



**INFORME RELATIVO A LA PROPUESTA DE
LA LNFP DE CONDICIONES PARA LA
COMERCIALIZACIÓN CENTRALIZADA DE
LOS DERECHOS AUDIOVISUALES DE
CAMPEONATO NACIONAL DE FÚTBOL EN
LAS TEMPORADAS 2016/2017 A 2018/2019.**

4 de noviembre de 2015

INF/DC/0002/15

INFORME CNMC SOBRE LA PROPUESTA DE LNFP DE CONDICIONES PARA LA COMERCIALIZACIÓN CENTRALIZADA DE LOS DERECHOS AUDIOVISUALES DE CAMPEONATO NACIONAL DE FÚTBOL EN LAS TEMPORADAS 2016/2017 A 2018/2019

Expediente: INF/DC/0002/15
PVM

El Pleno del Consejo de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia, en su reunión de 4 de noviembre de 2015, ha aprobado el presente informe sobre la propuesta de LNFP de condiciones para la comercialización centralizada de los derechos audiovisuales de campeonato nacional de fútbol en las temporadas 2016/2017 a 2018/2019.

I. ANTECEDENTES

- (1) Con fecha 5 de octubre de 2015, tuvo entrada en la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (en adelante, CNMC) escrito de Liga Nacional de Fútbol Profesional (en adelante, LNFP o La Liga) por el que se solicitaba, de acuerdo con lo previsto en el artículo 4 del Real Decreto-ley 5/2015, de 30 de abril, de medidas urgentes en relación con la comercialización de los derechos de explotación de contenidos audiovisuales de las competiciones de fútbol profesional (en adelante, Real Decreto-ley 5/2015), la elaboración de un informe previo sobre las bases para la solicitud de ofertas para la comercialización en España de los derechos de explotación de contenidos audiovisuales del Campeonato Nacional de Liga de Primera y Segunda División y de la Copa de S.M. El Rey para las temporadas 2016/2017 a 2018/2019.
- (2) Con fecha 7 de octubre de 2015, la CNMC solicitó a LNFP información acerca de determinados aspectos de la comercialización de los derechos audiovisuales futbolísticos a los que alude el Real Decreto-ley 5/2015.
- (3) El 14 de octubre de 2015 tuvo entrada en la CNMC escrito de contestación de LNFP a la solicitud de información efectuada.

II. MARCO NORMATIVO

- (4) El Real Decreto-ley 5/2015 introduce un cambio sustancial en la comercialización y explotación de los derechos audiovisuales del Campeonato Nacional de Liga de fútbol y de la Copa de S.M. El Rey, al atribuir a las entidades organizadoras de estas dos competiciones¹ las

¹ LNFP en el caso del Campeonato Nacional de Liga, tanto en Primera como en Segunda División y Real Federación Española de Fútbol (en adelante, RFEF) en el caso de la Copa de S.M. El Rey

facultades necesarias para comercializar de manera centralizada los derechos audiovisuales de los clubs participantes.

- (5) Para hacer efectiva esta venta centralizada de derechos audiovisuales, el artículo 2 del Real Decreto-ley 5/2015 establece como obligación para los clubs de fútbol que participen en las citadas competiciones la cesión a LNFP y RFEF, respectivamente, de las facultades de comercialización conjunta de sus derechos audiovisuales para las citadas competiciones en los siguientes términos:

“1. La titularidad de los derechos audiovisuales incluidos en el ámbito de aplicación de esta ley corresponde a los clubs o entidades participantes en la correspondiente competición.

2. La participación en una competición oficial de fútbol profesional conllevará necesariamente la cesión por sus titulares a la entidad organizadora de las facultades de comercialización conjunta de los derechos audiovisuales incluidos en el ámbito de aplicación de este real Decreto-ley.

A efectos de este real Decreto-ley, y sin perjuicio de las competencias reconocidas en la legislación deportiva general, tendrán la consideración de entidad organizadora:

- a) La Liga Nacional de Fútbol Profesional, respecto del Campeonato Nacional de Liga de Primera y Segunda División.*
- b) La Real Federación Española de Fútbol, respecto de la Copa de S.M. el Rey y de la Supercopa de España.*

...”

- (6) El desarrollo de las condiciones en las que LNFP y RFEF deberán comercializar de manera conjunta los derechos audiovisuales respecto de las competiciones citadas anteriormente se determina en el artículo 4 del Real Decreto-ley 5/2015:

“1. El sistema de comercialización y explotación de los derechos audiovisuales se regirá por el principio de libertad de empresa dentro del marco del sistema de evaluación establecido por la normativa europea y española de la competencia.

2. La comercialización de los derechos audiovisuales en los mercados nacional y de la Unión Europea podrá realizarse en régimen de explotación exclusiva o no exclusiva, incluyendo aquellas modalidades de comercialización no exclusiva en igualdad de condiciones a todos los operadores interesados, de conformidad con lo previsto en este artículo.

3. Las entidades comercializadoras establecerán y harán públicas las condiciones generales que regirán la comercialización de los derechos de explotación de contenidos audiovisuales objeto de comercialización centralizada, incluyendo la configuración de las ofertas para su explotación en los mercados nacional y de la Unión Europea, sus agrupaciones en Lotes y los requisitos para su adjudicación y explotación, que deberán respetar en todo caso los límites y principios establecidos en este real Decreto-ley.

Sin perjuicio de lo previsto en la Ley 3/2013, de 4 de junio, y el resto de normativa de competencia, con carácter previo a la aprobación de dichas condiciones, las entidades comercializadoras solicitarán de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia la elaboración de un informe sobre las citadas condiciones de comercialización de derechos. Dicho informe será elaborado en el plazo de un mes desde que fuera solicitado.

4. A los efectos de la determinación de las condiciones de comercialización centralizada de derechos señalada en el apartado anterior, se tendrán en cuenta los criterios siguientes:

a) En las condiciones de comercialización se concretará el alcance de los Lotes de derechos objeto de comercialización, señalando, en particular, los contenidos incluidos en cada Lote, el ámbito geográfico para su explotación, si se destinan a su emisión en abierto o en codificado y los que serán objeto de explotación exclusiva o no exclusiva.

b) Se deberá garantizar la comercialización de los derechos correspondientes a los acontecimientos de interés general para la sociedad, a los que se refieren el artículo 20 y la Disposición transitoria sexta de la Ley 7/2010, de 31 de marzo.

c) Se deberá precisar en las condiciones de la oferta la fecha y horario de celebración de cada uno los eventos comercializados o las condiciones que permitan su determinación a los adjudicatarios.

d) La adjudicación de los derechos debe realizarse mediante un procedimiento público, transparente, competitivo y sin discriminación de licitadores, basado en criterios objetivos entre los que deberán figurar, principalmente, la rentabilidad económica de la oferta, el interés deportivo de la competición, y el crecimiento y el valor futuro de los derechos audiovisuales que pueda aportar el adjudicatario.

e) La adjudicación de cada Lote o paquete se realizará de manera independiente. Las condiciones de adjudicación establecidas por las entidades comercializadoras y las ofertas presentadas por los licitadores no podrán estar condicionadas a la adquisición de determinados paquetes o Lotes o a la concurrencia de determinados eventos.

f) La duración de los contratos de comercialización no podrá exceder de tres años.

g) Una misma persona o entidad no podrá ser titular o adquirir de manera directa o indirecta derechos exclusivos de explotación en el mercado nacional de contenidos correspondientes a más de dos paquetes o Lotes, bien sea en el proceso de licitación o en un momento posterior mediante adquisición o cesión de derechos adquiridos por terceros, salvo que en algún Lote o paquete no existieran licitadores o adquirentes u otras ofertas económicamente equivalentes.

h) Las entidades comercializadoras comercializarán los derechos que gestionen con la suficiente antelación para que su explotación se lleve a cabo de una manera adecuada.”

III. CONTENIDO DE LAS BASES SOMETIDAS A INFORME PREVIO

- (7) Mediante la solicitud presentada a la CNMC el 5 de octubre de 2015, LNFP solicita el informe previo al que alude el artículo 4.3 del Real Decreto-ley 5/2015 para la comercialización de los derechos de emisión en España² del Campeonato Nacional de Liga y Copa de S.M. El Rey para las temporadas 2016/2017 a 2018/2019.

III.1 Derechos objeto de licitación

- (8) LNFP ofrece a los interesados la posibilidad de presentar ofertas a cualquiera de los nueve lotes de emisión de derechos audiovisuales relacionados con partidos de fútbol de las competiciones comercializadas³, que componen el borrador de bases presentado y que pueden resumirse de la siguiente forma:

² El ámbito geográfico al que se extienden los derechos objeto del borrador de bases para la solicitud de ofertas incluye también Andorra.

³ Cabe destacar que ninguno de los lotes hace referencia a los play-off de ascenso a Primera División, que disputan parte de los equipos de Segunda División mejor clasificados al final de la competición cada año. Esta ausencia puede implicar que LNFP interpreta que los derechos audiovisuales de estos partidos de fútbol no están cubiertos por el Real Decreto-ley 5/2015. En caso contrario, LNFP debería incluir estos partidos en algunos de los lotes ofertados o en un lote nuevo.

