha interrumpido los deportes en todo el mundo, pero todos los involucrados en los deportes han hecho ajustes para recuperar un poco de normalidad. Los equipos deportivos y las ligas se han adaptado a la situación, al igual que los especialistas en mercadeo deportivo. A la luz de los cambios que se han realizado y la promesa de las vacunas, el experto en mercadeo deportivo [Jose Eshkenazi Smeke](#), [Director de Soccer Media Solutions](#), tiene una estimación de cuándo los deportes volverán a la normalidad.

En todo el mundo, los equipos deportivos y las ligas han realizado ajustes para permitir que las competiciones se reanuden de la forma más segura posible. Alemania fue uno de los primeros en el mundo en reanudar su liga de fútbol más alta, y muchos otros países siguieron su ejemplo. En los Estados Unidos, la Asociación Nacional de Baloncesto fue un ejemplo temprano de una burbuja exitosa en la que el personal involucrado en los juegos de la liga se aisló del resto del mundo. Otros países que han reanudado el deporte profesional desde el brote inicial son España, Inglaterra, México y muchos otros.

Las estrategias que han empleado las ligas para operar de manera responsable y razonablemente segura son múltiples. A pesar de la millonada de recursos que se han perdido. Como se mencionó, las burbujas como las de la NBA son comunes porque el personal enfrenta un riesgo limitado dentro de un grupo estrictamente controlado. Otras tácticas han incluido pruebas diarias de jugadores, entrenadores, árbitros y personal de producción, la realización de apariciones en los medios virtualmente cuando es posible y pruebas exhaustivas de todos los involucrados. Las ligas y los equipos realizan pruebas al menos varias veces a la semana, y



muchos realizan pruebas COVID-19 diarias.

Los equipos también juegan en estadios con una capacidad reducida de aficionados o solo con el personal esencial, dependiendo de dónde se encuentren. El personal esencial generalmente incluye jugadores, entrenadores, personal médico y árbitros, y con frecuencia también se permite que algunos miembros del personal de producción asistan a un juego para que se pueda transmitir. Cuando los aficionados están en los estadios, normalmente están separados al menos un poco. Quién

puede asistir a un evento generalmente lo determina la autoridad gobernante en la que se lleva a cabo la competencia, en lugar de la liga deportiva que la organiza.



Los especialistas en mercadeo deportivo también han tenido que cambiar sus estrategias, y no solo para mantener seguros a los empleados. También han realizado ajustes sustanciales a la luz de los cambios en el gasto de mercadeo y el comportamiento del consumidor que ha provocado la pandemia.

El cambio más importante que han realizado los especialistas en mercadeo deportivo es un giro adicional de los canales publicitarios tradicionales a los digitales. Si bien esta es una tendencia de varios años, se ha visto acelerada por el aumento del gasto en comercio electrónico durante la pandemia, según Jose Eshkenazi Smeke. Los canales de publicidad tradicionales han experimentado recortes del 10 al 20 por ciento en el gasto, mientras que los ingresos por publicidad digital se han mantenido estables año tras año. Lo digital generalmente crece cada año, pero mantenerse estable en este clima muestra fuerza dentro del espacio.

La transición hacia una mayor publicidad digital se ha centrado principalmente en las tácticas de mercadeo digital más efectivas y actuales. Jose Eshkenazi Smeke informa que estos son principalmente mercadeo en redes sociales, anuncios interactivos, chatbots, anuncios basados en inteligencia artificial y anuncios en streaming. Sin embargo, las vallas electrónicas en los estadios se han mantenido como el mejor medio para anunciar no intrusivo. Por supuesto, todas las empresas están buscando formas de hacer campañas memorables y cautivadoras que se vuelvan virales.

Si bien las ligas deportivas han demostrado que pueden competir en el clima actual con ajustes, las burbujas y los estadios vacíos están lejos de lo normal en el mundo del deporte. "Se ha perdido una millonada de recursos", destacó.

El Dr. Anthony Fauci ha proyectado que la vacunación de la población en general hasta un punto en el que la reunión en los estadios sea segura probablemente llevará hasta fines del verano. Sin embargo, el Dr. Fauci tiene su sede en los Estados Unidos y no todos los países seguirán el mismo camino que los EE. UU. (Y probablemente no todos los estados dentro de los EE. UU. Operarán al unísono).

Ser capaz de reanudar realmente los deportes con normalidad a fines de agosto es probablemente una línea de tiempo realista para muchos países desarrollados. Algunos países pueden intentar llenar los estadios para partidos y juegos antes, pero hacerlo no está exento de riesgos. Si los países, las ligas y los fanáticos quieren correr el riesgo de una reanudación más rápida hacia la normalidad será una decisión variada.

Sobre Jose Eshkenazi Smeke

Jose Eshkenazi Smeke es Director de Soccer Media Solutions, con la que ha estado desde 2014. Eshkenazi, un respetado publicista [experto en marketing deportivo](#) con sede en la Ciudad de México, México, ha hablado extensamente sobre temas de mercadeo deportivo durante la pandemia de COVID-19.

Jose Eshkenazi Smeke
Soccer Media Solutions
[email us here](#)

Visit us on social media:

[Facebook](#)

[Twitter](#)

This press release can be viewed online at: <https://www.einpresswire.com/article/533699954>

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.