

## De Telefónica a beIN, pasando por Eurosport y el boxeo: un año récord para los derechos de televisión

A.Malla/M.Menchén  
28 dic 2015 - 05:00

La *grada virtual* cada vez es más importante en el negocio del deporte, con millones de usuarios dispuestos a pagar por seguir un evento deportivo desde la distancia, pero con cada vez mejores complementos que incluso pueden hacer más atractivo seguirlo desde el sofá que desde el pabellón. Muestra de este negocio en auge ha sido la renovación al alza de múltiples contratos de televisión durante 2015, con el gran interrogante de si realmente es rentable para los operadores pagar miles de millones.

Especialmente se han sembrado ciertas dudas en España, donde La Liga ha logrado en sólo dos temporadas que sus partidos pasen de valer unos 700 millones a casi 1.000 millones el próximo año. Tras vender a Telefónica todas las retransmisiones para este año, la patronal ha logrado que el tándem Mediapro-beIN Sports pague 633 millones anuales por sólo ocho partidos en segunda selección, mientras que el dueño de Movistar+ pagará 250 millones cada uno de los tres años de contrato por *El Partidazo*. Finalmente, la UTE Orange-Vodafone pagará 100 millones por campaña para explotar el negocio de los bares.



'El Clásico' es el gran atractivo para colocar los partidos de La Liga en España y el extranjero.

Pese al éxito del fútbol español, que ha adelantado un año la venta centralizada y en el extranjero ha logrado obtener 635 millones al año, sus números siguen muy lejos de la Premier League. El torneo británico ha logrado incentivar la rivalidad entre Sky y BT Sport, de British Telecom, que en conjunto pagarán 5.136 millones de libras (6.988 millones de euros) por el próximo ciclo de tres temporadas. Es decir, casi 2.330 millones anuales sólo por las retransmisiones en plataformas de pago en Reino Unido, a lo que hay que añadir los 92 millones por temporada que pagará la BBC por los resúmenes exclusivos y el negocio internacional, que rebasará ampliamente los 700 millones.

La Uefa, que ya ha puesto en marcha en la 2015-2016 los nuevos contratos de televisión, también ha dado un importante salto cualitativo, con un modelo en el que la organización centraliza la realización de toda la Champions League y la Europa League. Este sistema, que le permite un control absoluto sobre cómo se ven los torneos en todo el mundo, le ha permitido generar un negocio de 2.200 millones a partir de esta temporada, de los que buena parte corresponden a las retransmisiones.

La nueva subasta de derechos ha permitido la irrupción de beIN Sports en España como paso previo a hacerse con buena parte de La Liga. Otro contrato que ha supuesto un fuerte cambio en el panorama audiovisual es el adjudicado por el Comité Olímpico Internacional (COI) a Eurosport, que pagará 1.300 millones de euros por hacerse con la retransmisión de todas las citas entre 2018 y 2024 en toda Europa, a excepción de Reino Unido y Francia. La medida ha puesto en pie de guerra a las televisiones públicas, que deberán negociar los paquetes de emisión en abierto con el canal adquirido por Discovery.



El COI ha optado por grandes contratos en distintas regiones para incrementar sus ingresos por TV.

Dorna Sports no ha cerrado ningún nuevo contrato en los últimos meses, pero sí ha decidido renovar su acuerdo con IMG hasta 2020 para que le ayude a explorar nuevos mercados televisivos, reforzar alianzas existentes como la que mantiene con Telefónica en España y explorar nuevos canales de distribución, como puede ser Youtube, en aquellos mercados con más dificultades para colocar el motociclismo.

Precisamente el grupo español de telecomunicaciones ha sido uno de los grandes actores en el mercado español de derechos televisivos durante el último año, tras la adquisición de Canal+. La compañía presidida por César Alierta, que ha creado una base de 4 millones de abonados a la televisión de pago, ha apostado por conformar una oferta diferencial en deportes más allá del fútbol, para lo que ha firmado algunos acuerdos históricos para determinadas disciplinas.

Se trata de cuantías inferiores a las que manejan las grandes competiciones, pero que entendidas en cada uno de los deportes eran inimaginables hace un año. La Asobal percibirá 700.000 euros anuales cuando hasta ahora no percibía un solo euro e incluso debía asumir la producción de los partidos, mientras que la ACB se ha asegurado 12 millones para esta temporada, 15 millones para la siguiente y 19 millones para la última, entre patrocinio y retransmisiones.



El combate entre Mayweather y Pacquiao recaudó casi 450 millones de euros.

No se queda ahí la cosa, ya que Movistar+, que también posee en exclusiva la MotoGP y la Fórmula 1, dispondrá también de la Premier League en exclusiva a partir del próximo curso, después de imponerse a beIN Sports en una puja que se habría saldado con un precio superior a los 5 millones de euros anuales.

Pese a todas estas grandes competiciones, probablemente el gran momento de este año fue el que se acabó conociendo como *El combate del siglo*. La pelea entre Floyd Mayweather y Manny Pacquiao generó 485 millones de dólares (442 millones de euros) por derechos de televisión, de los cuales algo más de 350 millones se obtuvieron directamente en la taquilla de Estados Unidos. En España, el combate fue ofrecido tanto por Canal+ como TotalChannel, la plataforma de Mediapro que ya empezó a evidenciar sus problemas para soportar grandes cantidades de personas conectadas.