LOTES DE EMISIÓN OBJETO DE LICITACION POR LNFP PARA LAS TEMPORADAS 2016/2017 A 2018/2019		
	LOTE	CONTENIDO
LOTES ESPECÍFICOS TELEVISIÓN EN ABIERTO	Lote 1	1 partido de Primera División por jornada, en exclusiva, en segunda selección, en abierto. 2 semifinales de la Copa de S.M. El Rey, en exclusiva, en segunda selección, en abierto
	Lote 2	Resúmenes exclusivos en abierto
	Lote 3	Hasta 10 partidos de Segunda División por jornada, en exclusiva limitada a la televisión en abierto, en segunda selección
LOTES ESPECÍFICOS TELEVISIÓN DE PAGO⁴	Lote 4	1 partido de Primera División por jornada, en exclusiva, en primera selección 1 partido de Segunda División por jornada, en exclusiva, en primera selección
	Lote 5	Canal Liga TV u 8 partidos de Primera División por jornada, en pago, en exclusiva, en tercera selección y todos los partidos de la Copa de S.M. El Rey, excepto semifinales y final
	Lote 6	Canal Liga TV2, que contiene 10 partidos de Segunda División por jornada, en pago, en exclusiva para el ámbito de televisión de pago, en segunda selección

⁴ Si bien en el borrador de bases no asigna expresamente algunos de estos lotes al ámbito de la televisión de pago, las condiciones asociadas a la contratación de estos lotes hacen que de facto sólo puedan ser adquiridos por operadores de televisión de pago.

	Lote 8	Canal Liga TV3, en exclusiva para plataformas de pago para establecimientos públicos, que contiene partidos de Primera, Segunda División y Copa de S.M. El Rey
LOTES ESPECÍFICOS INTERNET	Lote 7	Partidos bajo demanda en exclusiva
	Lote 9	Clips o mini-resúmenes de 3 minutos de cada partido, con facultad de sublicencia.

Fuente: CNMC con base en el borrador de bases presentado por LNFP el 5 de octubre de 2015

- (9) Además de este resumen, de cara a la valoración del borrador de oferta de LNFP que la CNMC debe realizar, se deben destacar ciertas características de cada uno de los lotes que componen el borrador de bases que LNFP ha sometido a informe previo.
- (10) De acuerdo con el borrador de bases, el **lote 1** responde a la necesidad de dar cumplimiento a lo establecido en la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual (en adelante, Ley 7/2010).
- (11) Junto con de la emisión de los partidos objeto del lote a través de un sistema de televisión en abierto, se establece la obligación de que la emisión también sea realizada en cualquier otra plataforma del operador, siempre que sean emitidos simultáneamente. Finalmente, el citado lote recoge la posibilidad de sublicenciar el contenido, siempre que LNFP lo autorice.
- (12) Además de los derechos de emisión de los partidos de fútbol descritos anteriormente, el lote 1 prevé como derechos accesorios la emisión de resúmenes de estos partidos de una duración de hasta 3 minutos, no acumulables al lote 2, y acceso al estadio para ofrecer un programa pre y post partido.
- (13) LNFP establece dos limitaciones en relación con este lote (punto 5.2.2.1 del borrador de bases).
- (14) La primera de ellas es la limitación de la exclusividad para las jornadas 37 y 38 del Campeonato Nacional de Liga, en la medida en que los extractos del partido de Primera División podrán aparecer en directo en el multiplex que emitan los adjudicatarios de los lotes 4 y 5.
- (15) La segunda de ellas tiene que ver con los equipos de fútbol de Primera División que pueden ser objeto de emisión bajo este lote, ya que el borrador de bases no permiten que la segunda selección pueda realizarse sobre los

partidos que disputen determinados equipos de fútbol que compiten en la Primera División del Campeonato Nacional de Liga⁵.

- (16) El **lote 2**, también reservado para las televisiones en abierto, responde al objetivo de que las competiciones futbolísticas objeto de la convocatoria obtengan *“la mayor notoriedad y visibilidad posible en relación con toda la audiencia televisiva, sin limitarse a la audiencia de la televisión de pago”*.
- (17) Los resúmenes objeto del lote tendrán una duración de 12 minutos, deberán ser emitidos por medio de una televisión en abierto, así como mediante cualquier plataforma del operador, siempre que sean emitidos simultáneamente, y su exclusividad queda limitada temporalmente (punto 5.2.2.2 (i) del borrador de bases) de tal manera que, una vez superado el margen temporal de su exclusividad, coexistirán con los resúmenes reservados para LNFP⁶.
- (18) Al igual que en el lote anterior, el adjudicatario puede sublicenciar los derechos previa autorización de LNFP y también se prevé la posibilidad de acceso a los estadios, en este caso para obtener entrevistas que serán utilizadas en estos resúmenes.
- (19) El **lote 3**, reservado para operadores de televisión en abierto, tiene la particularidad de que sus derechos principales forman parte también del lote 6, al que, según lo establecido en el punto 5.2.2.3 del borrador de bases, pueden optar tanto operadores de televisión en abierto como de pago⁷, a pesar de que la propia descripción del lote 6 realizada por LNFP lo reserva a operadores de televisión de pago.
- (20) Este lote podrá ser emitido a nivel nacional o en determinados ámbitos autonómicos o regionales de España, teniendo en cuenta que, por las características de la composición de los lotes, el partido será retransmitido simultáneamente mediante difusión de pago, de acuerdo con los lotes 6 y 8.
- (21) El oferente deberá emitir, al menos un partido, y en la oferta que formule deberá especificar cuántos partidos desea emitir y en qué ámbito/s geográfico/s.
- (22) Ahora bien, a diferencia de lo establecido para lotes anteriores, el borrador de bases establece que el adjudicatario emitirá los partidos por medio de una televisión únicamente en el ámbito territorial habilitado para su emisión,

⁵ No podrá emitirse ningún partido de equipos que en ese momento estén disputando competiciones europeas ni, en ningún caso, Real Madrid Club de Fútbol, Fútbol Club Barcelona, Valencia Club de Fútbol, S.A.D., Club Atlético de Madrid, S.A.D.

⁶ Esta reserva, incluida en el punto 5.1 del borrador de bases se explica en un punto posterior del presente informe.

⁷ Nótese que en el cuadro resumen que la CNMC ha elaborado en relación con el contenido de los lotes, el lote 6 se ha incluido entre los lotes reservados a televisión de pago. Como esta situación se analizará en un momento posterior del presente informe, no procede desarrollarla en este punto.

excluyéndose la retransmisión mediante cualquier otra modalidad (internet, cable, etc.).

- (23) Junto a este derecho principal, el lote recoge como derechos accesorios la emisión de resúmenes de hasta 3 minutos de duración sobre los partidos adjudicados y el acceso a los estadios en términos análogos a los establecidos para el lote 2, y sin que estos derechos accesorios sean acumulables a los derechos de aquel lote 2.
- (24) El borrador de bases establece determinadas limitaciones a los partidos que pueden ser objeto del **lote 4**, ya que determina que se podrán emitir un máximo de 18 partidos del Real Madrid Club de Fútbol y otros tantos del Fútbol Club Barcelona, así como el partido de vuelta que disputen entre ambos clubs de fútbol.
- (25) Además de estas limitaciones, el borrador remitido por LNFP establece que no se podrá emitir la ida y vuelta de los partidos que estos dos clubs de fútbol disputen con Valencia Club de Fútbol, S.A.D., Club Atlético de Madrid, S.A.D., Athletic Club de Bilbao y Sevilla Fútbol Club, S.A.D.
- (26) Junto con estas precisiones, el borrador de bases recoge determinadas especificidades para las jornadas 37 y 38 del Campeonato Nacional de Liga en Primera División, al determinarse que en ambas jornadas el partido objeto del lote podrá ser emitido junto a un múltiplex con extractos de los partidos que emitan los adjudicatarios de los lotes 1 y 5.
- (27) Esta situación también se producirá en relación con las jornadas 41 y 42 de la Segunda División del Campeonato Nacional de Liga, para las que el borrador de bases prevé la emisión del partido objeto del lote 4 junto a un múltiplex con extractos de los partidos del lote 5.
- (28) Además de los derechos principales en relación con los partidos de fútbol objeto del lote, el adjudicatario del lote 4 podrá emitir resúmenes de sus partidos de hasta 12 minutos, con el contenido del lote 2, y tendrá acceso a los estadios para hacer programas pre y post partido.
- (29) Al igual que se ha visto en otros lotes, el adjudicatario no sólo deberá emitir los partidos por un canal de televisión, sino también mediante cualquiera de sus plataformas, siempre que sean emitidos simultáneamente, y cabe la sublicencia del lote pero, en este caso, sin necesidad de autorización previa por parte de LNFP.
- (30) El **lote 5** establece dos posibilidades. Por una parte, cabe la posibilidad de que el operador opte a emitir el Canal Liga TV en exclusiva⁸ a través de plataforma de pago o bien que opte únicamente a emitir los partidos de Liga y Copa de S.M. El Rey que componen el núcleo de derechos principal del lote⁹.

⁸ El Canal Liga TV incluirá también en diferido los partidos del lote 1.

⁹ Ver el cuadro resumen elaborado por la CNMC al inicio de este punto del informe.

