

## Telefónica, el nuevo monopolio del deporte en TV

Marc Menchén  
30 abr 2015 - 05:00

La televisión de pago y su consolidación en España es una de las cuestiones que más preocupa a las competiciones. De su crecimiento dependerá en buena medida que se incrementen sus ingresos por los derechos de las retransmisiones. Por ello, no es de extrañar que hayan recibido con los brazos abiertos a Telefónica, que tras la compra de Canal+ contará con un auténtico monopolio en la emisión de eventos deportivos que forzarán a todos los aficionados a acabar pasando por caja.

La multinacional española ha admitido abiertamente su apuesta por los derechos deportivos como el elemento para elevar su base de clientes, que ya ha dado un importante salto cualitativo durante el último año gracias a la ofensiva para que sus clientes de telefonía móvil y ADSL incorporen Movistar TV. A finales del año pasado contaba con 1,88 millones de clientes y a estas alturas ya ha rebasado los dos millones. Si se le añaden los usuarios de Canal+ (1,69 millones), la base total de consumidores sube a 3,58 millones, el 70,7% del total. El objetivo de Telefónica es llegar a los cinco millones en el corto o medio plazo.

Esta posición de dominio, que junto al deporte se quiere consolidar con películas y series, es la que ha llevado a la Comisión Nacional de los Mercados y de la Competencia (CNMC) a exigir al nuevo gigante que ofrezca a sus competidores la opción de incluir en sus ofertas un máximo del 50% de los canales que integren la oferta *premium* de Movistar TV a unos precios razonables. Es decir, que Vodafone u Orange deberán escoger entre los contenidos culturales o deportivos para contrarrestar el poderío del grupo de telecomunicaciones, que en cualquier caso será el gran proveedor de eventos deportivos en España. A continuación, un repaso a todos los derechos que acumula la compañía.



La Fórmula 1 dejará de emitirse en abierto en 2016.

MotoGP y Fórmula 1, en exclusiva y sólo de pago a partir de 2016

Los primeros movimientos del grupo de telecomunicaciones se produjeron en el mundo del motor. Dorna Sports alcanzó en 2014 un acuerdo con Mediaset y Telefónica para la MotoGP, por el que la primera podría emitir sólo nueve carreras en directo, mientras que Movistar TV ofrecería todo el Mundial y diez carreras de manera exclusiva y sin cortes publicitarios. El visionado en abierto de las carreras se restringirá aún más en 2016, cuando Mediaset sólo podrá ofrecer en directo aquellas que se celebren en España. Entre ambas compañías pagan unos 20 millones de euros por temporada a la gestora del campeonato de motociclismo.

Una situación similar se vive con la Fórmula 1. Telefónica y Atresmedia (TV3, en el caso de Catalunya) acordaron emitir de forma compartida todo el mundial durante 2014 y 2015, pero a partir de 2016 los monoplazas dejarán de poder seguirse en directo y se emitirán exclusivamente en Movistar TV. En este caso, en la industria se habla de unos pagos a Formula One Management que estarían rondando los 70 millones de euros por temporada.

Atentos a la venta centralizada de las emisiones de La Liga

El grupo presidido por César Alierta no se ha quedado ahí, y en los últimos meses ha

empezado a tomar posiciones de cara a la venta centralizada de los derechos de televisión de La Liga, prevista para la temporada 2016-2017 y que el Gobierno podría aprobar hoy en Consejo de Ministros. El acuerdo más sonado ha sido el del FC Barcelona, que decidió romper con Mediapro y unirse a Telefónica en una operación que también le aseguraba 40 millones de euros en tres años en concepto de patrocinio. Celta de Vigo y Real Sociedad, hasta ahora con Canal+, también decidieron firmar con la operadora para el último año en el que cada club negocia de forma individual.

