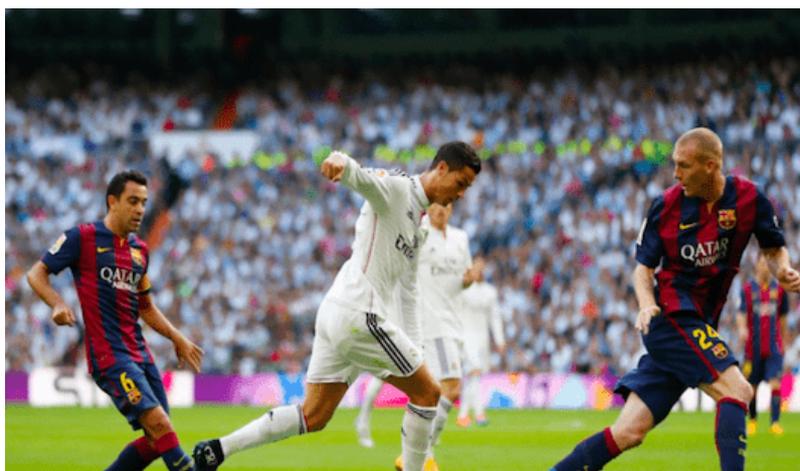


## Competencia ve trato de favor a Telefónica y Mediapro en la venta de TV de La Liga

Marc Menchén  
8 jul 2015 - 11:15

Prisas, incertidumbres, lagunas... La Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) ha publicado hoy un informe no vinculante sobre el diseño del proceso de venta centralizada de los derechos de televisión de La Liga, en el que se carga duramente contra la patronal de clubes por su falta de concreción en algunos aspectos y "un margen de discrecionalidad excesivo" en la adjudicación de los lotes. En este punto, advierte al resto de licitantes de un posible trato preferencial hacia Telefónica y Mediapro.

"La novedad del sistema y el reconocimiento público por parte de LNFP de que en estos momentos está manteniendo conversaciones con Mediapro y Telefónica sitúan, a juicio de esta CNMC, en una situación de ventaja competitiva a los actuales incumbentes respecto del resto de potenciales licenciatarios, lo que podría restringir la competencia", en tanto que dispondrían de más información que Ono o Vodafone, por ejemplo, advierte en un documento de 41 páginas.



La Liga tiene los derechos del Real Madrid, pero Telefónica aún retiene los del Barça.

Contrato transitorio de una temporada para evitar incertidumbres. En opinión de Competencia, una de las claves para evitar la posición de ventaja competitiva de Telefónica y Mediapro sería limitar la actual subasta a una sola temporada, la 2015-2016. El organismo regulador considera que las negociaciones para que ambas compañías liberen los acuerdos que efectivamente tenían firmados con los clubes de Primera y Segunda División "son susceptibles de distorsionar el procedimiento de licitación y adjudicación".

Por esta razón, en su propuesta remitida a La Liga, que no está obligada a adoptarla, proponen que se saque a concurso los derechos para España de un solo año, y que no se mezclen con los de las dos temporadas siguientes, cuando la patronal ya sería titular al 100% de todos los derechos audiovisuales y no estaría en la *semiobligación* de "acordar un sistema de explotación conjunto de los derechos audiovisuales que cada uno dispone".

En este sentido, también consideran que la separación del contrato de la próxima temporada con el de las venideras eliminaría " la incertidumbre sobre los clubes y derechos que estarán incluidos dentro de la venta centralizada". A día de hoy, sólo entran en el paquete 38 clubes, a la espera de saber si se alcanza o no un acuerdo con Telefónica, propietaria de los derechos de FC Barcelona, Real Sociedad, Celta de Vigo y RCD Espanyol.

En torno a estas dudas que surgen de la "indeterminación" de la propuesta de La Liga, la CNMC también añade un riesgo temporal. Mientras en otras grandes ligas europeas, como la Bundesliga, se da un margen de cuatro semanas para realizar ofertas, en el caso de España sólo se dará un un periodo de dos semanas, dada la necesidad de cerrar un acuerdo de que empiece el torneo.