- (31) También se incluye en el lote 5 la emisión simultánea en formato de múltiplex de las jornadas 37 y 38 de los partidos del lote, incluyendo extractos del partido de segunda selección (lote 1), pero sin los partidos del lote 4 (un partido de Primera División en primera selección).
- (32) En este caso, el adjudicatario *“deberá asegurar que cabe una explotación de los partidos vía OTT o sistema similar del contenido de ese lote, de forma que sus clientes puedan contratar los partidos sin vinculación a otros contenidos (paquetes de canales) o servicios tecnológicos (ofertas de servicios convergentes)”¹⁰*.
- (33) En caso de que el adjudicatario haya contratado el Canal Liga TV¹¹, este podrá sublicenciarse sin necesidad de autorización previa por parte de LNFP. Sin embargo, en caso de que se hubiera optado por la adquisición de los partidos, la sublicencia deberá realizarse ofreciendo el Canal Liga TV.
- (34) Como derechos accesorios se establecen los resúmenes de los partidos de Primera y Segunda División del Campeonato Nacional de Liga, así como de Copa de S.M. El Rey a los que alude el lote 2 del borrador de bases.
- (35) El adjudicatario emitirá los partidos por televisión de pago o el Canal Liga TV sólo para clientes residenciales en cualquier plataforma, siempre que sean emitidos simultáneamente.
- (36) El **lote 6** comprende, como se ha establecido anteriormente, el Canal Liga TV2, producido por LNFP y que convive con los derechos del lote 3.
- (37) La comercialización del canal es sólo para clientes residenciales en cualquier plataforma de pago, siempre que sean emitidos simultáneamente en iguales términos que los explicados para otros lotes.
- (38) Este lote incluye la emisión en formato de múltiplex de las jornadas 41 y 42 de los 10 partidos incluidos en el lote, sin los partidos de la primera selección, objeto del lote 4.

¹⁰ Existen dudas interpretativas acerca de esta previsión incluida en el borrador de oferta, debido a la redacción dada a esta obligación en el borrador de bases (punto 5.2.2.5 en su párrafo séptimo), ya que permite considerar que la obligación a la existencia de una oferta *stand-alone* por parte del adjudicatario se refiere únicamente a las dos últimas jornadas de Primera División o a todo el periodo de explotación de los derechos objeto del lote. A efectos del presente informe, la CNMC considera que la interpretación correcta es la segunda y, por lo tanto, este será el criterio de cara a la valoración de la oferta.

La CNMC considera más lógica esta segunda opción y, por ello, se va a interpretar a efectos de elaborar el presente informe que se requiere que todo el contenido del lote 5 sea ofertado de manera independiente a clientes residenciales por parte del adjudicatario.

¹¹ El borrador de bases explicita que el Canal Liga TV incluirá contenidos publicitarios de acuerdo con la legislación aplicable y que el adjudicatario dispondrá de un espacio con una duración máxima de 90 segundos por hora de emisión para autopromoción o para publicidad, siempre que no entren en colisión con los patrocinadores principales de la Liga.

- (39) El adjudicatario garantizará que haya una distribución o explotación vía internet (OTT) o sistema similar del canal, de forma que sus clientes puedan contratar los partidos sin vinculación a otros contenidos (paquetes o canales) o servicios tecnológicos (paquetes convergentes)¹² y se le permite sublicenciar la explotación del lote sin necesidad de autorización previa por parte de LNFP.
- (40) Además de este contenido, el Canal Liga TV2, de manera análoga a lo establecido en relación con el Canal Liga TV, incluirá contenidos publicitarios de acuerdo con la legislación aplicable y el adjudicatario dispondrá de un espacio con una duración máxima de 90 segundos por hora de emisión para autopromoción o para publicidad, siempre que no entren en colisión con los patrocinadores principales de la Liga.
- (41) El **lote 7** (partidos bajo demanda) se compone del derecho a la emisión en diferido de todos los partidos de Primera y Segunda División del Campeonato Nacional de Liga, así como de Copa de S.M. El Rey¹³ a partir de una hora después de la finalización del último partido de cada uno de los días de la jornada y durante un plazo de 7 días desde el día de emisión, a través de internet.
- (42) Al igual que en otros lotes, cabe la sublicencia por parte del adjudicatario, sin necesidad de autorización previa.
- (43) El **lote 8** incluye los partidos de los lotes 4, 5 y 6 para clientes no residenciales, a través de su inclusión en un canal editado por LNFP y denominado Canal Liga TV3. Conjuntamente con los partidos de fútbol indicados, el canal incluirá también los resúmenes de cada partido con el contenido del Lote 2.
- (44) Este lote es exclusivo para plataformas de pago *“para maximizar las eficiencias que puede obtener un único adjudicatario en relación a los servicios técnicos...y de pre/post venta ofrecidos, que redundarán en un mayor beneficio para los consumidores”*.
- (45) Al igual que se establece para el resto de canales editados por LNFP, Canal Liga TV3 incluirá contenidos publicitarios de acuerdo con la legislación aplicable y el adjudicatario dispondrá de un espacio con una duración máxima de 90 segundos por hora de emisión para autopromoción o para publicidad, siempre que no entren en colisión con los patrocinadores principales de la Liga.
- (46) Finalmente, también se permite la sublicencia sin necesidad de autorización previa por parte de LNFP.

¹² La CNMC se remite a lo manifestado en relación al lote 5 de cara a interpretar esta condición contenida en el borrador de oferta

¹³ En el caso de Copa de S.M. El Rey, se exceptúa la final, porque no es objeto de licitación mediante el presente procedimiento de adjudicación.

- (47) El último de los lotes que componen la oferta presentada por LNFP para informe previo (**lote 9**), incluye, con facultad de sublicencia sin necesidad de autorización previa, los derechos de emisión de clips, mini-resúmenes o extractos de grabaciones audiovisuales de un máximo de 3 minutos de todos los partidos de la Primera y Segunda División del Campeonato Nacional de Liga y de Copa de S.M. El Rey (excepto semifinales y final). Estos contenidos podrán explotarse a partir de los 15 minutos siguientes a la finalización de cada jornada hasta un máximo de 7 días desde la finalización de cada jornada, por internet.
- (48) Los derechos objeto de este lote convivirán con los clips reservados a favor de LNFP¹⁴ y, según las bases, cada uno de ellos deberá ser explotado individualmente y se prohíbe su uso en redes sociales¹⁵.
- (49) Como **derechos adicionales de los adjudicatarios de cualquiera de los lotes objeto de la oferta**, el borrador de bases establece que¹⁶:
- podrán disponer de imágenes de Liga y Copa de S.M. El Rey (según proceda), así como imágenes de archivo para su utilización con fines promocionales;
 - podrán disponer de imágenes fijas de un partido, también con fines promocionales, aunque con ciertas limitaciones en cuanto al tipo de imágenes
 - podrán retransmitir hasta un máximo de 12 veces los partidos de sus respectivos lotes adquiridos en exclusiva durante la vigencia del contrato de comercialización, con un máximo de 6 veces por temporada.

III.2 Procedimiento de asignación de los lotes

III.2.1 Calendario

- (50) De acuerdo con el borrador de bases, el calendario previsto para la convocatoria y adjudicación de los lotes de emisión objeto del borrador de oferta sometido a informe previo de la CNMC por parte de LNFP es el siguiente:

¹⁴ Al igual que se ha apuntado en el lote 3, estas reservas de derechos de emisión a favor de LNFP serán desarrolladas posteriormente en este informe.

¹⁵ Existe una reserva a favor de LNFP en relación a la explotación de estos clips en redes sociales

¹⁶ Punto 5.4.4 del borrador de bases

FECHA	HITO
5/11/2015	Publicación convocatoria de ofertas
Antes del 16/11/2015	Consignación del precio de reserva
30/11/2015 a las 12:00	Finalización del plazo para presentar ofertas
30/11/2015, a partir de las 12:30	Apertura y valoración de ofertas
1/12/2015, antes de las 24:00	Adjudicación provisional
4/12/2015	Finalización del plazo para firma de acuerdos comerciales

Fuente: borrador de bases presentado por LNFP el 5 de octubre de 2015

III.2.2 Requisitos generales para los candidatos

- (51) En el procedimiento puede participar toda persona jurídica española o extranjera que tenga capacidad de obrar y que acrediten su solvencia económica, financiera y profesional. También pueden concurrir uniones temporales de empresas (UTEs) que se constituyan para tal efecto.
- (52) Los requisitos para acreditar la solvencia económica y financiera que se establecen en el borrador de bases son los siguientes:
- Presentación de cuentas anuales o extracto de las mismas
 - Declaración orientativa de la cifra de negocios anual y de los negocios relacionados con el sector audiovisual en los últimos 3 ejercicios
 - En los casos en los que la documentación anterior no pudiera ser entregada por el candidato, cualquier otra documentación que LNFP considere suficiente.
- (53) Respecto a la acreditación de la solvencia profesional, los candidatos deberán aportar:
- Un informe detallado de las actividades y proyectos desarrollados vinculados al sector audiovisual en los últimos 3 ejercicios
 - Declaración sobre los efectivos personales y medios anuales de la empresa, así como el grado de estabilidad de los mismos en los últimos 3 años
 - Declaración sobre los medios técnicos y materiales de los que dispone el candidato para el desarrollo de proyectos audiovisuales análogos a los que son objeto de licitación
- (54) Junto con los requisitos que deben reunir los candidatos, las bases recogen las causas de exclusión en términos similares a los que se establecen para la contratación con las Administraciones Públicas (punto 6.2.1 del borrador de bases).

