

La Liga quiere rebasar los 900 millones por TV en el exterior antes de 2020

M.Menchén
8 sep 2015 - 05:00

La Liga sabe que difícilmente podrá alcanzar los ingresos que obtiene la Premier League a nivel doméstico por sus derechos de televisión. Al fin y al cabo, España apenas supera los cinco millones de abonados a las plataformas de pago, una cifra que en Reino Unido se triplica y alcanza los quince millones de suscriptores. Sin embargo, a nivel internacional el campeonato inglés no parte con tanta ventaja y la patronal que preside Javier Tebas se ha propuesto el reto de igualarle en ingresos internacionales antes de 2020.

Eso supone que la Primera División deberá ser capaz de dar un fuerte impulso a su negocio exterior a partir de la temporada 2018-2019, campaña para la que deberán renegociarse muchos de los contratos que ha firmado La Liga fuera de España con la intermediación de Mediapro y que permitirá prácticamente alcanzar los 600 millones de euros anuales. Y es que la Premier League ingresó en la última campaña unos 640 millones de libras (875 millones de euros) por sus derechos internacionales y todo apunta a que podría quedarse muy cerca de los 1.000 millones de euros por ejercicio en el ciclo 2015-2018.

"El objetivo durante los próximos cuatro o cinco años es ingresar por la venta de derechos internacionales lo mismo que la Premier League y vamos por el buen camino. De hecho, en China, los ingresos que ha conseguido La Liga son mayores que los de la Premier League y en Estados Unidos nos hemos quedado muy cerca", aseguró ayer Tebas en SoccereX, la feria internacional de la industria del deporte que se celebra en Manchester (Reino Unido).



Javier Tebas, presidente de La Liga, participó ayer en la feria SoccereX junto al director de Marca, Óscar Campillo.

En el gigante asiático, la patronal se ha aliado con Suning y su participada PPTV para percibir unos 64 millones de euros al año, mientras que en el mercado norteamericano se ha optado por beIN Sports. El torneo inglés, en cambio, en China seguirá optando por múltiples canales de distribución, mientras que en EEUU ha prorrogado su alianza con NBC Universal hasta 2022, a cambio de asegurarse el cobro de unos 150 millones de euros anuales, según fuentes de la negociación citadas por *The New York Times*.

El reto de La Liga no es menor, aunque en beIN Sports ha encontrado un socio de referencia a nivel internacional para contrarrestar el tirón de la Premier League en Asia. El grupo catari de medios, que en España se ha aliado con Mediapro para retransmitir la Champions League, se ha hecho con los derechos de la Primera División en casi todo el Sudeste Asiático, Oceanía, Oriente Medio y el Norte de África. También emitirá los partidos a través de Digiturk, la plataforma de pago que ha adquirido recientemente en Turquía.

No obstante, el principal problema del campeonato español sigue siendo su falta de penetración en algunos mercados importantes, como por ejemplo Alemania. En este mercado, uno de los más grandes de Europa, La Liga ha vuelto a ser incapaz de convencer a Sky Deutschland para que programe sus partidos y ha acabado optando por la plataforma Laola1.tv. En los países escandinavos también ha resultado difícil encontrar un operador ante el escaso interés por el fútbol, motivo por el que ya se decidió dejar la comercialización para esta región a la agencia MP&Silva.

¿Y en el mercado doméstico?

Donde prácticamente resultará imposible que La Liga pueda competir con la Premier League es en la recaudación en sus respectivos mercados de origen, principalmente por la amplia brecha de abonados a la televisión de pago que existe entre ambos. Tebas aseguró ayer que con la licitación a tres temporadas que se iniciará a finales de este año podrían recaudarse unos 300 millones adicionales respecto a los 620 millones de euros para la 2015-2016, entre los 600 millones que ha pagado Telefónica y los algo más de 20 millones que habría desembolsado Televisión Española (TVE) por el partido en abierto y los resúmenes en exclusiva.

En total, unos 900 millones por campaña que no suponen ni la mitad respecto a los 1.712 millones de libras (2.328 millones de euros) que se han asegurado los clubes británicos para cada una de las temporadas del período 2016-2019. Eso, sin contar los 68 millones de libras (92 millones de euros) pagados por la BBC para adjudicarse los resúmenes en abierto.

En este sentido, un papel determinante para la mejora de los ingresos de La Liga en España deberá ser el desarrollo de la oferta de televisión de pago que están llevando a cabo Vodafone u Orange, pero principalmente Telefónica con la oferta combinada junto a la contratación del ADSL y la telefonía móvil y fija. También juega a favor la determinación de todos los actores implicados en la lucha contra la piratería, con el triunfo judicial conseguido sobre Rojadirecta hace unos meses.