

MEDIA

Telefónica eleva a más de 3.000 millones su apuesta por LaLiga hasta 2022

El grupo de telecomunicaciones revela en sus cuentas de 2019 que, a los 2.940 millones comprometidos para LaLiga Santander, se añaden otros 105 millones en tres años por LaLiga SmartBank.

Marc Menchén
21 feb 2020 - 05:00



Telefónica ha convertido el fútbol en uno de los pilares de su oferta audiovisual, y LaLiga se ha llevado la mayor parte del pastel. En concreto, un importe que superará los 3.000 millones de euros en el ciclo 2019-2022, después de que a principios del pasado año firmara el mayor contrato de la historia para LaLiga SmartBank: 35 millones de euros anuales por cada una de las tres temporadas del ciclo, según ha podido saber *Palco23*.

Se trata de una fuerte plusvalía respecto al periodo anterior, en el que se vendieron sus retransmisiones a distintos operadores por un importe que como máximo alcanzaría los 25 millones de euros anuales entre 2015 y 2018. Eso sí, siempre y cuando todos los *broadcasters* apostaran por ese contenido, circunstancia que no se dio. Es más, la multinacional recuerda que se quedó estos contenidos después de que la subasta

inicial quedara desierta.

La mejora, del 40% interanual, viene precedida por la extensión del reglamento audiovisual a Segunda, cuestión que ha mejorado de forma importante la imagen que proyecta la categoría en televisión. A ello se le suma un factor coyuntural, como la composición actual de equipos, entre los que se encuentran algunos históricos del fútbol español.

Telefónica pagará 35 millones anuales en 2019-2022 por Segunda, diez millones más de lo que LaLiga aspiraba en el ciclo anterior

El grupo de telecomunicaciones ha comprometido 105 millones en tres campañas por toda la Segunda División, a los que se suman los ya conocidos 980 millones de euros que acordó abonar por la exclusiva de LaLiga Santander entre 2019 y 2022. “Supone una ligera reducción si se compara con la última temporada del ciclo anterior”, sostiene la *telecos* en su memoria anual de 2019, pese a que el negocio para la competición sea superior ciclo contra ciclo.

Telefónica tuvo esos partidos al sublicenciar los canales desarrollados por Mediapro bajo la marca beIN Sports. Ahora, en cambio, “tiene el derecho a decidir, diseñar y desarrollar los contenidos, que tienen a partir de la temporada 2019-2020 el sello Movistar”. Eso no quita, eso sí, que muchos de estos estén producidos por el grupo audiovisual catalán.

La apuesta por el fútbol español, con 3.045 millones de euros, se extendió después a la Champions League y Europa League, cuya propiedad en España estaba inicialmente en manos de la corporación que lideran Jaume Roures y Tatxo Benet. En este caso, la plataforma de televisión pagó 1.080 millones de euros, a razón de 360 millones por curso entre 2018-2019 y 2020-2021.

La industria da por hecho que Movistar+ librará la batalla para retener la Champions en 2021-2024, por la que hoy paga 360 millones al año

“Su apuesta va a ser pujar fuerte para retener estos torneos”, aseguran fuentes del sector, sobre el proceso abierto por la Uefa hace unas semanas para el periodo 2021-2024. La confederación quiere promover una licitación al alza, para lo que ha creado un tercer lote con 104 encuentros anuales de la Champions, manteniendo los dos habituales de los mejores duelos del martes en uno y del miércoles en el otro.

Y eso que durante meses fue uno de los actores que más ruido público hizo para intentar frenar la revalorización que estaban experimentando las retransmisiones del fútbol. Eso sí, tras firmar su mayor inversión de la historia en derechos deportivos, su presidente, José María Álvarez-Pallete, admitió: “Aumentará la visibilidad y la sostenibilidad de nuestro modelo de negocio en los próximos tres o cuatro años”.

¿La razón? Según explicaban en 2018, “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”. En parte, porque dejaban de tener que pagar por la licencia de canales ya editados por un tercero para hacerlo internamente.

Esta ofensiva por el deporte rey ha permitido al grupo continuar aumentando su base de abonados y, especialmente, incrementar el ingreso medio por contrato. Por otro lado, esta fuerte inversión ha acabado afectando al resto de competiciones, que no han podido revalorizar el precio de sus derechos audiovisuales con Movistar+ o han tenido que cambiar de plataforma para conseguirlo. Muestra de la creciente inversión es que el valor de los derechos de emisión en libros al cierre de 2019 era de 1.189 millones de euros, frente a los 795 millones de euros de un año antes. Este importe recopilado en las existencias incluye todos los contenidos adquiridos a terceros.

Este cambio de *partner* lo dieron MotoGP, Euroliga y Premier League en primera instancia, seducidos por una oferta de Dazn que mejoraba sustancialmente lo que venían cobrando. La gestora del Mundial de motos cobra unos 55 millones anuales, mientras que el torneo de baloncesto cobra 15 millones y la liga inglesa de fútbol se lleva unos 19 millones, según fuentes de la industria. Próximamente, se le podría unir la NBA, que también está sondeando el mercado en busca de un acuerdo que supere los 16 millones de euros actuales que recibe de Telefónica, como ya adelantó *Palco23*.

Pero, ¿cómo contabiliza Telefónica sus derechos, que actualmente incluyen toda la

ACB, Fórmula 1, la ATP y el golf? “Los derechos de emisión de eventos deportivos de fútbol y motor, incluidos sus costes de producción inherentes, se imputan a resultados linealmente durante doce meses desde el comienzo de la temporada”, explica el grupo. El resto de deportes *premium*, añade “se imputan linealmente en el periodo que dura la competición”, mientras que el resto de contenidos deportivos “se imputa a resultados en su totalidad en el momento de la primera emisión”.