

## COMPETICIONES

# La Lnfs ultima su entrada en LaLigaTV para empezar a rentabilizar sus emisiones

La competición de fútbol sala ultima los detalles para que un partido por jornada se vea en la plataforma OTT LaLiga TV, como también hará la Asobal. El objetivo es ganar visibilidad para aumentar los ingresos comerciales.

M.Menchén  
6 sep 2018 - 04:58

La Lnfs ultima su entrada en LaLigaTV para monetizar por primera vez sus emisiones

“Sin ti no hay futsal” es el nuevo lema de la Lnfs, y sin visibilidad es muy difícil lograr notoriedad. De ahí que la liga profesional de fútbol sala esté negociando con LaLiga un acuerdo para que parte de sus retransmisiones se canalicen a través de LaLigaTV. Fuentes conocedoras de la negociación señalan que supondrá un paso histórico, pues se lograría por primera vez generar ingresos reales por televisión, según ha podido saber *Palco23*.

Fuentes de la competición recuerdan a este diario que toda la vida había tenido que pagar la producción de las retransmisiones para tener notoriedad, y que fue hace solo tres años cuando consiguieron que Teledporte asumiera estos gastos a cambio de no pagar por los derechos; lo mismo sucedía con Eurosport, con la que se ha acordado rescindir el acuerdo que les unía de forma anticipada.

“Ahora empezamos a poner en valor nuestros derechos; es fruto del trabajo de todos estos meses para crear un producto atractivo”, señala a este diario Javier Lozano, presidente de la Lnfs. Una situación, que, además, obligará a una negociación que hasta ahora no se ha producido, la de cómo se reparten estos ingresos por televisión, tal y como recuerdan desde uno de los equipos.

De llegar a buen puerto las negociaciones, la competición emitiría un encuentro en el canal temático de Rtvé, que tendría el derecho a elegir en primera ronda. Después sería el turno de LaLigaTV, que mantendría la estética de pista azul y con la que se negocian distintas cuestiones, incluida la franja horaria en la que colocar su partido. Apartir de ahí, llegaría el turno de las cadenas autonómicas y locales que desde hace años emiten algunos encuentros.

## La Lnfs, que ha rescindido el acuerdo con Eurosport, deberá diseñar su propio sistema de reparto de ingresos por televisión

Para la entidad presidida por Javier Tebas sería un paso importante que la Lnfs se sume a su propuesta de crear una OTT del deporte español, pues hace unas semanas ya firmó a la Asobal, que venía de cobrar 700.000 euros anuales con Telefónica. En la plataforma también se emitirán distintos campeonatos de España y está la posibilidad de suscribirse al canal de LaLiga 1|2|3.

Lozano confía en que la mayor visibilidad que conseguirán abandonando la televisión de pago permitirá aumentar a medio plazo los ingresos comerciales. Este es uno de los grandes retos de la Lnfs, pues sus dos únicos patrocinadores principales son LaLiga4Sports y Kelme, que a la vez es el proveedor técnico. En un segundo nivel están Seur, RehabMedic, ECOVIDRIO y, desde esta temporada, la tecnológica BeSoccer.

Para llegar a esta nueva fase de crecimiento, la Lnfs viene trabajando desde hace meses en crear un producto atractivo para las marcas. La iniciativa más importante ha sido la del reglamento de pabellones, con la que Lozano recordó que se ha logrado una inversión pública de casi 25 millones de euros. “Hemos conseguido que las instituciones inviertan”, enfatizó, sobre la confianza que nuevamente la Administración deposita en este deporte.

La mejora de los ingresos centralizados, como serían la televisión y los patrocinios del torneo, es importante para reducir la dependencia de las subvenciones y atraer capital privado. Los clubes hoy trabajan con presupuestos que oscilan entre 400.000 euros y seis millones de euros, de los que sólo 15.000 euros proceden del reparto de beneficios de la Lnfs.

Eso sí, como apuntó ayer Lozano, “hace unos años los clubes que deshacían como un azucarillo, y en un 90% se dependía de la financiación pública; ahora, sólo supone el

---

# PALCO23

---

20% y el resto son recursos privados”. Y una última arenga a sus afiliados: “Estáis creando estructuras fuertes, porque ese es el único camino. Tenemos que seguir siendo ambiciosos”. Y en *petit comité* y mirando a largo plazo, una idea: “Estar al mismo nivel de la ACB”.