Ahora bien, tras la compra de esta plataforma de televisión de pago por satélite, Telefónica también es el titular en última instancia de los derechos de Atlético de Madrid, RCD Espanyol y Getafe CF. Mediapro sigue siendo el principal tenedor de este tipo de activos, pero el actual reparto probablemente llevará a que la próxima temporada siga existiendo una doble opción: seguir La Liga a través de Canal+, y por lo tanto de MovistarTV, o hacerlo vía GoIT, el canal creado por Mediapro y que está disponible en la TDT *premium*, su plataforma TotalChannel y en la de algunos operadores de cable.



La Liga aprueba hoy la venta centralizada y Telefónica pujará.

En este ámbito, la ventaja de Canal+ y por lo tanto de Telefónica es que hoy ya dispone de un partido en exclusiva cada jornada, que siempre es el de Barça o Real Madrid, lo que hace más atractiva su propuesta que la de GoIT. Todo podría cambiar en función de cómo La Liga articule la venta de derechos (si prepara paquetes de partidos o no, al estilo de la Premier League).

La Champions League y las ligas internacionales, un trofeo compartido

Pese a haber perdido frente a Mediapro en la puja por la Champions League, Telefónica siempre podría incorporar a su oferta el canal de pago que lanzará junto a la catarí beIN Sports para emitir este torneo las tres próximas temporadas. En este caso, debe asumir que el resto de operadores también podrían solicitar el nuevo producto y ahí sí que no tendría exclusividad, como ya le sucede con otras ligas internacionales (Premier League, Bundesliga o Serie A), que comparte con GoT.

El tenis, la nueva adquisición de Canal+

Movistar TV también podrá presumir de ser la única plataforma en la que podrá seguirse cualquier gran torneo de tenis. Canal+ ha adquirido los derechos de todos los *Masters1000* de la ATP para los próximos cuatro años, a excepción del de Madrid. En total, 34 torneos que también incluyen los trece *ATP500* y la mayoría de los *ATP250*. A ello se le suma la exclusiva de Wimbledon y que los otros tres *Grand Slam* (US Open, Australia y Roland Garros) se emiten por Eurosport, un canal que sólo la plataforma de Telefónica ofrece en toda España.



Cada día se emite un partido en directo de la NBA.

La NBA y la Euroliga, dos históricos de la televisión por satélite

En Canal+ se sienten orgullosos de la comunidad de aficionados que han logrado crear en torno a la NBA y es imposible pensar que Telefónica vaya a rechazar a este activo. Cada noche se emite un partido en directo y en exclusiva de la liga estadounidense, así como las fases finales. En el caso de la Euroliga, también dispone de los derechos para emitir todos los partidos de los equipos españoles (en el caso del Barça, compartido con TV3) y el resto de duelos con mayor interés.

El golf también se reserva para los clientes de Alierta

Esta disciplina deportiva es una de las históricas de Canal+ y ahora también podría pasar a complementar la oferta de MovistarTV, a la espera de ver cómo se acaban combinando las ofertas de las dos plataformas de pago. Actualmente, el sistema de satélite emite más de 130 torneos cada año, entre ellos el Masters de Augusta, la Ryder Cup, el US Open o el PGA Tour.

La Asobal, una competición de pago y hundida en las audiencias

Otro de los acuerdos históricos de Canal+ es la Asobal, con la que trabaja desde hace 19 años y emite partidos a través de Sportmanía. El contrato es la principal fuente de ingresos de la liga de balonmano, pero muchos expertos han criticado que su decisión de apostar por la televisión de pago ha provocado unas bajísimas audiencias y un obstáculo para un mayor conocimiento de esta disciplina entre los aficionados.

Del rugby a la Superbowl, pasando por el combate del siglo

Uno de los retos que se ha marcado Canal+ para los próximos años es crear una comunidad en torno al rugby como la que ha conseguido crear en torno al baloncesto o el golf. En esta disciplina se ha adjudicado la retransmisión del Seis Naciones, la Copa Heineken, el Super 15 y el Rugby Championship. Esta oferta se suma a eventos más puntuales, como la Superbowl de la liga de fútbol americano, o el combate de boxeo entre Floyd Mayweather y Manny Pacquiao de este domingo.