

COMPETICIONES

La Champions luce músculo digital con récords de difusión en web, 'app' y redes sociales

La página oficial y la aplicación móvil de la Uefa Champions League generaron más de 134 millones de visitas, un aumento del 10%, durante la pasada temporada.

Palco23

13 jun 2017 - 12:02

Image not found or type unknown



La difusión de la Champions League no sólo se mide a través del televisor, sino también en los soportes digitales y, según la Uefa, el mayor torneo de fútbol a nivel de clubes ha cerrado la temporada con resultados récord. La página web y la aplicación móvil del torneo generaron más de 134 millones de visitas durante la temporada 2016-2017, lo que supuso un incremento del 10% respecto a la campaña anterior. La pasada edición también fijó un récord en descargas de la aplicación, duplicándose la cifra hasta los 10,5 millones.

PALCO23

Los momentos que provocaron un mayor tráfico de visitas fueron el sorteo de la fase de grupos, la remontada del FC Barcelona frente al Paris Saint-Germain en los octavos de final y la final de Cardiff el 3 de junio entre el Real Madrid y la Juventus, que atrajo a 2,7 millones de visitas el día de la jornada, aproximadamente 500.000 accesos más que durante la final de 2016.

La gran final también tuvo impacto en las redes sociales. En total, 98 millones de interacciones de 34 millones de personas en Facebook y otros 50 millones de interacciones de 14 millones de personas en Instagram, cuyo perfil alcanzó los 14,5 millones durante la última semana de la competición. En Twitter, hubo 9 millones de comentarios relativos a la final y 12 millones de menciones durante toda la temporada.