III.2.3 Presentación de las ofertas

- (55) El anuncio de comienzo de la licitación de los derechos de emisión de los partidos de Liga y Copa de S.M. El Rey para las temporadas 2016/2017 a 2018/2019, junto con las bases de la oferta se publicará en la página web de La Liga (www.laliga.es) en una sección específica y se comunicará a las principales agencias y medios de comunicación.
- (56) Desde la publicación del anuncio LNFP ofrece a los interesados un plazo para formular sus consultas y solicitar reuniones, para lo que se habilitará una dirección de correo electrónico. Las respuestas se publicarán en la sección específica creada en la página web de LNFP para este procedimiento de licitación, sin revelar la identidad del operador que ha realizado la consulta.
- (57) Las ofertas deben presentarse físicamente en la sede del Consejo Superior de Deportes antes de las 12:00 del mediodía del 30 de noviembre de 2015.
- (58) Una vez finalizado el plazo de presentación, LNFP hará pública la identidad de los candidatos y la fecha de presentación de sus ofertas.
- (59) También se prevé en las bases un plazo de subsanación de las ofertas de dos días¹⁷ si LNFP observara alguna deficiencia en la documentación que el operador debe presentar.

III.2.4 Apertura y evaluación de las ofertas

- (60) En la fecha prevista en el anuncio de solicitud de ofertas (en principio, el 30 de noviembre de 2015) se procederá a la apertura del sobre principal y, posteriormente se agruparán las distintas ofertas por lotes y en orden ascendente.
- (61) Asimismo, primero se valorará la oferta técnico-cualitativa y, posteriormente, la económica.
- (62) Para la valoración de la oferta técnico-cualitativa se tendrán en cuenta 7 elementos puntuables (punto 6.4.2):
- Explotación (entre 1 y 10 puntos): LNFP priorizará al candidato que ofrezca una mayor exposición de la competición.
 - Promoción de la competición (entre 1 y 10 puntos): se valorará la contribución del candidato al incremento de interés deportivo de la competición. En el caso de los candidatos para el lote 1, se valorará la propuesta de día y hora de su partido, para evitar que perjudique la asistencia a los estadios.

¹⁷ El plazo comenzaría a contar desde el momento en que LNFP requiriera al operador la subsanación de esas deficiencias. Debe tenerse en cuenta que toda oferta contiene tres partes: presentación del candidato (es decir, información en cuanto a su solvencia financiera, económica y profesional) una oferta técnico-cualitativa y una oferta económica.

- Comunicación, promoción y publicidad (entre 1 y 10 puntos): se valorará la estrategia de promoción de la competición y, entre otros aspectos, la cesión de espacios publicitarios gratuitos a LNFP que permitan a la entidad organizar campañas publicitarias
- Política de integridad (entre 1 y 10 puntos)
- Política anti-piratería (entre 1 y 10 puntos)
- Estrategia digital (entre 1 y 10 puntos)
- Garantías (entre 1 y 10 puntos)

(63) La puntuación técnico-cualitativa (PT) se obtendrá de acuerdo con la siguiente fórmula

$$PT=100 * \frac{\textit{valoración técnica de la oferta}}{\textit{oferta mejor valorada de las presentadas}}$$

(64) La oferta económica se concretará por los candidatos y debe ser superior al precio de reserva¹⁸.

(65) La puntuación de las ofertas económicas (PE) se realizará, según la siguiente fórmula:

$$PE=100 * \frac{\textit{precio de la oferta evaluada}}{\textit{mejor precio ofrecido para ese lote}}$$

(66) La valoración para todos los lotes se hará de acuerdo con lo siguiente fórmula:

$$\textit{Valoración total de la oferta} = \frac{65}{100} PE + \frac{35}{100} PT$$

III.2.5 Adjudicación provisional

- (67) Según el punto 6.3.5 del borrador de bases, una vez valoradas las ofertas presentadas por los candidatos, LNFP procederá a la adjudicación provisional de todos o algunos de los Lotes” que quedará condicionada a la firma posterior de un acuerdo comercial.
- (68) Esta adjudicación provisional, así como las puntuaciones obtenidas serán comunicadas a todos los candidatos y hechas públicas.
- (69) Sin embargo, LNFP establece una excepción en el apartado introductorio del punto 6 del borrador de bases, como mecanismo de prevención de acaparamiento de varios lotes en manos de un único operador en los siguientes términos:

¹⁸ Ver punto de este informe relativo al precio de reserva

“...en caso de que un mismo Candidato resulte Adjudicatario de más de dos Lotes exclusivos, sin que concurren los requisitos normativos que permitiesen dicha Adjudicación, el Candidato tendrá derecho a comunicar una prelación de Lotes para ser adjudicados, pudiendo La Liga, respecto a aquellos Lotes que no puedan ser adjudicados a dicha mejor oferta, re-adjudicar los lotes a la segunda mejor oferta, siempre que: (i) la misma supere el precio de reserva establecido para dichos Lotes; y (ii) con dicha reasignación de la Adjudicación no determine que no se alcance el precio de reserva global.”

III.2.6 Firma de los contratos de comercialización

- (70) El plazo inicialmente previsto para la firma de los acuerdos comerciales será hasta el 4 de diciembre de 2015, aunque LNFP puede extenderlo de manera motivada.
- (71) Cuando LNFP y el adjudicatario no hubieran llegado a un acuerdo para la formalización de la adjudicación provisional, LNFP podrá, por este orden:
- Proceder a la adjudicación de la segunda mejor oferta recibida por ese lote, siempre que no sea inferior al precio de reserva o, en su caso, cuando esa reasignación no determine que no se alcance el precio de reserva global.
 - En caso contrario, publicar una nueva solicitud de ofertas para ese lote
- (72) El borrador de bases también prevé la rescisión de las adjudicaciones en casos muy tasados (punto 6.3.7). Para estos supuestos, LNFP prevé utilizar los mecanismos de reasignación descritos anteriormente o bien la posibilidad de que el adjudicatario continúe ejecutando el contrato de comercialización por el tiempo indispensable para evitar el perjuicio al interés público.

III.3 Precio de reserva y adjudicación de los lotes objeto de licitación si éste no se alcanza

- (73) En el apartado anterior se ha descrito el procedimiento de asignación de lotes que, con carácter genérico, recoge el borrador de bases sometido a informe previo.
- (74) Ahora bien, debe tenerse en cuenta que, según el borrador de bases, este procedimiento únicamente se utilizará en caso de que las ofertas alcancen el denominado precio de reserva.

III.3.1 Precio de Reserva

- (75) Según el apartado 6.5 del borrador de bases, LNFP (o quien esta designe) fijará un **precio de reserva global** secreto para la suma de Lotes a adjudicar y un **precio de reserva individual** para cada Lote que se depositarán en la sede del Consejo Superior de Deportes.

- (76) Este precio se fijará atendiendo a criterios de mercado, tales como el precio de comercialización de derechos similares en temporadas anteriores (actualizando el precio) o el precio de lotes similares en países que tienen el fútbol como primer deporte y rentas per cápita similares a la de España¹⁹.
- (77) En caso de que se alcance el precio de reserva global, se procederá a la adjudicación de los lotes conforme a lo establecido en las bases, sólo si los lotes alcanzan cada uno de ellos el precio de reserva individual establecido por LNFP, en cuyo defecto, se seguirá el procedimiento que se describe en el punto siguiente del presente informe.
- (78) En caso de que no se alcance el precio global de reserva, LNFP podrá cancelar el procedimiento de adjudicación de lotes o proceder en los términos establecidos en el procedimiento que se describe en el punto siguiente del presente informe.
- (79) LNFP únicamente comunicará el precio global de reserva a los candidatos en caso de que se cancele el procedimiento y el precio de reserva individual a los candidatos del lote afectado si éste no hubiera sido alcanzado la cuantía de reserva.

¹⁹ Ver escrito de contestación a solicitud de información remitido por LNFP.

III.3.2 Comercialización de los lotes en caso de no alcanzarse el precio de reserva individual

COMERCIALIZACION DE LOTES EN CASO DE NO ALCANZAR EL PRECIO DE RESERVA INDIVIDUAL	
LOTE	ALTERNATIVA/S
Lote 1	Negociación con el licitador que haya realizado la mejor oferta Si no hay acuerdo, nueva solicitud de ofertas
Lote 2 y 3	Negociación individual con el licitador que haya realizado la mejor oferta Si no hay acuerdo, nueva solicitud de ofertas o no adjudicar alguno de estos lotes o ambos
Lote 4	Negociación con el licitador que haya realizado la mejor oferta Si no hay acuerdo, nueva solicitud de ofertas
Lote 5	Venta del Canal Liga TV de forma no exclusiva
Lotes 6 y 7	Negociación individual con el licitador que haya realizado la mejor oferta Si no hay acuerdo, comercialización directa por parte de LNFP a través de OTT o mecanismos similares
Lote 8	Negociación individual con el licitador que haya realizado la mejor oferta Si no hay acuerdo, comercialización directa por parte de LNFP.
Lote 9	Negociación individual con el licitador que haya realizado la mejor oferta Si no hay acuerdo, comercialización no exclusiva en los mismos términos que los resúmenes reservados a LNFP

Fuente: borrador de bases remitido por LNFP el 5 de octubre de 2015

(80) En caso de que el lote 5 se termine comercializando de manera no exclusiva, LNFP establece en el borrador de bases que el adjudicatario pagará un precio por cada uno de los abonados al Canal Liga, así como *“un precio mínimo que se calculará en función del número de abonados al Canal Liga TV a la televisión de pago (fija o móvil) y en función del número de accesos a la banda ancha, fija o móvil que tenga el/los adjudicatarios”*.

