

Jose Eshkenazi Smeke: 2023 será el año de la consolidación de los eventos en vivo

El ejecutivo Jose Eshkenazi Smeke comenta su visión sobre el desempeño de los eventos en vivo durante 2023

2023 se consolida como el primer año que se supera el efecto de los cambios derivados de la pandemia. Es el año que va a mostrar en qué medida los cambios que surgieron recientemente se consolidan como algo permanente. Al respecto, el ejecutivo Jose Eshkenazi Smeke habla sobre este asunto. En este tema la naturaleza de los eventos en vivo provocó un efecto positivo en el interés de las audiencias. "Es notable el éxito de giras como las de Bad Bunny y otras durante el 2022. En 2023 se espera que los eventos en vivo se mantengan en el mayor interés del público tanto en los estadios o arenas como en sus retransmisiones", enfatizó el ejecutivo.

"A nivel internacional es notorio como la Liga Española, la Fórmula Uno y la NFL siguen atrayendo audiencias a nivel mundial. En eventos locales la Liga MX se consolida como el vehículo premium en México y en el mercado latino en los Estados Unidos. Ciertamente esta tendencia irá al alza en los siguientes años", comentó el empresario Jose Eshkenazi Smeke.

"Los ratings de esta temporada de la NFL han sido muy positivos. El marketing deportivo cada día se consolida como el vehículo por excelencia, en conjunto con los realities de competencia. Quizá el otro vehículo de gran desempeño es el streaming de música", comentó el especialista.

"En 2023 será el año de grandes cambios en el mercado publicitario y el de la consolidación de los eventos en vivo. La entrada de Disney y Netflix en el mercado publicitario será interesante de evaluar así como las nuevas regulaciones tanto en Google como en Facebook y en los nuevos servicios de publicidad de Microsoft", finalizó Jose Eshkenazi Smeke.

Datos de contacto:

Antonio Lopez
7869093122

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

Categorías: [Internacional Fútbol Marketing Sociedad](#)