

## COMPETICIONES

# La ACB negocia el canon con el CSD tras disparar sus ingresos un 54%

Guillermo G. Recio  
22 jul 2016 - 19:53

La ACB se sentará finalmente a negociar el canon de entrada a la competición. Tras los fracasos de los equipos de LEB Oro para ascender por causas económicas y las amenazas del Gobierno de retirar por la fuerza el pago de entrada a la máxima competición del baloncesto español, la patronal ha empezado a negociar con la Federación Española de Baloncesto (FEB) y el Consejo Superior de Deportes (CSD).

El presidente de la ACB, Francisco Roca, ha explicado a la Asamblea este viernes que el objetivo es alcanzar un acuerdo sobre ascensos y descensos entre otras materias de interés común, a lo que los clubes lo han autorizado a continuar las conversaciones "en búsqueda de la estabilidad del baloncesto". Eso sí, no han trascendido qué tipo de acuerdo se estaría buscando ni a cuánto se rebajaría el importe a pagar.

La reunión también ha servido para acordar el reparto de los ingresos de la temporada 2015-2016, que se incrementaron un 54% gracias al nuevo acuerdo de televisión con Movistar+. De entre la facturación total, 10,5 millones de euros se repartirán entre los clubes "estructurado de modo que los ingresos por derechos televisivos se dividirán con una escala en función de la clasificación liguera, y los procedentes de la explotación comercial, eventos y otros conceptos de forma igualitaria".

El resultado es que el primer clasificado obtendrá un 6,4% y el último de la liga un 5,2%. Es decir, que el FC Barcelona ingresará 672.000 euros, mientras que el Gipuzkoa Basket recibirá 546.000 euros. Esto hace que la diferencia entre el que más cobrará y el que menos sea de 1,2 veces. Esta decisión solamente tendrá vigencia para esta campaña, ya que la Asamblea ha decidido posponer a próximas reuniones la decisión sobre el reparto económico de las siguientes temporadas.

Reestructuración del área de medios

Con motivo de la marcha del que hasta ahora era el director de comunicación de la ACB, Mario Hernando, la patronal de clubes ha nombrado a Pablo Malo de Molina para este cargo. El nuevo dircom proviene de la dirección de contenidos de acb.com y ha

trabajado en proyectos digitales, redes sociales y relación con los medios desde su incorporación en 2001.

También se ha ascendido a Xavier Vázquez como director de producción televisiva, y se ha fichado a Pedro Amezua como director de eventos de marketing. Este último se incorpora a la ACB "tras más de 17 años de experiencia en la organización de eventos, con un rol relevante en las tres Copas del Rey celebradas en Madrid, varias Final Four, el Eurobasket 2007, otros eventos deportivos como la Copa Davis", ha resaltado el comunicado de la entidad.