(81) Además, para la comercialización no exclusiva del Canal Liga TV el adjudicatario deberá garantizar una distribución en OTT o sistema similar para el canal de forma que sus clientes puedan contratarlo individualmente.

- (82) Para la comercialización directa del lote 8, el borrador de bases determina que LNFP alquilará los servicios técnicos de distribución a los operadores en activo en el mercado capaces de instalar descodificadores en los establecimientos públicos con los que la entidad llegue a acuerdos.

III.4 Otros aspectos desarrollados en el borrador de bases

- (83) El borrador de bases incluye, además, otros aspectos relacionados con la comercialización de la emisión de los contenidos de Liga y Copa de S.M. El Rey descritos anteriormente. tales como horarios (puntos 5.4.1 y 5.4.2 del borrador de bases), producción de los contenidos (punto 5.4.3), publicidad, promoción y patrocinio (punto 5.4.5), propiedad (punto 5.4.6), obligaciones de información (punto 5.4.7), condiciones de pago (punto 5.4.8) y otras condiciones generales de contratación (punto 7).
- (84) Por su interés de cara al cumplimiento de lo previsto en el Real Decreto-ley 5/2015 y en la Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia (LDC), se desarrollará lo establecido en el borrador de bases en relación con la producción de contenidos y con determinadas obligaciones de información y de patrocinio de la competición.

III.4.1 Producción de los partidos

- (85) De acuerdo con el borrador de bases, la producción audiovisual de los partidos la llevará a cabo LNFP, bien directamente, bien a través de quien ésta designe, “*al menos en formato HD*”.
- (86) Para la producción de los partidos se contemplan distintos rangos de nivel de producción, según el evento deportivo²⁰:

²⁰ Conjuntamente con la solicitud de informe previo al borrador de bases, LNFP aportó el contrato que la entidad firmó con MEDIAPRODUCCIÓN, S.L.U. (MEDIAPRO) el 20 de agosto de 2015, por el que la primera encarga a MEDIAPRO la realización de un servicio de asistencia técnica de producción audiovisual de los partidos y resúmenes del Campeonato Nacional de Liga y Copa de S.M. El Rey, así como el transporte de la señal de los mismos. Por lo tanto, corresponde a MEDIAPRO la producción audiovisual de los partidos.

RANGOS PRODUCCIÓN PARTIDOS LIGA Y COPA DE S.M. EL REY	
TIPO PRODUCCIÓN	PARTIDOS
Producción Premium	Partidos entre F.C. BARCELONA y REAL MADRID
Producción A	Partidos entre F.C. BARCELONA y REAL MADRID con terceros clubes
Producción B	4 partidos de Primera División y 2 de Copa de S.M. El Rey (dieciseisavos, octavos, cuartos y semifinales)
Producción C	4 partidos de Primera División, 4 de Segunda División y 2 de Copa de S.M. El Rey (dieciseisavos, octavos, cuartos y semifinales)
Producción D	Resto de partidos

Fuente: borrador de bases presentado por LNFP el 5 de octubre de 2015

- (87) Para cada uno de estos rangos de producción, LNFP ha establecido un coste que deberá ser abonado por el adjudicatario²¹, excepto si éste ha adquirido los derechos de emisión de Canal Liga TV (lote 5), Canal Liga TV2 (lote 6), y Canal Liga TV3 (lote 8).
- (88) Para el resto de lotes que contengan partidos (lotes 1, 2, 3 y 4), las bases establecen que los adjudicatarios podrán personalizar la producción entregada, sin personalizar la imagen de juego de los partidos, ni la publicidad perimetral.
- (89) Los precios de cada uno de los niveles de producción aparecen desarrollados en el Anexo I de las bases y serán incrementados anualmente con el IPC. Ahora bien, la propia LNFP en su escrito de solicitud de informe previo ha establecido que el precio incluido en el citado Anexo es un precio tentativo que puede verse modificado antes de la convocatoria definitiva del proceso de licitación.
- (90) LNFP podrá modificar la categoría de producción de un partido al alza, siempre que exista acuerdo con el adjudicatario.

III.4.2 Obligaciones de información

- (91) El punto 5.4.7 del borrador de bases establece como obligación de los adjudicatarios proporcionar a LNFP determinada información para uso exclusivo de la entidad organizadora y *“que será tratada con la máxima confidencialidad”*.
- (92) Esta información se desglosa en dos grupos: cifras de audiencia y cifras de abonados que deben ser remitidas a LNFP en un plazo de tiempo determinado en el borrador de bases.

²¹ Ver Anexo I de las bases.

(93) Las cifras de audiencia que todos los adjudicatarios deben aportar son las siguientes:

- Cifras de audiencia o tráfico de la retransmisión de los partidos o resúmenes, cuotas de mercado, calificaciones/rankings y alcance no duplicado, entre otros.
- Cifras de audiencia detalladas por edad, sexo, clase económica y datos de audiencia minuto a minuto
- Cifras de audiencia o tráfico desglosadas por plataforma de visualización
- Cifras de audiencia o tráfico de la web y número de visualización de los clips

(94) Los datos sobre abonados que los adjudicatarios deberán proporcionar son los siguientes:

- Cifras de abonados y su evolución, tanto abonados a televisión de pago, fija o móvil, como a su red de banda ancha, fija o móvil, a través de cualquier sistema de distribución, tanto de los partidos del lote 4, como de los canales y partidos de los lotes 5, 6 y 8.
- Cifras de abonados que utilicen la portabilidad y territorios de uso de dicha portabilidad.

III.4.3 Patrocinio

(95) En el apartado 5.4.5 del borrador de bases se contemplan diversas obligaciones que los adjudicatarios deben cumplir en la explotación de los distintos lotes y que están relacionados con la identificación del producto Liga y sus patrocinadores, aparición de logos (tanto de la Liga como de su patrocinador principal), prohibición de inserciones publicitarias durante la emisión de los partidos, reservas de derechos (cortinillas, autopromociones, reloj) a favor de LNFP en los lotes 1, 2, 3, 4, 7, etc.

(96) De todas ellas, la CNMC considera que, a efectos de la solicitud de informe, debe destacarse, por las implicaciones prácticas que pudiera tener, que los adjudicatarios no podrán designar ningún patrocinador que pueda entrar en conflicto con los 5 principales patrocinadores de la Competición de Liga (punto 5.4.5 (ii) del borrador de bases)²².

III.5 Derecho a la información

(97) Anteriormente, en la descripción de los lotes objeto del borrador de bases sometido a informe, se ha desarrollado que el lote 1 encontraba su justificación en las obligaciones contenidas en la Ley 7/2010.

(98) Pues bien, de cara a una valoración más completa de la solicitud y de su adecuación al contenido de la citada norma, la CNMC considera necesario

²² Debe tenerse en cuenta que en ningún momento el borrador de bases hace referencia a los patrocinadores de la Copa de S.M. El Rey.

desarrollar otra serie de obligaciones en relación con el derecho a la información que LNFP establece para los adjudicatarios como consecuencia de la aplicación de la Ley 7/2010.

- (99) De acuerdo con el borrador de bases, el derecho de emisión en exclusiva no podrá limitar el derecho de información de los ciudadanos y, para ello, LNFP ha dispuesto que los adjudicatarios de cualquier lote de derechos de emisión en exclusiva que contenga un acontecimiento de interés general autorizarán a la Liga a facilitar a los restantes prestadores la emisión de un breve resumen informativo en condiciones razonables, objetivas y no discriminatorias.
- (100) Estos resúmenes informativos únicamente podrán ser utilizados, de acuerdo con el borrador sometido a informe previo, para programas de información general y sólo podrán utilizarse en los servicios de comunicación audiovisual a petición del usuario si el mismo prestador del servicio de comunicación ofrece el mismo programa en diferido.
- (101) El borrador de bases también establece que no será exigible contraprestación cuando el resumen informativo *“sobre un acontecimiento, conjunto unitario de acontecimientos o competición deportiva se emita en un informativo de carácter general y con una duración inferior a 90 segundos”*.
- (102) Finalmente, LNFP establece que la gratuidad de estos resúmenes informativos no incluye los gastos necesarios para la elaboración de los resúmenes y que, en ellos, deberá aparecer el logotipo o marca comercializadora de la entidad organizadora y del patrocinador principal de la competición.

III.6 Derechos excluidos del procedimiento

- (103) Quedan excluidos del procedimiento de licitación todos los derechos no incluidos expresamente en los lotes relacionados anteriormente, así como aquellos que, en virtud del Real Decreto-ley 5/2015 pertenecen a los clubs de fútbol.
- (104) Además de esta exclusión de derechos el borrador de bases prevé ciertas reservas a favor de LNFP:
- LNFP, en sus entornos digitales, se reserva el derecho a usar y explotar imágenes de la competición de Liga, hasta un máximo de 90 segundos por partido y a partir de la finalización del último partido de Liga de cada jornada, en su página web, en sus aplicaciones, redes sociales, programas de análisis de datos, programas para bases estadísticas para uso profesional, videojuegos, redes sociales y la interacción de todos ellos con los anteriores.
 - El derecho a ceder a sus patrocinadores, colaboradores o socios comerciales imágenes tanto del campeonato de Liga como de Copa de S.M. El Rey con fines promocionales de las citadas competiciones y nunca para resumir el contenido de un partido.

