

COMPETICIONES

La Liga Femenina Endesa mejora un 17% sus audiencias con su apuesta digital

La competición gestionada por la FEB obtuvo una media de 50.217 espectadores en Teledeporte en 2019-2020, año en el que la asistencia superó las mil personas por partido.

Palco23

15 may 2020 - 17:55



La Liga Femenina Endesa bate sus previsiones en términos de seguimiento.

La competición de baloncesto cerró la temporada 2019-2020 con una mejora del 17% en términos de audiencia, con 50.217 espectadores de media en cada encuentro emitido por Teledeporte. La cuota de *share* mejoró en una décima interanual, hasta el 0,43%.

El crecimiento es muy similar al experimentado en las retransmisiones a través de Twitter, que se iniciaron en 2017-2018 y recibieron un impulso definitivo este curso con un encuentro por semana. Según la Federación Española de Baloncesto (FEB), el número de impresiones en la red social mejoraron un 15,75%, y las visualizaciones lo hicieron un 16%. “Un mayor consumo de la competición que se traduce en más de 5.000 horas de visualización acumuladas en directo de los partidos de Twitter respecto al curso anterior”, explica la organización.

En los pabellones también se ha producido una mejora, consolidando por segundo año consecutivo el millar de espectadores de media. En concreto, fueron 1.059 personas por encuentro, que la FEB considera que se podrían haber mejorado de poder concluir la fase regular, que da acceso a la Copa de la Reina y determina ascensos y descensos.

La Liga Femenina Endesa promedió 50.217 espectadores por encuentro emitido por Teledeporte

Hay dos partidos que destacan por encima de todos, en tanto que son los únicos en los que se superó la marca de 5.000 aficionados en las gradas: Valencia Basket-Spar CityLift Girona y el Lointek Gernika frente al Mann-Filter. Los partidos de Copa de la Reina, que se disputó en Salamanca, superaron las 3.000 gargantas por partido.

Jorge Garbajosa, presidente de la FEB, ha aprovechado la presentación de estos resultados para poner en valor que la Liga Femenina es “una competición que continúa creciendo y que, de la mano de Endesa como *title sponsor*, lo seguirá haciendo aún más durante los próximos años”. “Esta temporada 2019-2020 hemos sido testigos de la vuelta a España de alguna de nuestras mejores jugadoras, regresos que no sólo hacen que aumente el nivel de la competición, sino que también suponen un reclamo para los aficionados y su fidelización”, ha añadido.