

MEDIA

El deporte pierde 'share' en España: el parón lastra las audiencias en un año récord en TV

El fútbol, el ciclismo y el tenis han registrado en 2020 unas audiencias menores en comparación con el año anterior a causa de haberse reubicado.

M. L-E.
30 dic 2020 - 19:32



Las audiencias del deporte, afectadas por la pandemia en un récord para la televisión en España. El cambio de calendario deportivo a causa de la pandemia ha incidido negativamente en el rendimiento general de las competiciones y de los canales deportivos en el país

Según se desprende del balance de audiencias del año 2020 realizado por *Geca* con los datos de *Kantar*, Teledeporte cierra 2020 con un 0,5% de cuota, el peor dato desde 2008. En marzo, mayo y junio, la cadena deportiva igualó los peores datos mensuales de la década promediando un 0,3% de cuota.

Por otro lado, la cuota de pantalla de #Vamos desciende hasta el 0,12%, cifra que

supone medio punto menos que en 2019, cuando obtuvo un 0,17%. Por su parte, Eurosport baja del listón del 0,10% de cuota por primera vez desde 2015, promediando en esta ocasión un 0,09%. En concreto, resta 0,02 puntos respecto al dato de 2019 (0,11%).

En cuanto a las competiciones, la Champions League mejora su rendimiento tras su vuelta en agosto, registrando un 6,1% de cuota en la fase final de la competición. LaLiga, por su parte, empeora su eficacia en junio, pasando de un 3,5% de cuota antes de la pandemia a un 2,7% en la reanudación de la competición.

Movistar Liga de Campeones desciende dos centésimas en 2020, con un 0,13% de *share*, respecto a 2019, cuando registró un 0,15%. El dato de agosto, con 0,44% de cuota de pantalla, que marca el techo histórico de la cadena con la resolución exprés de la competición, ha amortiguado el resultado de la cadena en el año.

Movistar LaLiga, con un 0,39% del *share*, renueva su liderazgo en el pago, aunque el canal se ha visto perjudicado por el parón de las competiciones

Movistar LaLiga, con un 0,39% del *share*, renueva su liderazgo en el pago, aunque se ha visto perjudicado por el parón de las competiciones. Por segundo año, se sitúa al frente de las cadenas de pago, pero la reducción del *share* ha sido de 2,2 décimas.

Pese a la caída, el fútbol ocupa las 25 emisiones más vistas en los canales de pago. El partido entre el Real Madrid y el FC Barcelona, disputado el 1 de marzo, fue la emisión más vista del año en el pago, con 2,6 millones de espectadores. El partido entre el FC Barcelona y el Real Madrid disputado el 25 de octubre fue el programa más visto desde el primer estado de alarma, con 1,5 millones de espectadores, cifra que supone un 11,6% del *share* de ese día.

Asimismo, el Tour de Francia también ha pagado el golpe del Covid-19, en La 1 bajó de un 11,8% del *share* en 2019 a un 11%; en Teledporte pasó del 2,7% al 3,4% y en Eurosport, de un 0,5% a un 0,4%. La Vuelta a España, por su parte, en Teledporte pasó del 3,2% en 2019 a un 2,5% en 2020, mientras que en La 1 pasó del 13,4% en 2019 a un 11,1%.

El tenis también se vio perjudicado. El Roland Garros, que se emitió en abierto en Dmax, pasó de un 8,9% de *share* con tres partidos en 2019 a un 6,3% en 2020,

mientras que, en el US Open, emitido en Eurosport, pasó de un 0,5% de cuota a un 0,16%. Sin embargo, el deporte ocupa las primeras posiciones del ranking de los programas más vistos en las cadenas Temáticas de TDT en 2020 con Roland Garros, el Tour de Francia y LaLiga.

El deporte ocupa las primeras posiciones del ranking de los programas más vistos en las cadenas Temáticas de TDT

En las cadenas gratuitas, el deporte aún permanece en los primeros puestos del ranking. Sin embargo, si en 2019 la tabla estaba encabezada por la Copa del Rey y la clasificación de la Eurocopa, este año el techo lo marca la Uefa Nations League, con 3,6 millones de espectadores y un 23,3% del *share* en el día del partido, siendo una de las pocas competiciones todavía con derechos de emisión en abierto.

La entrada en vigor del Estado de Alarma en España el 14 de marzo, las distintas medidas de confinamiento, la restricción de movimientos y el interés informativo por parte de la población han incidido en el consumo de televisión tradicional que, tras marcar una tendencia descendente en los años anteriores, ha remontado en esta ocasión hasta situarse en los 233 minutos de media por español, dieciocho minutos más que en 2019.

Abril, con 294 minutos de media de consumo de televisión de media por individuo fue el mes en el que más se ha consumido televisión desde que se disponen datos de audiencia. El domingo 15 de marzo se posiciona como el día de mayor consumo de la historia tanto en minutos (335 minutos de media por espectador) como en audiencia media, 10,5 millones de espectadores.