COMPETICIONES

La ACB lanza un portal de 'ticketing' para los equipos de la Liga Endesa

G.G.R.
5 ene 2017 - 13:46

La ACB quiere impulsar los ingresos de los clubs por día de partido. La organización ha lanzado un portal *online* para agrupar las páginas web de los equipos de la Liga Endesa y ayudar así a la venta de entradas. Esta plataforma de *ticketing* ha empezado a funcionar este jueves.

Según han comentado fuentes de la ACB a *Palco23*, el objetivo es posicionar al máximo la página web en Google para que cualquier aficionado al baloncesto pueda llegar a comprar entradas por Internet. "Un equipo pequeño tiene poca fuerza en la Red, pero 17 conjuntos tienen más peso y se ayudan entre sí", han detallado desde la patronal.

De momento, además de redirigir a los portales de los propios equipos también se da información sobre el equipo y sobre el pabellón, incluido un mapa de la instalación. Una vez cumpla su principal propósito, "habría la posibilidad de abrir nuevas vías de promociones a partir del Club ACB", que se puso en marcha en diciembre de 2015 para fidelizar a los aficionados con regalos y ventajas de los patrocinadores.

Cabe recordar que la Asamblea de la competición de baloncesto aprobó a finales de 2016 un presupuesto de 30,1 millones de euros para la temporada 2016-2017, el más alto de la historia de la liga y que supone un incremento de 15% respecto al curso anterior. Este crecimiento se debe al aumento de los ingresos por televisión con Movistar, así como la firma de Sportium como nuevo patrocinador y el aumento de la presencia de CaixaBank en la Copa del Rey y la Supercopa.

Durante las 12 primeras jornadas de la temporada 2016-2017, un total de 608.338 espectadores acudieron a los pabellones de la Liga Endesa. La media de aficionados se situó en 6.337 personas por partido, una cifra ligeramente superior si se compara con los 6.242 espectadores de media de la pasada campaña y que consolidaría la senda ascendente de 2015-2016, cuyo registro fue el más alto de las últimas cinco temporadas.