- El derecho a emitir o comercializar resúmenes no exclusivos de un máximo de 6 minutos de cada partido, sin exclusividad, a partir de las 12:00 de la noche del viernes posterior a cada jornada de Liga y, a partir de las 12:00 de la noche del día siguiente a la finalización de cada ronda de Copa de S.M. El Rey, en caso de que el contenido se refiera a partidos de esta competición.

En el propio borrador de bases se prevé la posibilidad de que estos resúmenes de 6 minutos puedan ser objeto de comercialización, en cuyo caso prevé que el precio se fijará atendiendo a la audiencia potencial y al share medio anual del operador al que, en su caso, se comercializaran estos derechos.

IV. OTROS DOCUMENTOS APORTADOS JUNTO A LA SOLICITUD

IV.1 Acuerdo firmado entre LNFP y RFEF el 24 de julio de 2015

- (105) Mediante este acuerdo²³, la RFEF encomienda a LNFP, con base en lo establecido en el artículo 8.2 del Real Decreto-ley 5/2015, la comercialización de los derechos audiovisuales de la competición de Copa de S.M. El Rey, bajo los parámetros establecidos en el artículo 4 del citado Real Decreto-ley²⁴.
- (106) El concepto competiciones se desarrolla en el citado contrato en los términos establecidos por el Real Decreto-ley 5/2015 y sólo quedan excluidas del ámbito de comercialización los derechos audiovisuales de la Final de la Copa de S.M. El Rey y la Supercopa de España, que serán explotados de forma directa por la RFEF²⁵.
- (107) Finalmente, debe destacarse que el periodo de vigencia del acuerdo firmado entre LNFP y RFEF abarca las temporadas 2015/2016 a 2017/2018, ambas inclusive²⁶.
- (108) En el borrador de bases presentado a informe previo de la CNMC ya se recoge como salvedad que, en caso de que en el momento de iniciar el proceso de adjudicación la entidad no contara con los derechos de Copa

²³ En el Real Decreto-ley 5/2015 no está previsto que este tipo de acuerdo sea objeto de informe de la CNMC. Adicionalmente, un acuerdo de este tipo entre LNFP y RFEF está previsto expresamente en el artículo 8.2 de esta norma. En todo caso, cabe señalar que pese a ser un acuerdo entre partes, se valora negativamente la práctica de la indexación de la compensación económica fijada en el mismo respecto al IPC (por su efecto dañino sobre la competencia que la CNMC señala en sus informes IPN 111/13 e IPN/CNMC/015/15).

²⁴ Cláusula 1.1

²⁵ Cláusula Segunda.

²⁶ Cláusula 3.1

de S.M. El Rey para la temporada 2018/2019, éstos se retirarían de los lotes 1 y 6²⁷.

IV.2 Acuerdo firmado entre LNFP y MEDIAPRODUCCIÓN, S.L. (MEDIAPRO) el 20 de agosto de 2015

- (109) Como ya se puso de manifiesto en el informe elaborado por la CNMC el 3 de julio de 2015 en el expediente INF/DC/0001/15, el ámbito objetivo del Real Decreto-ley 5/2015 no abarca únicamente los derechos de emisión de contenidos futbolísticos, sino la integridad de los derechos audiovisuales (incluidos los de producción) que, como consecuencia de la entrada en vigor del citado Real Decreto-ley pasan a ser gestionados de manera centralizada por parte de LNFP.
- (110) En el marco de estas potestades, así como de cara a evaluar las obligaciones impuestas a los adjudicatarios de los derechos de emisión de Liga y Copa de S.M. El Rey en relación con la producción de los partidos objeto del borrador de bases, la CNMC considera necesario desarrollar un apartado específico que analice el acuerdo firmado entre LNFP y MEDIAPRO el 20 de agosto de 2015 y que abarca las temporadas 2015/2016 a 2018/2019.
- (111) El objeto del contrato firmado entre ambas entidades es el encargo por parte de LNFP a MEDIAPRO, de la realización del servicio de asistencia técnica de producción audiovisual de los partidos y resúmenes, así como del transporte de la señal de los mismos.
- (112) Todos los servicios se contratan en exclusiva y, si LNFP quisiera solicitar servicios incluidos en el contrato a un tercero, deberá recabar la previa autorización de MEDIAPRO.
- (113) Puesto que cabe la posibilidad de que LNFP pudiera ampliar su catálogo de contenidos, el mismo contrato establece que los servicios de producción y transmisión serán encomendados a MEDIAPRO en virtud del acuerdo firmado el 20 de agosto de 2015²⁸.

²⁷ Debe tenerse en cuenta que existen derechos relacionados con la Copa de S.M. El Rey en otros lotes ofertados por LNFP (lotes 2, 5, 7, 8 y 9) a los que también aplicaría la salvaguarda formulada en el borrador de bases respecto a los lotes 1 y 6

²⁸ La CNMC considera que el citado acuerdo podría haber vulnerado el contenido del Real Decreto-ley 5/2015, por ejemplo, en lo relativo a los principios de transparencia y libre competencia en el procedimiento de adjudicación de los servicios de producción, así como en la fijación de sus condiciones económicas. Ahora bien, puesto que no se ha solicitado informe previo con respecto al citado contrato se considera que no procede su valoración específica en el presente informe. En cualquier caso, la CNMC tiene la posibilidad de analizar la adecuación del mismo a la normativa de competencia en virtud de lo dispuesto en la LDC y, por ello, se reserva este derecho en relación al contrato firmado entre LNFP y MEDIAPRO el 20 de agosto de 2015, siempre que existan indicios de incumplimiento de lo dispuesto en la LDC o el Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea (TFUE). Además, pese a ser un acuerdo entre partes, se valora negativamente la práctica de la indexación de las compensaciones económicas respecto al IPC (por su efecto dañino sobre la competencia que la CNMC señala en sus informes IPN 111/13 e IPN/CNMC/015/15).

IV.3 Comercialización internacional de los derechos de emisión del Campeonato Nacional de Liga y Copa de S.M. El Rey

- (114) Como se ha visto en el apartado de este informe dedicado al marco normativo, el Real Decreto-ley 5/2015 establece cuáles son los requisitos mínimos que debe reunir la adjudicación de los derechos audiovisuales de Liga y Copa de S.M. El Rey para las temporadas 2016/2017 y siguientes.
- (115) La CNMC ya tuvo ocasión de pronunciarse, en el informe de 3 de julio de 2015 en el expediente INF/DC/0001/15, acerca de un primer borrador de oferta de derechos audiovisuales del Campeonato Nacional de Liga sobre el que LNFP había solicitado informe previo.
- (116) En aquel informe ya se dejó constancia de que, a juicio de la CNMC, el hecho de que el Campeonato de Liga española no se considerara un contenido Premium fuera de España a efectos del análisis de las condiciones ofertadas a la luz de la LDC, el Real Decreto-ley 5/2015 establecía que las condiciones de comercialización de la citada competición a nivel europeo debían ser objeto de informe previo por parte de la CNMC.
- (117) Estas cautelas con respecto al ámbito objetivo que debe analizar la CNMC con carácter previo a la comercialización de derechos audiovisuales son también aplicables a la competición de Copa de S.M. El Rey, ya que el Real Decreto-ley no establece distinciones entre ésta y el Campeonato Nacional de Liga en lo que a sus condiciones de comercialización se refiere.
- (118) Por lo tanto, si bien la solicitud de informe presentada por LNFP únicamente hace referencia a la comercialización de los derechos de emisión del Campeonato Nacional de Liga y Copa de S.M. El Rey en España, la CNMC considera obligado realizar ciertas reservas en relación con otros núcleos de derechos audiovisuales directamente relacionados con el informe previo que se solicita en el momento actual.
- (119) En su escrito de 14 de octubre de 2015, LNFP manifestó que la comercialización internacional de los derechos audiovisuales del Campeonato Nacional de Liga y Copa de S.M. El Rey no debía ser objeto de análisis en el presente informe, ya que la solicitud formulada el día 5 de octubre de 2015, únicamente hacía referencia a la comercialización de derechos de las citadas competiciones futbolísticas a nivel nacional.
- (120) Además, LNFP considera que, la comercialización de los derechos del Campeonato Nacional de Liga en el ámbito de la Unión Europea, la CNMC ya fue objeto de informe por parte de la CNMC el 3 de julio de 2015, mediante el documento “INFORME CNMC SOBRE LA PROPUESTA DE LNFP DE CONDICIONES PARA LA COMERCIALIZACIÓN CENTRALIZADA DE LOS DERECHOS AUDIOVISUALES DE CAMPEONATO NACIONAL DE FÚTBOL EN LAS TEMPORADAS 2015/2016 A 2017/2018” y que, por tanto, no procede su análisis ex post en el marco del presente procedimiento.

(121) Tal y como LNFP establece en su escrito, el informe de la CNMC de 3 de julio de 2015 al que alude la parte establece, en relación con la venta de derechos audiovisuales fuera de España lo siguiente:

“(232) En relación con la comercialización conjunta de los derechos audiovisuales del Campeonato Nacional de Liga fuera de España, la CNMC desconoce la oferta que LNFP pretende formular y, por ello, no puede formular comentario alguno en relación con la misma.

