

Telefónica ofrece al resto de plataformas de pago elegir entre MotoGP, F-1 o cine

Palco23

15 jun 2015 - 13:38

Telefónica podrá seguir siendo la principal ventana al deporte en España. La compra de Canal+ ha convertido al grupo de telecomunicaciones en un auténtico gigante de la televisión, y al menos en el ámbito deportivo podrá seguir teniendo una oferta inigualable. La compañía ha presentado al resto de plataformas de televisión de pago la oferta mayorista a la que podrán acceder, en un movimiento que obligará a Vodafone y Orange, entre otros, a elegir entre los aficionados o los amantes de las producciones audiovisuales.

La oferta mayorista consta de cuatro canales: uno de cine de estreno, otro de series de televisión y los dedicados en exclusiva a MotoGP y Fórmula 1, respectivamente. El resto de plataformas de televisión de pago deben elegir dos de estos canales antes de que finalice la jornada de hoy, según publicó recientemente *Expansión*. Mientras que el canal de cine tendrá un coste mayorista de 5 euros por cliente, el de series se situará en 2,5 euros por usuario. Se desconoce el precio que exigirá la multinacional que preside César Alierta por los dos canales deportivos.

El compartir su oferta exclusiva con el resto de operadores es una de las exigencias que impuso la Comisión Nacional de los Mercados y de la Competencia (CNMC) para permitir la compra de Canal+ por parte de Telefónica. La integración de ambas plataformas, cuya oferta integrada no tardará demasiado en anunciarse, dio lugar a una base total de 3,58 millones de consumidores, el 70,7% del total.

Telefónica ya sabe que tampoco podrá emitir en exclusiva la Liga BBVA, ya que en el Real Decreto Ley que regula la venta centralizada de las retransmisiones establece que el adjudicatario deberá compartir la señal con el resto de plataformas de pago. En principio, la primera subasta se realizará sobre los derechos de la temporada 2016-2017, aunque los clubes negociaron con el grupo de telecomunicaciones y Mediapro para ver si sería posible adelantar un año el nuevo formato de venta.