

## COMPETICIONES

# La audiencia de la ACB en TV cae un 3% a la espera de renovar con Movistar+

La Liga Endesa consiguió seducir a 110.475 espectadores por jornada, con una audiencia acumulada de 3,7 millones de telespectadores. El Real Madrid se ha convertido en el principal atractivo al copar el 50% de la cuota de pantalla con sus partidos.



Guillermo G. Recio  
18 jun 2018 - 05:00

Image not found or type unknown



El dominio blanco en Europa tiene sus beneficios y sus inconvenientes para la ACB. La competición cerró la fase regular de la temporada 2017-2018 con una audiencia acumulada de 3,75 millones de espectadores en directo, lo que supone una caída del 3% respecto a la temporada anterior. Se trata de un descenso significativo, ya que en 2016-2017 la Liga Endesa contó con un participante menos, y está por ver cómo influirá en la renovación del contrato con Movistar+.

La liga de baloncesto consiguió seducir a 110.475 aficionados por jornada, en la que ha sido la segunda temporada de emisiones totalmente en cerrado a través de la plataforma de Telefónica, que tiene todos los partidos en exclusiva. Del promedio de fans por fin de semana, 68.007 personas siguieron únicamente el partido del Real Madrid

. Es decir, que el 55% del mercado audiovisual escoge la opción de ver al equipo blanco, según datos ofrecidos de Kantar Media para la ACB y recopilados por *Palco23*.

Desde la patronal indican que también “hay que tener en cuenta que todos los partidos en Multideporte (los que no van en Movistar Deportes 1 y 2 o en #0) no se miden en Kantar Media, por lo que no hay datos”. Además, “hay infinitas redifusiones de partidos que suman audiencia”, pero que no se recopilan en los informes y, con ellas, el descenso sólo sería del 1,63%.

## **La ACB sedujo a una media de 109.000 espectadores por televisión cada jornada, con el Real Madrid como la opción preferida**

El actual campeón de la Euroliga, que acumula un gran elenco de títulos en los últimos años, es el principal reclamo para los aficionados al baloncesto en España. Se trata de un tirón que Movistar+ ha querido rentabilizar, pese a que ello ha supuesto a un descenso de la audiencia. Mientras que en 2016-2017 el Real Madrid disputó 18 encuentros en el canal #0, un dial incluido en cualquier paquete de la plataforma y con más usuarios que el abono de Deportes, en 2017-2018 esa cifra se rebajó a 13 partidos.

La idea de la *telecos* ha sido intentar conducir a los fans de este deporte y del club blanco a los canales Movistar+ Deportes 1 y 2, de manera que estos usuarios tuvieran que darse de alta en el paquete extra; ahí también están incluidos la mayoría de encuentros de Euroliga y NBA. El fuerte tirón del Madrid entre los abonados de Movistar+ ha quedado reflejado en las jornadas que sus emisiones fueron en M+1 y M+2. Esos días, su partido congregó a más espectadores ante el televisor que el encuentro de principal canal de la plataforma, que también disfruta de contar con el horario más favorable.

Por ejemplo, el Unicaja – Baskonia contó con 24.800 televidentes en #0, mientras que el Real Madrid – Iberostar Tenerife consiguió 61.600 espectadores en M+1 en la séptima jornada. Lo mismo ocurrió en otras tantas ocasiones, como cuando el Baskonia se enfrentó al FC Barcelona Lassa contando con 37.400 personas en el principal dial de Movistar+ y el Morabanc Andorra - Real Madrid sedujo a 54.000 fans en M+1 en la decimonovena jornada.

El encuentro que más audiencia registró fue, como cada año, *El Clásico*. En esta

temporada, el Real Madrid – FC Barcelona Lassa de la primera vuelta obtuvo 272.500 espectadores, unos 50.000 fans más que el mejor choque entre azulgranas y blancos de la temporada pasada. Por otro lado, los encuentros que menos audiencia registraron en #0 fueron tres partidos de Movistar Estudiantes: contra Baskonia, Valencia Basket y Unicaja.

Aunque no consta en los informes de Kantar, la final de la Copa del Rey fue el partido de baloncesto más visto de la historia de Movistar+ e incluso superó a la final de la Euroliga en la cadena. Según Movistar+, más de 2,4 millones de clientes accedieron a alguna emisión del torneo, lo que supone que uno de cada cuatro clientes de la plataforma vieron algún partido de esta competición. “Este dato global crece un 13% en relación con la edición del año pasado”, señala la *telecos*.

Movistar+ también ha remarcado en varias ocasiones durante la temporada que, según sus datos de medición interna, hay un consumo creciente en seguimiento de Liga Endesa, NBA y Euroliga. Aunque los fans del baloncesto no se pueden comparar con otros deportes, otro de las disciplinas que la plataforma tiene en exclusiva es la Fórmula 1, donde el GP de España consiguió medio millón de espectadores, algo más que la final de la Copa del Rey de baloncesto, el partido más seguido del año.

Estos datos son significativos en un momento en el que la ACB negocia con la *telecos* la renovación de su contrato, que incluye alrededor de ocho millones por los derechos de televisión y otros ocho millones por patrocinio. Esas cifras son las que han hecho elevar la facturación de la competición en los últimos años y, por ende, la de los clubes, que han recortado sus números rojos en los últimos años.