(233) En todo caso, esta CNMC considera necesario advertir que, una vez eliminado todo riesgo financiero de MEDIAPRO en esa comercialización internacional de derechos audiovisuales, parece haberse matizado la calidad de agente de MEDIAPRO, si bien no puede descartarse que la aplicación práctica de la libertad contractual concedida al agente por LNFP pueda dar lugar a una valoración distinta a efectos de aplicación de la normativa de competencia.

(234) Si de esa valoración posterior derivara que MEDIAPRO no ha actuado como mero agente de LNFP se debe advertir que el contrato firmado por LNFP podría constituir un acto de comercialización de los derechos audiovisuales del Campeonato Nacional de Liga de fútbol en países de la Unión Europea distintos de España, que se habría realizado sin haber respetado lo establecido en el RDL 5/2015”²⁹.

(122) El informe que la CNMC emitió en julio de 2015 es claro en dos aspectos. Por una parte, si no se conoce la oferta, difícilmente puede valorarse su conformidad con lo establecido en el Real Decreto-ley 5/2015. Por otra parte, lo único que se conocía en el momento de elaboración del citado informe era la existencia de un contrato firmado entre MEDIAPRO y LNFP para que la primera actuara como agente de la segunda de cara a la comercialización de los derechos del Campeonato Nacional de Liga a nivel europeo y la CNMC valoró la condición de agente de MEDIAPRO con los datos de los que se disponía en aquel momento.

(123) De acuerdo con la información aportada por LNFP la venta de derechos del Campeonato Nacional de Liga en la Unión Europea ya se ha realizado, toda vez que la entidad organizadora de la competición y TELEFÓNICA DE ESPAÑA, S.A., poseedora de los derechos audiovisuales de determinados clubs de fútbol para la temporada 2015/2016, cedió mediante acuerdo tal comercialización a LNFP.

(124) El procedimiento seguido para la negociación de estos derechos se ha sustentado en términos análogos a los que LNFP había apuntado en los documentos remitidos a la CNMC para la elaboración del informe fechado el 3 de julio de 2015, esto es, solicitud de ofertas a los operadores a nivel comunitario y valoración de las mismas.

²⁹ http://www.cnmc.es/Portals/0/Ficheros/Competencia/Novedades/20150708_Informe_LNFP_OK.pdf

- (125) Para la valoración de las mismas se creó una comisión de seguimiento por la que LNFP era quien decidía en última instancia la adjudicación definitiva de esas ofertas, siendo el criterio más aplicado a nivel comunitario el de la mejor oferta económica³⁰.
- (126) En cuanto a la comercialización fuera de España de los derechos audiovisuales de Copa de S.M. El Rey, el Real Decreto-ley 5/2015 establece también en su artículo 4.3 la obligatoriedad de que la CNMC emita informe previo en lo relativo a su explotación.
- (127) Esta situación no se ha producido ni en relación con la venta de derechos de Copa de S.M. El Rey, cuya primera puesta en conocimiento acerca de un sistema de venta centralizada se ha producido como consecuencia de la solicitud de informe previo objeto del expediente de referencia, ni en relación a la comercialización de esos derechos fuera de España.
- (128) La propia LNFP ha establecido en su escrito de 14 de octubre de 2015 que se está procediendo a la comercialización internacional de estos derechos audiovisuales de Copa de S.M. El Rey y, por ello, la CNMC debe advertir que, si esta comercialización se hace efectiva sin la emisión del informe preceptivo y previo al que alude el Real Decreto-ley, se estaría vulnerando lo establecido por la citada norma.
- (129) Ahora bien, la obligación de la CNMC es mencionar aquellos aspectos que ya se conocen de esta comercialización, puesto que, tal y como LNFP ha reconocido, el procedimiento de búsqueda de interesados ya ha comenzado.
- (130) La fórmula utilizada para comercializar estos derechos es la misma que se ha utilizado para comercializar los derechos del Campeonato Nacional de Liga a nivel europeo, es decir, designación de MEDIAPRO como agente de LNFP para esa comercialización, búsqueda de ofertas por parte de MEDIAPRO (esta vez no parece que se haya hecho público el proceso de inicio a diferencia de lo que ocurrió con el Campeonato Nacional de Liga) y, posteriormente, parece que será LNFP quien decida en última instancia (aunque este extremo no se conoce).
- (131) Lo que más sorprende a la CNMC es que no se haya establecido ninguna base jurídica, más allá de un mero mandato por parte de LNFP para que

³⁰ Como se ha visto anteriormente en el caso del acuerdo de producción firmado entre LNFP y MEDIAPRO, si bien es cierto que no procede una valoración del mismo en el presente informe, toda vez que la solicitud de informe previo no abarca la comercialización europea de estos derechos, existen elementos (negociación directa con determinados operadores, adjudicaciones a determinados socios comerciales de MEDIAPRO) que podrían sugerir que se han incumplido principios esenciales establecidos para la comercialización de los derechos de emisión a nivel europeo, como los de transparencia, libre concurrencia y objetividad. En cualquier caso, la CNMC tiene la posibilidad de analizar, siempre que existan indicios de incumplimiento de lo dispuesto en la LDC y/o el TFUE, esta comercialización.

MEDIAPRO actúe como agente de la entidad para la comercialización a nivel europeo de los derechos de emisión del campeonato.

- (132) En este sentido, no se ha producido una modificación del contrato de agencia entre LNFP y MEDIAPRO firmaron para extenderlo a la comercialización de los derechos audiovisuales de Copa de S.M. El Rey fuera de España y, por tanto, no puede descartarse que las condiciones de comercialización puedan modificarse y, por tanto, alejarse de las que actualmente se han iniciado.
- (133) En definitiva, a fecha actual, la CNMC no puede afirmar con certeza cuáles son las condiciones de comercialización a nivel europeo de la competición de Copa de S.M. El Rey y, por tanto, no procede su valoración en el marco del presente informe.

V. VALORACIÓN BORRADOR DE BASES OFERTA NACIONAL

- (134) La CNMC considera que la forma más sencilla de apreciar el cumplimiento o no de las condiciones de comercialización a las que alude el artículo 4.4 del Real Decreto-ley 5/2015, así como valorar su ajuste a los principios de libre competencia, es seguir de una manera más o menos sistematizada es analizar el borrador de bases de acuerdo con cada una de las ocho letras que componen el citado artículo.

V.1 Adecuación del borrador de bases al artículo 4.4.a) del Real Decreto-ley 5/2015

- (135) El Real Decreto-ley 5/2015 exige que la entidad comercializadora concrete en las bases para la comercialización de los derechos audiovisuales en España el contenido de cada uno de los lotes de derechos objeto de comercialización. Además, para cada uno de los lotes, el citado real decreto-ley exige que se delimite el ámbito geográfico de explotación, si la explotación es en abierto o en codificado y si los derechos son exclusivos o no.
- (136) Antes de analizar la adecuación del borrador de bases sometido a informe previo con lo establecido en el artículo 4.4.a) del Real Decreto-ley 5/2015, la CNMC considera necesario matizar que, si bien en este apartado únicamente se va a hacer referencia al contenido formal exigido por el citado artículo, conviene no perder de vista las obligaciones establecidas en la letra d) del mismo artículo 4.4 y, muy particularmente, la obligación de no discriminación entre operadores.
- (137) Por ello, conviene dejar claro que el análisis que se realiza de este punto se entiende sin perjuicio de lo que se valorará posteriormente por la CNMC cuando se analicen las condiciones que la citada norma exige para el procedimiento de adjudicación de los lotes.
- (138) El borrador de bases que se somete a informe previo, únicamente establece lotes relacionados con los derechos de emisión en España y

Andorra del Campeonato Nacional de Liga y Copa de S.M. El Rey para los años 2016/2017 a 2018/2019.

- (139) En este borrador de bases se matiza que los lotes correspondientes a Andorra son, en todo caso, no exclusivos, mientras que para España, todos los lotes ofertados son exclusivos, con ciertos matices, especialmente en lo referente a los resúmenes de los partidos de duración máxima de 12 minutos, que coexisten para los lotes 2, 4, 5, 8 y 9 y los partidos de Segunda División del Campeonato Nacional de Liga, que coexisten en los lotes 3 y 6.
- (140) Sin embargo, conviene hacer ciertas precisiones en relación a la especificación del tipo de emisión (abierto o codificado) que el real decreto-ley exige.
- (141) Tal y como se ha apuntado anteriormente cuando se describía el contenido de cada uno de los lotes objeto de licitación, el borrador de bases sometido a informe previo parece sugerir que existen tres lotes específicos para televisión en abierto (lotes 1 a 3), mientras que los lotes 5, 6 y 8 se reservan a operadores de televisión de pago.
- (142) Con respecto a esta clasificación inicial que parece sugerir el borrador de bases, procede matizar que el **lote 6** (correspondiente a los partidos de segunda división del Campeonato Nacional de Liga) parece ser accesible tanto a operadores de televisión en abierto como de pago cuando en el punto 5.2.2.3 del borrador de bases se establece que este lote *“podrá ser en pago o en abierto”*. Ahora bien, del resto de disposiciones relacionadas con este lote no cabe deducir que los operadores en abierto estén en disposición de acceder al mismo, por lo que la CNMC lo incluye en los lotes reservados a televisión de pago y **se sugiere una modificación de la redacción de cara a evitar erratas en el texto de las bases que puedan llevar a error a los eventuales interesados en el contenido del citado lote.**
- (143) Los lotes 7 (video bajo demanda) y 9 (clips o mini resúmenes) están destinados a operadores que cuenten con plataformas de televisión a través de internet, ya que el contenido que compone cada uno de ellos está limitado a este tipo de tecnología y, por ello, no procede hacer mayores consideraciones en relación a los mismos.
- (144) Sin embargo, el lote 4, correspondiente al derecho a emitir un partido en exclusiva en primera selección de Primera División y un partido en exclusiva en primera selección de Segunda División parece estar abierto a todos los operadores de televisión y, sin embargo, cuando se desarrollan las condiciones en las que el operador debe explotar estos partidos, parece que el contenido queda limitado a los operadores de televisión de pago.
- (145) En efecto, si se observa lo establecido en el punto 5.2.2.4 (i) del borrador de bases, LNFP exige que el operador ponga a disposición de sus clientes el contenido de ese canal de manera independiente, es decir, sin vinculación a otros contenidos o a otras ofertas convergentes.

