PALCO23

COMPETICIONES

La ACB reconquista al fan en la TV: 8,3 millones de espectadores en la temporada 2018-2019

La Liga Endesa y la Copa del Rey se anotan un alza del 24,9% en términos de audiencia en la tercera campaña desde que el baloncesto español dejó de emitirse en abierto. Todos los torneos crecen, pero la clave de la mejoría ha sido la final, con una subida de audiencia del 41%.

Patricia López
2 jul 2019 - 05:00



La ACB inicia la reconquista del fan tres temporadas después de su *apagón* en la televisión en abierto. El baloncesto español sedujo a 8.388.200 espectadores en directo durante la temporada 2018-2019, lo que supuso un alza del 24,49% respecto a la campaña anterior, según las cifras de Kantar Media a las que ha accedido *Palco23*. Son cifras que acumulan la audiencia de la Liga Regular, el *playoff* y la Copa del Rey, tres torneos domésticos que desde hace tres temporadas se emiten en exclusiva por Movistar+.

La decisión de la ACB de empezar a emitir sus encuentros en la plataformas de pago

https://www.palco23.com/competiciones/la-acb-reconquista-al-fan-en-la-tv-83-millones-de-espectadores-en-la-temporada-2018-2019

El presente contenido es propiedad exclusiva de Palco23 Ediciones, SL, sociedad editora de Palco23.com (www.palco23.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

generó críticas entre los aficionados, que veían esta decisión como un movimiento contraproducente para mejorar la visibilidad del baloncesto. Sin embargo, la revalorización de los derechos audiovisuales (en 2018 se firmó una renovación por ocho millones por temporada, patrocinio al margen) ha ayudado a mejorar los ingresos de los clubes.

Al factor económico se suma la apuesta de la patronal por garantizar una mejor producción televisiva, que ha dado un salto de calidad en los últimos años. Además, Movistar+ le ha dado un impulso adicional trasladando parte de las retransmisiones a #Vamos, de acceso gratuito para todos los abonados.

El incremento del seguimiento de la competición se debe, en gran medida, al alza de los datos de audiencia en el *play-off*, que congregó ante la pequeña pantalla casi la mitad de audiencia que toda la fase regular. La *offseason* la siguieron 2.117.100 aficionados, un 24,1% más respecto a 2017-2018, con una media de 124.535 espectadores por encuentro. La fase regular, en cambio, congregó ante el televisor a 15.599 personas.

Además, se volvió a registrar una gran diferencia entre los partidos disputados por el Real Madrid y el resto de encuentros. Sin ir más lejos, un encuentro entre el equipo blanco y el Divina Pastora Joventut promedió 235.000 espectadores, mientras que un Kirolbet Baskonia contra Barça Lassa registró una media de 72.000 personas.

Pero el verdadero repunte fue respecto a la campaña 2016-2017, con un incremento del 70,8%. ¿El motivo? Tras temporadas sin un *Clásico* en la final, Real Madrid y Barça Lassa volvieron a enfrentarse. La final de la campaña 2018-2019 aumentó un 41,4% respecto a la del año anterior, que midió al club blanco contra Kirolbet Baskonia, y dobló la audiencia de la final de 2016-2017, disputada entre el equipo *merengue* y Valencia Basket, que acabó con victoria para el conjunto ché.

En cambio, en esta temporada el Madrid y el Barça han congregado ante el televisor a 1.059.600 fans durante cuatro partidos, con una media de audiencia de 264.900 personas. El partido más visto fue el tercero, cuando 307.500 personas vieron desde sus casas que el club blaugrana forzó el cuarto partido.

Por competiciones, la más vista por el elevado número de partidos que se retransmitieron fue la Liga Endesa, con 6.890.600 espectadores

El presente contenido es propiedad exclusiva de Palco23 Ediciones, SL, sociedad editora de Palco23.com (www.palco23.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

, un 31,95% más que el año anterior y un 33,43% más que en la temporada 2016-2017, la primera en que se dejó de emitir baloncesto en abierto. El torneo que más éxito tuvo en relación al número de partidos que se jugaron fue la Copa del Rey, que mantuvo a 1.497.600 personas (+23,8%) frente al televisor pese a disputarse sólo siete encuentros.

El Clásico también fue el encuentro más visto del año, ya que la final de la Copa del Rey contó con una audiencia de 530.000 personas que en la prórroga se elevó a 799.000 aficionados. De hecho, los siete partidos más vistos de la temporada tienen como protagonistas al Madrid y el Barça, y el grado de adhesión al conjunto merengue es aún más pronunciado.

Las cifras de Kantar reflejan que la audiencia ha aumentado año a año en todas las competiciones organizadas por la ACB, y consolidan a la Liga Endesa como el torneo de baloncesto más visto en España. Los 6,89 millones de personas que siguieron este torneo (sin contar la Copa del Rey) superan los 4,58 millones de la Euroliga, los 2,32 millones de la NBA y los 2,22 millones de personas que vieron la Eurocup.

Eso sí, los torneos europeos (a excepción de la *Final Four*) se han emitido sobre todo entre semana, mientras que la mayoría de partidos de la NBA se disputan de madrugada en España. Además, la liga norteamericana se ha emitido especialmente en Movistar Deportes y #0, reservando #Vamos para algunos partidos de *play-offs*, mientras que la ACB emitía al menos un partido por jornada por este canal.

> **La ACB registró 6,8 millones de audiencia, por los 4,5 millones de la Euroliga y los 2,3 millones de la NBA**

De esta manera, el torneo español garantizaba que la toda la base de abonados de Movistar+ pudiera seguir al menos un encuentro de la Liga Endesa cada jornada sin necesidad de contratar el paquete específico de Movistar Deportes, que tiene un coste adicional. La final de los *play-offs* y la Copa del Rey también se emitió por #Vamos para favorecer el mayor alcance posible.

En los próximos años podría redefinirse el mapa audiovisual del baloncesto en España. El primer paso lo ha dado la Euroliga, que a partir de la próxima campaña pasará a emitirse en Dazn, mientas que la NBA finaliza contrato con Movistar+ en 2020. Eso sí, la relación entre Movistar+ y ACB se fortaleció el año pasado, cuando se prolongó el

El presente contenido es propiedad exclusiva de Palco23 Ediciones, SL, sociedad editora de Palco23.com (www.palco23.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

contrato hasta 2021. ¿Logrará la competición doméstica seguir ganando adeptos en la plataforma de pago durante la próxima campaña?

https://www.palco23.com/competiciones/la-acb-reconquista-al-fan-en-la-tv-83-millones-de-espectadores-en-la-temporada-2018-2019

El presente contenido es propiedad exclusiva de Palco23 Ediciones, SL, sociedad editora de Palco23.com (www.palco23.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.