PALCO23

COMPETICIONES

Endesa logra el ‘póker’ en baloncesto y dará nombre a la Liga Femenina

La compañía energética evita que Iberdrola gane terreno en el deporte femenino y amplía el actual contrato con la Federación Española de Baloncesto (FEB) para tomar el relevo de DIA. El ente recibe 3,5 millones de euros en donaciones por Universo Mujer.

Álvaro Carretero
9 oct 2019 - 05:00

El baloncesto femenino cambia de cara; o, más bien, de nombre. En apenas dos semanas, la Federación Española de Baloncesto (FEB) ha logrado encontrar un nuevo patrocinador que sustituya a DIA y dé nombre a la Liga Femenina. Y lo ha hecho mirando de puertas para adentro y ampliando la alianza con Endesa, según ha podido saber ***Palco23***. La compañía energética, que también da nombre a la ACB, se hará así con el patrocinio principal de las dos principales competiciones del baloncesto español. El contrato tiene una duración de tres temporadas prorrogables.

El torneo, que ya ha disputado sus dos primeras jornadas, incluso ya ha lucido publicidad de Endesa en las pistas. Además, los logos de la Liga Femenina se han cambiado esta temporada para adoptar el azul característico de la energética, tal y como hiciera la ACB en su día, e incluso la web oficial ya ha adoptado motivos en la

https://www.palco23.com/competiciones/endesa-logra-el-poquer-en-baloncesto-y-dara-nombre-a-la-liga-femenina

El presente contenido es propiedad exclusiva de Palco23 Ediciones, SL, sociedad editora de Palco23.com (www.palco23.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

misma tonalidad corporativa.

Aunque por ahora se desconocen más detalles del acuerdo, ambas entidades renovaron el año pasado su compromiso hasta 2021. Endesa, de hecho, ha lucido en el frontal de las camisetas de las Selecciones masculina y femenina durante los últimos años, siendo parte directa de los éxitos de ambas. La relación, que se inició en 2012, ha vivido algunos de los momentos más exitosos del baloncesto español, como el oro conquistado en el Mundial de China este año y la plata en el de Tenerife hace un año.

Endesa renovó el patrocinio con la FEB en 2018, y ha lucido en el frontal de las camisetas de la Selección estos años

Si bien la alianza entre la FEB y Endesa inicialmente se había centrado en los torneos internacionales de selecciones, la energética ya había mostrado su interés por hacerse con los *naming rights* de la Liga Femenina con anterioridad. La ambición se remonta a 2017, cuando la federación adjudicó el patrocinio principal de la competición a DIA.

Aunque se desconocen los términos económicos de este contrato, las cuentas de la FEB preveían unos ingresos de 3,5 millones de euros por dotaciones de empresas a través del Universo Mujer, y otros 4,9 millones de euros en patrocinios. La Liga Femenina, sin embargo, no cuenta con ningún patrocinador propio, a excepción de Endesa, que ha realizado un trasvase de la Selección a la competición de clubes. Entre los principales socios destacan Nike, proveedor técnico, Caixabank y Rtve como *media partner*.

Endesa culmina así de sus principales ambiciones dentro del baloncesto, que no pudo cumplir en 2017. Entonces DIA se interpuso en el póker de patrocinios que esperaba sellar Endesa. Esa misma temporada extendió su acuerdo como ***title sponsor*** de la ACB hasta 2020-2021, a razón de casi cinco millones de euros anuales. También alcanzó un acuerdo con la Euroliga y la Eurocup para ser patrocinador oficial de ambas competiciones hasta 2020-2021, al que se sumó meses más tarde otro con la NBA como socio regional en España.

Endesa trató de hacerse con las principales

https://www.palco23.com/competiciones/endesa-logra-el-poquer-en-baloncesto-y-dara-nombre-a-la-liga-femenina

El presente contenido es propiedad exclusiva de Palco23 Ediciones, SL, sociedad editora de Palco23.com (www.palco23.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

competiciones de baloncesto en 2017, de las que sólo falló la Liga Femenina

En esta ocasión, Endesa sí ha podido redondear la jugada de *tres más uno*, asegurándose los derechos de la Liga Femenina con celeridad. Al contar con un acuerdo previo con la federación española, se aseguraba que ninguna otra compañía energética pudiera tomar la delantera en las negociaciones, como ha sucedido en otras competiciones. Hoy su principal competidor trabaja con otras federaciones para posicionarse en el deporte femenino.

