

Jose Eshkenazi Smeke: Las ligas deportivas femeninas crecen y son gran oportunidad de inversión publicitaria.

En los últimos años las ligas deportivas femeninas han aumentado su penetración en diversos sectores de la sociedad.

CUAJIMALPA, MEXICO CITY, MEXICO,
December 14, 2021 /

EINPresswire.com/ -- En los últimos años las ligas deportivas femeninas han aumentado su penetración en diversos sectores de la sociedad. Experiencias positivas en Europa y América han comenzado a dar resultados. Al respecto el experto en marketing deportivo [Jose Eshkenazi Smeke](#).

A nivel global las Ligas de Deportes Femeninas han tenido un desempeño positivo, pero aún falta mucho por hacer destacó el ejecutivo de [Soccer Media Solutions](#) líder en el segmento de publicidad virtual Jose Eshkenazi Smeke.

El caso de EUA es muy notorio gracias a la creación de estructuras que favorecen la integración de mujeres al deporte para el resto del mundo como he dicho antes realizar las [olimpiadas](#) de verano cada dos años podría generar más alternativas para el crecimiento de las ligas deportivas femeninas para muestra los ratings que se han alcanzado tanto el futbol soccer femenino como en softball femenino enfatizó el empresario Jose Eshkenazi Smeke.

En efecto la final de la Women's College World Series tuvo un promedio de más de 1.8 millones de espectadores en ESPN, más que el Sunday Night Baseball también de ESPN (1.6 millones) y que el College World Series masculino (1.7 millones). La victoria del equipo de softball de EUA vs Australia en extra-innings para asegurarse un lugar en la final por la medalla de oro atrajo a 15.3 millones de espectadores como parte de la cobertura en horario estelar de NBC, una audiencia más grande que los 12.5 millones que vieron el último juego de las Finales de la NBA de este año



Jose Eshkenazi Publicidad en canchas de futbol

en la cadena ABC.

El caso de Alexa Moreno con Toyota es una prueba evidente de la ventana que abren las olimpiadas al marketing femenino y al generar más empatía de las mujeres hacia el seguimiento de los deportes femeninos. Señaló el ejecutivo.

En EUA el 42% de los aficionados al deporte colegial son mujeres. Además, es más probable que una fan femenina participe en las redes sociales, lo que brinda una gran vía para llegar a los fanáticos que tienen un poder de gasto económico de \$ 530 mil millones de dólares al año.

Efectivamente sigue existiendo la necesidad de seguir creando una oleada de apoyo al deporte femenino universitario y profesional, tanto dentro como fuera de los campos de

juego. Es necesario que todos nos unamos (propiedades, ligas, compañías de medios y marcas) para respaldar un mayor crecimiento, no solo en este momento, sino en el futuro previsible.

Señaló el empresario mexicano Jose Eshkenazi Smeke.

“

El caso de Alexa Moreno con Toyota es una prueba evidente de la ventana que abren las olimpiadas al marketing femenino”

Jose Eshkenazi Smeke



Jose Eshkenazi Soccer Media Solutions

Finalmente, el empresario considero: por supuesto que son una gran oportunidad de inversión. Nuestras deportistas tienen el potencial de ser grandes voceros de marcas y tienen una gran credibilidad en las audiencias de alto consumo.

Jose Eshkenazi Smeke es un empresario y filántropo directivo de Soccer Media Solutions la empresa enfocada en el sector de publicidad virtual.

Roberto Lopez
SenderoMoreno Inc
[email us here](#)



Jose Eshkenazi Publicidad en canchas de futbol

This press release can be viewed online at: <https://www.einpresswire.com/article/558380633>

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.