

Telefónica asegura que el fútbol “aumentará la sostenibilidad de nuestro negocio”

El presidente del grupo, José María Álvarez-Pallete, considera que la compra de LaLiga Santander y la Uefa Champions League les da estabilidad para los próximos cuatro años en España, donde ya tiene 3,9 millones de suscriptores a la televisión de pago.

Palco23
26 jul 2018 - 09:34

Telefónica asegura que el fútbol “aumentará la sostenibilidad de nuestro negocio”

De un gran riesgo financiero, a una oportunidad para continuar creciendo en España. Después de unos meses en los que se ponía en duda el valor de los derechos del fútbol, Telefónica ha asegurado que la inversión histórica realizada durante el último mes era necesaria. “La reciente compra de los derechos del fútbol, tanto de LaLiga como la Champions League de la Uefa aumentará la visibilidad y la sostenibilidad de nuestro modelo de negocio en los próximos tres o cuatro años”, ha asegurado hoy José María Álvarez-Pallete, presidente del grupo.

Lo ha hecho durante la presentación de los resultados del primer semestre de 2018, en los que la multinacional española ha obtenido unos ingresos de 24.334 millones de euros, una caída interanual del 6,7%, si bien en términos orgánicos supondría un alza del 2%. El beneficio neto mejoró un 8,6%, hasta 1.739 millones de euros. En España, donde tiene una mayor incidencia su inversión en deporte, las ventas subieron un 0,6%, hasta 6.265 millones de euros.

Una parte esencial de su negocio es Movistar+, que ya prácticamente se incluye en todos los contratos de Fusión y que le ha permitido establecer una base de 3,93 millones de accesos a su televisión de pago en España. “Es una piedra angular de nuestra estrategia”, enfatiza la *telecos* en su presentación a inversores, donde destaca su porfolio deportivo junto al acuerdo con Netflix y el esfuerzo en inversión propia.

En la actualidad, Telefónica tiene comprometida una inversión anual que supera los 1.500 millones de euros en derechos deportivos, que incluyen desde el fútbol hasta el

motor, pasando por todo el baloncesto y buena parte del tenis. Sin embargo, el grueso de la inversión se lo llevará el contrato con LaLiga, a la que pagará 980 millones de euros al año por ocho partidos de LaLiga Santander cada jornada entre 2019 y 2022; en paralelo, abonará 360 millones por curso a Mediapro a cambio de la Champions League y la Europa League entre 2018 y 2021 en el segmento residencial.

Pese a que en ambos casos suponen fuertes plusvalías respecto a los actuales ciclos, el grupo de telecomunicaciones asegura que “el coste del contenido del fútbol alcanza su punto máximo en el cuarto trimestre de 2018 y comenzará a disminuir en el tercer trimestre de 2019”. Ello se debe a que hasta ahora debía alquilar los canales creados por Mediapro para estos mismos contenidos (beIN LaLiga y beIN Sports), mientras que ahora sólo pagará por las retransmisiones y la producción de programas que completen la oferta de sus canales de fútbol se internalizará.

En este sentido, las cuentas anuales señalan que los ingresos por vídeo durante el semestre fueron de 1.440 millones de euros, un 0,7% más respecto al periodo de enero-junio de 2017.

Telefónica tiene 8,73 millones de abonados a la televisión de pago en distintos países, con un avance del 5,6% interanual.

Prácticamente la mitad de estos clientes están en España, con 3,93 millones de hogares suscritos (+7,3% interanual) que dan servicio a diez millones de telespectadores. En Brasil tiene 1,61 millones de accesos (-2% interanual), por los 2,16 millones (+9%) de la agrupación Hispam Sur (Argentina, Chile, Perú y Uruguay) y los 1,03 millones de accesos en Hispan Norte (Colombia, México, Centroamérica, Ecuador y Venezuela), lo que supone un 5% más.