

COMPETICIONES

La Liga forzará a las 'telecos' a vender más barato el fútbol

Marc Menchén

13 nov 2015 - 20:50

Los usuarios ya no estarán obligados a contratar un servicio *full equip* para poder ver el fútbol en casa. Las bases para pujar por los derechos de televisión de La Liga para las próximas tres temporadas establecen que los adjudicatarios de las retransmisiones en plataformas de pago deberán ofrecer alternativas a los usuarios para que no se vean obligados a contratar previamente servicios convergentes, que acostumbran a exigir la compra previa de línea de móvil, ADSL y paquete básico de televisión para optar al fútbol español.

La patronal presidida por Javier Tebas ha decidido incluir en los pliegos que los adjudicatarios podrán comercializar los partidos de la forma que consideren oportuna, siempre que haya una distribución o explotación vía OTT o sistema similar del contenido de este lote, de forma que sus clientes puedan contratar los partidos sin vinculación a otros contenidos (paquetes de canales) o servicios tecnológicos (ofertas de servicios convergentes)". Es decir, que un usuario pueda registrarse en dicha plataforma y pueda adquirir el *paquete fútbol* y nada más, aunque su acceso a Internet se lo provea otra compañía diferente a la tenedora de los derechos.

En el borrador que evaluó la Comisión Nacional de los Mercados y de la Competencia (CNMC) sólo se establecía esta condición para el lote que incluye los ocho encuentros de Primera, pero ahora se ha ampliado la obligación al paquete que incluye *el Partidazo* de FC Barcelona o Real Madrid, por el que también podrán pujar Atresmedia y Mediaset, y a la Segunda División. Es decir, que cualquier persona podrá a partir de la próxima temporada acceder a todos el fútbol español por un precio muy inferior, ya que bastará con abonarse a los canales que ofrezcan los encuentros y tener contratado ADSL en el domicilio particular, algo que se da por descontado que ya existe en la mayoría de hogares.



Los usuarios podrán contratar los canales con La Liga sin pagar por servicios adicionales.

"La Liga ha elaborado los lotes de derechos audiovisuales con el objetivo de garantizar una comercialización óptima y beneficiosa para los consumidores que garantice a su vez la libre competencia aguas abajo", defiende la patronal, consciente de que una rebaja del precio para seguir la evolución de los clubes puede ser un cebo perfecto para empezar a fomentar el consumo de contenidos de pago en uno de los países con menor penetración de la televisión de pago en toda Europa y donde más piratería existe.

Se trata de una medida que a corto plazo podría resultar atractivo para Telefónica, Vodafone u Orange, ya que perderían el principal gancho para captar abonados a sus plataformas de televisión de pago si les obligan a vender este mismo producto de forma individual en una plataforma tipo Yomvi. Además, ahora no podrán pujar por más de dos lotes a no ser que un tercero quedara desierto. Por otro lado, el fomento del pago por visionado les podría acabar generando nuevos clientes que, ya acostumbrados a pagar, preferirían verlo en HD y sin el riesgo de sufrir cortes en la emisión.

Y es que ese es el principal riesgo al que se expone el tándem Mediapro-beIN Sports, que si bien sería el mejor posicionado para garantizar que todos los operadores acceden a los contenidos en las mismas condiciones, no es menos cierto que sus sistemas OTT para emitir la Champions League en Internet (Total Channel y beinsportsconnect.es) han sufrido varios problemas.

Sin embargo, cabe recordar que el grupo audiovisual, de la mano de la propia Liga, ya

ha creado un canal en Youtube para vender la Copa del Rey en el extranjero mediante el formato que ahora se obligará a fijar como alternativa en las retransmisiones de Primera y Segunda. Y un aliciente más: en el caso de quedarse este dúo los derechos, podrían sublicenciarlo a estos operadores sin autorización previa de La Liga.

Está por ver cómo reaccionan los operadores ante este nuevo escenario, aunque el actual ya impedía que hubiera un único dueño de las retransmisiones. La CNMC obliga a Telefónica a compartir parte de sus contenidos premium con la competencia tras la adquisición de Canal+, por lo que aunque se quedará *el Partidazo* o el lote con ocho partidos estaría obligado a ponerlo a disposición de sus rivales. Es lo que ha hecho este año, al tiempo que diferenciaba su oferta deportiva con otros productos como la NBA, la ACB, la Asobal, MotoGP y Fórmula 1, lo que le ha permitido evitar fuga de clientes pese a no tener la Champions League.

De hecho, en su argumentación del por qué del diseño de los pliegos, la patronal ya deja entrever que no quiere una situación como la de esta temporada, en la que Telefónica adquirió todos los derechos por 600 millones y luego los revendió. "En cumplimiento de la actual regulación de competencia, La Liga está interesada en garantizar que ningún operador adquiera tal preeminencia en la televisión de pago y otros mercados aguas abajo que le permita imponer sus condiciones tanto a sus competidores como a la propia La Liga", indican.