

El deporte recupera 'share' en España: LaLiga y Roland Garros aúpan las audiencias

El fútbol, y el tenis han copado el primer semestre del año las mayores audiencias en España, con un *share* del 14,7%.

Palco23
1 jul 2021 - 13:45



Las audiencias del deporte se reavivan tras la pandemia en los televisores españoles. La vuelta a la competición, sobre todo de LaLiga, ha incidido de forma positiva en los canales deportivos del país, que han visto como aumentaban su *share* en la temporada 2020-2021 en comparación con el año anterior.

Según se desprende del balance de audiencias de la temporada 2020-2021 realizado por *Geca* con los datos de *Kantar*, Movistar LaLiga es el líder de la televisión de pago con un 0,51% de cuota, creciendo un 18% respecto a la temporada anterior.

La prórroga del partido de la Euro 2020 entre España y Croacia, emitida por Telecinco y disputada hace apenas tres días, fue la emisión más vista de la temporada con 8,304 millones de personas delante del televisor

, lo que equivale al 63,2% de *share*.

La Liga de Campeones también recupera audiencia tras su vuelta a escena a principios de septiembre, llegando al 0,16% de cuota de pantalla, lo que supone un aumento interanual del 0,05%.

El deporte copa las primeras posiciones del ránking de los programas más vistos en las cadenas de TDT

Por su parte, las emisiones deportivas copan el mayor porcentaje de los programas más vistos de los canales TDT, con la final de la edición de 2020 de Roland Garros entre Rafael Nadal y Novak Djokovic, emitido por Dmax, como programa más visto, con cerca de dos 1,900 millones de personas delante del televisor. Le sigue una gran cantidad de partidos de LaLiga emitidos por la cadena GOL, que ofrece un partido por semana la noche de los viernes o los lunes.

La desaparición del estado de alarma en España el 11 de mayo, la reapertura de los bares y restaurantes junto con el ocio nocturno y la libertad de movimientos han provocado que consumo de televisión tradicional descienda en 11 minutos por persona respecto al año anterior, con una media de 225 minutos.

El grupo de edad que más televisión consume pertenece a los mayores de 65 años, la única franja de edad que no ha variado su consumo televisivo respecto al año anterior, con una media de 382 minutos al día.