"La negociación de los derechos de la temporada 2015-2016 tiene unas características jurídicas y económicas tan diferentes y particulares con respecto a las que rodearán la negociación de los derechos de emisión del Campeonato Nacional de Liga de fútbol para las temporadas 2016-2017 y siguientes que deberían negociarse al margen y en un momento temporal posterior", zanja el informe.

Adjudicación de la producción de los partidos. Las dos compañías no sólo estarían en una posición favorable a la hora de adquirir los diferentes lotes en los que se dividirán las retransmisiones de Primera y Segunda División, sino que también lo estarían a la hora de pujar por el contrato de producción de los partidos. La Liga sacará a subasta este contrato de forma diferenciada, pero Competencia ya advierte que a la práctica sería un concurso limitado a dos candidatos: "los dos principales operadores con capacidad de producción de partidos de fútbol en España son Mediapro y Telefónica, y que éstos a la vez son potenciales demandantes de los derechos audiovisuales".

Por ello, y al igual que reclama para el resto del proceso, la adjudicación debería realizarse bajo "los principios de publicidad, transparencia, no discriminación y respecto a las normas de competencia". Se trata de la gran aspiración de la CNMC, que, sin embargo, teme que La Liga pueda incumplir todos estos criterios a tenor del diseño de venta que propone, "dado el grado de discrecionalidad y opacidad" de los criterios de evaluación fijados.

Competencia critica que se desconocen el sistema que se utilizará "para puntuar a los operadores licitantes de cara a la valoración de las ofertas", sobre todo en el apartado técnico-cualitativo. El peso de este apartado es del 35%, mientras que la propuesta económica acaparará un 65% de la valoración.

Abre la puerta a la adjudicación masiva a Telefónica. El organismo regulador tampoco ve con buenos ojos que La Liga quiera impedir de entrada que un licitador pueda adjudicarse más de dos lotes reservados para las plataformas de televisión de pago, "salvo que respecto de alguno de ellos no existieran más ofertas". La CNMC rechaza que ese sea el espíritu del Real Decreto Ley que regula la venta centralizada, ya que "la norma no excluye que un mismo operador pueda adquirir más de dos lotes".

En este sentido, y consciente de que Telefónica es uno de los grupos que podría pujar fuerte para hacerse con el lote que garantiza un partido en exclusiva y el de los ocho partidos restantes de Primera División, la CNMC recuerda uno de los compromisos adquiridos por el grupo de telecomunicaciones al comprar Canal+. Este no es otro que el de compartir el 50% de su oferta *premium* con el resto de plataformas de pago existentes en España, aunque esta es una medida calificada de insuficiente por compañías como Orange o Vodafone, que han recurrido ante la Audiencia Nacional para exigir que deba compartir más contenidos y a precios más razonables.

Discrecionalidad e inseguridad jurídica al evaluar y modificar los lotes. Otra de las críticas de la CNMC al borrador que le remitió La Liga es nuevamente la "discrecionalidad" que se otorga la patronal a la hora de evaluar las ofertas económicas, en tanto que avisa a los licitadores que podrá "comercializar de forma no exclusiva todos o algunos de los Lotes de la modalidad de pago y, especialmente, el Canal Liga TV si las ofertas recibidas por su comercialización en exclusiva no cumplen los requisitos y expectativas" de la patronal. En este sentido, el informe recrimina que "no se han definido cuáles son las "expectativas" que la entidad considera óptimas para adjudicar un lote de estas características".

Sobre la posición de dominio que alcanzaría La Liga, Competencia también critica el "grado de inseguridad jurídica" que supone que la patronal se reserve "la facultad de autorizar cualquier licencia/cesión de los derechos adjudicados a terceros y podrá rescindir sin ninguna contrapartida el contrato comercial en caso de que un tercero adquiera una participación de control en un adjudicatario".