

## JORNADA 21. LIGA ENDESA TEMPORADA 2013-2014



La jornada 21 de la Liga Endesa ha sido vista por un total de 407.900 espectadores a través de las emisiones realizadas por Teledeporte y FORTA.

En el partido de la Jornada disputado el domingo entre Valencia Basket y Laboral Kutxa, retransmitido por Teledeporte, se dieron cita 244.000 espectadores de media y un 1,7 % de share, superando en un 147 % el dato de audiencia media obtenido por el canal en el día y en un 55 % el dato de share.

En el minuto de mayor seguimiento mediático 368.200 espectadores estaban viendo el encuentro, lo que supuso un share del 2,5 %.

Durante la retransmisión 1.178.000 telespectadores contactaron con el encuentro durante al menos un minuto de la retransmisión.

| Descripción                                 | Audiencia Media | Share (%)   |
|---|-----------------|-------------|
| <b>Valencia Basket – Laboral Kutxa</b>      | <b>244.000</b>  | <b>1,7</b>  |
| <b>Teledeporte total día 02 / 03 / 2014</b> | <b>98.800</b>   | <b>1,1</b>  |
| <b>Incremento (%)</b>                       | <b>147 %</b>    | <b>55 %</b> |

**A lo largo del domingo 2 de marzo se emitieron el resto de los partidos de la Jornada a través de FORTA. El primero de ellos enfrento a Gipuzkoa Basket y La Bruja D'or y fue emitido por ETB1.**

| Descripción                            | Audiencia Media | Share (%)    |
|--|-----------------|--------------|
| <b>Gipuzkoa Basket – La Bruja D'or</b> | <b>20.800</b>   | <b>6,8</b>   |
| <b>ETB1 total día 02 / 03 / 2014</b>   | <b>13.600</b>   | <b>3,4</b>   |
| <b>Incremento (%)</b>                  | <b>53 %</b>     | <b>100 %</b> |

-En ETB1 el encuentro fue visto por una audiencia media de 20.800 espectadores y un 6,8 % de share, superando en un 53 % el dato de audiencia media obtenido por el canal en el día y en un 100 % el share. El partido fue visto a nivel nacional por 22.900 espectadores.



Otro de los partidos disputados esta jornada enfrentó a Baloncesto Fuenlabrada y CAI Zaragoza, fue emitido por Aragón TV.

| Descripción                           | Audiencia Media | Share (%) |
|---------------------------------------|-----------------|-----------|
| Baloncesto Fuenlabrada – CAI Zaragoza | 37.800          | 21,5      |
| Aragón TV total día 02 / 03 / 2014    | 27.700          | 10,4      |
| Incremento (%)                        | 36 %            | 107 %     |

-En Aragón TV el encuentro fue visto por una audiencia media de 37.800 espectadores y un 21,5 % de share, superando en un 36% el dato de audiencia media obtenido por el canal en el día y en un 107 % el share. A nivel nacional el partido fue visto por 38.000 espectadores.

El siguiente partido emitido por FORTA enfrentó a Unicaja y FC Barcelona y fue emitido por Esport3 y TVG2.

| Descripción                      | Audiencia Media | Share (%) |
|----------------------------------|-----------------|-----------|
| Unicaja – FC Barcelona           | 62.500          | 6,0       |
| Esport3 total día 02 / 03 / 2014 | 21.300          | 1,6       |
| Incremento (%)                   | 193 %           | 275 %     |

-En Esport3 el encuentro fue visto por una audiencia media de 62.500 espectadores y un 6,0 % de share, superando en un 193 % el dato de audiencia media obtenido por el canal en el día y en un 275 % el share.

-En TVG2 el encuentro fue visto por una audiencia media de 3.600 espectadores y un 0,8 % de share. El partido fue seguido a nivel nacional por 4.900 personas.

El último partido disputado en domingo enfrentó a Real Madrid e Iberostar Tenerife y se emitió por TVCan.



| Descripción                      | Audiencia Media | Share (%) |
|----------------------------------|-----------------|-----------|
| Real Madrid – Iberostar Tenerife | 35.600          | 10,3      |
| TVCan total día 02 / 03 / 2014   | 31.200          | 8,5       |
| Incremento (%)                   | 14 %            | 21 %      |

-En TVCan el encuentro fue visto por una audiencia media de 35.600 espectadores y un 10,3 % de share, superando en un 14 % el dato de audiencia media obtenido por el canal en el día y en un 21 % el share.