La federación, por su parte, también ha querido agilizar la búsqueda de un nuevo patrocinador principal y durante las dos últimas semanas ha dedicado todos los esfuerzos en evaluar las diferentes opciones que había sobre la mesa. Según ha podido saber este diario, Jorge Garbajosa, presidente de la FEB, se comprometió con los clubes a que en un plazo de quince días habría un nuevo patrocinador, algo que se ha cumplido.

Para esta temporada el organismo ha aprobado un presupuesto de 18,8 millones de euros, con unas ganancias de 90.000 euros. Durante la presentación de las últimas cuentas, Garbajosa apuntó a que “ha enderezado la salud financiera de la FEB en un tiempo récord” y ha logrado tejer nuevas alianzas comerciales con empresas como Ecovidrio, Loterías y Apuestas del Estado y Herbalife, algunos para la Selección y otros para competiciones como el 3x3.

La FEB ha aprobado un presupuesto de 18,8 millones para esta temporada, con un beneficio de 90.000 euros

Sin embargo, la federación no ha logrado percibir ingresos procedentes de la venta de los derechos audiovisuales de la Liga Femenina. “Nos gustaría que llegara un punto en que, en lugar de pagar nosotros, vendiéramos las retransmisiones”, reconocía a este diario Elisa Aguilar, exjugadora y actual responsable de las ligas de la FEB. Actualmente, sus partidos se pueden ver a través de LaLigaSports y Teledeporte.

Aun con todo, el baloncesto es el que más visibilidad ha tenido desde 1992 hasta mediados de agosto de 2019

https://www.palco23.com/competiciones/endesa-logra-el-poquer-en-baloncesto-y-dara-nombre-a-la-liga-femenina

El presente contenido es propiedad exclusiva de Palco23 Ediciones, SL, sociedad editora de Palco23.com (www.palco23.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

, según un estudio elaborado por Barlovento Comunicación a partir de datos de Kantar Media. Este es uno de los principales motivos por los que Endesa ha apostado por vincular su nombre al de la liga, además de posicionarse junto al deporte femenino, cuya creciente influencia ha comenzado a atraer una mayor inversión en materia de patrocinio y tratamiento del producto audiovisual.

Las federaciones son las que asumen el gasto de producción y comparten la señal con los canales de televisión, que no pagan por los derechos pero sí garantizan visibilidad. Esta situación, no obstante, ha provocado que la Liga Femenina incluso tuviera que buscar alternativas retransmitiendo algunos partidos en Twitter en abierto, únicamente con el objetivo de conquistar al telespectador.

> **El baloncesto femenino es el deporte que más visibilidad ha tenido en los últimos 17 años en las cadenas de televisión**

Aunque el fútbol femenino se ha situado como punta de lanza en España, el baloncesto femenino ha disfrutado de dos generaciones de referentes que han liderado la visibilidad de las mujeres en el deporte de élite. Actualmente hay 138.004 mujeres federadas que practican esta disciplina, un 16.7% más que el año anterior y ya representan el 35,8% del total. La FEB achaca este crecimiento a la influencia del Mundial celebrado en Tenerife y a los planes de desarrollo impulsados para fomentar el deporte base.

Clubes como el Unicaja o el Valencia Basket han lanzado durante los últimos años sus propios proyectos en el baloncesto femenino con el objetivo de llegar a la máxima categoría, mientras que otros como el Spar Citylift Unigirona, una vez superados los años más duros de la crisis, incluso han aumentado su presupuesto un 30% para intentar regresar a la élite europea. La competición goza de buena salud y quiere marcar un punto de inflexión con la llegada de Endesa, que siga la senda abierta hace dos años y que revitalice el negocio para que sea sostenible con ingresos propios.

El presente contenido es propiedad exclusiva de Palco23 Ediciones, SL, sociedad editora de Palco23.com (www.palco23.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.