

ENTORNO

Tebas arranca su campaña electoral prometiéndole 3.000 millones por TV

M.M.A.

26 sep 2016 - 19:49

La campaña electoral a la presidencia de La Liga ya ha arrancado y, aunque todavía no se ha postulado nadie más que Javier Tebas, el aspirante a la reelección ha empezado a lanzar sus primeras promesas. A través de su cuenta de Twitter, el hasta ahora máximo dirigente de la patronal del fútbol español ha prometido que con él al frente se podrían conseguir cerca de 3.000 millones de euros por televisión al final del próximo ciclo audiovisual, que irá de 2020 a 2022.

Los contratos actualmente en vigor aseguran unos 1.600 millones de euros brutos, que Tebas confía en incrementar por encima de los 2.250 millones de euros en la temporada 2020-2021 y hasta los 3.000 millones en 2021-2022. A ello ayudaría tanto la tendencia alcista del mercado, debido a que el deporte ya es de los pocos contenidos que congrega a grandes audiencias, como a una mejora de la base de abonados y la lucha contra la piratería.

En una presentación colgada a cuenta gotas en su perfil, Tebas explica que su objetivo es "trabajar junto a los operadores para aumentar el número de suscriptores de pago a nuestro contenido. Las nuevas plataformas y las nuevas tecnologías al alcance del usuario serán clave en esta tarea", apunta. A día de hoy, la base de abonados a la televisión de pago supera los seis millones de usuarios en España, con beIN Sports como gran generador de demanda a través de todas las plataformas.

A nivel internacional, donde Mediapro se ha convertido en el agente colocador, indica que "debemos geolocalizar nuestro trabajo, analizar exhaustivamente y de forma continuada nuestra exposición". En este sentido, cabe recordar que no ha sido hasta hace unos meses que La Liga estrenó una cuenta oficial en inglés en distintas redes sociales, y que no ha sido hasta ahora, con el nuevo contrato audiovisual, que ha empezado a generar sus propios contenidos.

Más allá de la mejora de ingresos, uno de los argumentos con los que Tebas quiere revalidar la confianza de los clubes es la reducción de la brecha de ingresos por televisión. Según sus datos, la diferencia entre FC Barcelona y Real Madrid, que son los que más cobran, respecto al que menos percibe por este concepto, ha pasado de un múltiplo de trece en 2003 a siete veces en 2011 y sólo 3,5 veces a partir de 2016.

Otro de los puntos que ha querido ensalzar es que la temporada pasada fue la primera sin denuncias por impagos de jugadores y el encauzamiento de la deuda con la Agencia Tributaria. "Siguiendo el camino iniciado, en el año 2019 vamos a lograr la deuda cero", recuerda, en base a los distintos calendarios de pagos que varios equipos tienen con Hacienda para cancelar pasivos aplazados.