- (146) Dada la estructura del mercado español de televisión, puede concluirse que los únicos operadores que ofertan contenidos de esta manera son operadores de televisión de pago, pero no los operadores de televisión en abierto.
- (147) Por lo tanto, de cara a clarificar el cumplimiento de lo establecido en el artículo 4.4.a) del Real Decreto-ley 5/2015, **procede revisar la redacción dada al contenido del lote 4 para evitar interpretaciones erróneas de cara a que los interesados en el mismo puedan presentar ofertas.** Adicionalmente, de no corregirse estas inconsistencias, se podrían poner en riesgo los principios de libre competencia en el marco de la implementación del procedimiento de adjudicación de los lotes configurado por LNFP.

V.2 Adecuación del borrador de bases al artículo 4.4.b) del Real Decreto-ley 5/2015 y otras disposiciones relacionadas con la Ley 7/2010

- (148) El Real Decreto-ley 5/2015 establece que la comercialización centralizada de derechos de Liga y Copa de S.M. El Rey debe respetar los acontecimientos de interés general a los que hacen referencia el artículo 20.1 y la disposición transitoria sexta de la ley 7/2010.
- (149) Si bien el artículo 20.1 de la Ley 7/2010 se remite a la elaboración de un catálogo de acontecimientos de interés general para la sociedad, el hecho de que ese catálogo no se haya desarrollado hace que deba aplicarse la disposición transitoria sexta de la misma norma, en la que se establece que, en tanto este catálogo no se desarrolle *“se emitirá en directo y abierto, y para todo el territorio del Estado, un encuentro de fútbol por cada jornada de la Liga de Primera división, así como las semifinales y la final de la Copa del Rey de fútbol, siempre que haya algún canal de televisión en abierto interesado en emitirlo”*.
- (150) El lote 1 del borrador de bases presentado es el encargado de cumplir con lo dispuesto en la Ley 7/2010, al menos en lo que al partido de Primera División del Campeonato Nacional de Liga se refiere, porque no ocurre lo mismo con la Copa de S.M. El Rey.
- (151) A juicio de la CNMC **podría existir una vulneración de la Ley 7/2010, ya que el lote 1 únicamente recoge el derecho a emitir dos semifinales de Copa de S.M. El Rey en segunda selección**, cuando la Ley 7/2010 establece que, en tanto no se apruebe el catálogo de acontecimientos de interés general para la sociedad, debe emitirse en abierto y en directo los partidos que conforman las semifinales de Copa de S.M. El Rey, siendo estos cuatro, siempre que haya operadores de televisión en abierto interesados en este contenido.
- (152) El artículo 4.4.b) del Real Decreto-ley 5/2015 también lleva a analizar otros contenidos de la Ley 7/2010 a los que las entidades organizadores de las competiciones de Liga y Copa de S.M. El Rey deben someterse y que, por su interés, procede valorar en este punto del informe.

(153) En particular, el artículo 1.1 del citado real decreto-ley establece cuál va a ser el objeto y ámbito de aplicación de la citada norma con una salvedad:

“(..)

Lo previsto en el presente apartado se entiende sin perjuicio de la emisión de breves resúmenes informativos a que hace referencia el artículo 19.3 de la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual.”

(154) El artículo 19.3 de la Ley 7/2010 establece en su redacción actual lo siguiente:

“El derecho de emisión en exclusiva no puede limitar el derecho a la información de los ciudadanos. Los prestadores del servicio de comunicación audiovisual que hayan contratado en exclusiva la emisión de un acontecimiento de interés general para la sociedad deben permitir a los restantes prestadores la emisión de un breve resumen informativo en condiciones razonables, objetivas y no discriminatorias. Este servicio se utilizará únicamente para programas de información general y sólo podrá utilizarse en los servicios de comunicación audiovisual a petición si el mismo prestador del servicio de comunicación ofrece el mismo programa en diferido.

No será exigible contraprestación alguna cuando el resumen informativo sobre un acontecimiento, conjunto unitario de acontecimientos o competición deportiva se emita en un informativo de carácter general, en diferido y con una duración inferior a noventa segundos. La excepción de contraprestación no incluye, sin embargo, los gastos necesarios para facilitar la elaboración del resumen informativo. Durante la emisión del resumen deberá garantizarse la aparición permanente del logotipo o marca comercial de la entidad organizadora y del patrocinador principal de la competición.

Los prestadores del servicio de comunicación audiovisual pueden acceder, en la zona autorizada, a los espacios en los que se celebre tal acontecimiento”.

(155) Sin embargo, el borrador de bases sometido a informe previo establece dos particularidades en relación con la norma transcrita.

(156) La primera de ellas es que no será el operador adjudicatario, sino LNFP quien cederá las imágenes a las que se refiere el artículo 19.3 de la Ley 7/2010, cuando refiere que *“los Candidatos que hayan resultado adjudicatarios de cualquier Lote relativo a la emisión en exclusiva de un acontecimiento de interés general para la sociedad autorizan a La Liga a facilitar a los restantes prestadores la emisión de un resumen informativo en condiciones razonables, objetivas...”*. La segunda particularidad es, precisamente la omisión del derecho de acceso a los prestadores del servicio de comunicación audiovisual.

(157) La CNMC no puede estar de acuerdo con la redacción que LNFP ha dado a esta disposición ya que la entidad organizadora no es quien debe proporcionar las imágenes a las que se refiere el artículo 19.3 de la Ley 7/2010, sino que el obligado es el prestador del servicio de comunicación

audiovisual, esto es, el operador adjudicatario o LNFP en el caso de que la emisión del contenido se produzca a través de los canales editados por este adjudicatario.

- (158) En segundo lugar, la existencia de un conflicto previo suscitado entre LNFP y Mediaset España Comunicación, S.A. en sede de la CNMC, precisamente en relación con limitaciones de acceso a los estadios donde se disputan los partidos de fútbol, así como la medida cautelar adoptada por la CNMC el 17 de septiembre de 2015³¹, hacen necesario que **se preserve la redacción originaria del artículo 19.3 de la Ley 7/2010 en las bases para la comercialización en España de los derechos de emisión del Campeonato Nacional de Liga y Copa de S.M. El Rey.**
- (159) Lo contrario podría suponer una infracción de lo dispuesto en la Ley 7/2010 y, por lo tanto, suscitar la intervención de la CNMC para salvaguardar el cumplimiento de lo dispuesto en la citada norma.

V.3 Adecuación del borrador de bases al artículo 4.4.c) del Real Decreto-ley 5/2015

- (160) Como se ha visto anteriormente, LNFP regula los horarios, o al menos las franjas horarias de todos los partidos a emitir con la única excepción del partido de Primera División del lote 1, para lo que se establece que la entidad organizadora valorará la propuesta horaria que el candidato formule en su oferta.
- (161) Sin embargo, en el borrador de bases de ofertas no se determina el procedimiento de adjudicación de cada franja horaria a cada partido, ni se concreta a quién corresponde la decisión última de esta cuestión en caso de discrepancias.
- (162) Esta cuestión es muy relevante, en la medida que el valor de los distintos lotes se puede ver significativamente condicionado por los horarios de los partidos.
- (163) Esta cuestión afecta principalmente a los lotes 4 y 5, puesto que no se determina quién decide en última instancia el horario del partido de Primera División de lote 4 (se dan dos posibles horas, dejando abierta su posible sustitución).
- (164) Respecto a lote 5, el adjudicatario en exclusiva de los 8 partidos de Primera División se ve sometido a la incertidumbre de no saber cuáles van a ser los horarios de los partidos de Primera División de los lotes 1 y 4 (lo que puede afectar al valor del lote 5), ni aparentemente tiene libertad para asignar el resto de horarios disponibles a los partidos según sus intereses comerciales.

31

http://www.cnmc.es/Portals/0/Ficheros/Telecomunicaciones/Resoluciones/2014/Septiembre/2015091_7_Acu_CFT_DTSA_0010_15_MEDIASET_LNFP_Cautelares.pdf

(165) Esta indefinición también genera problemas en relación con los lotes 3 y 6, especialmente si se tiene en cuenta que existe la posibilidad de que en el lote 3 no se adquieran los diez partidos por jornada previstos, por lo que la ausencia de mecanismos de asignación de los horarios a los partidos concretos de los lotes 3 y 6 puede generar incertidumbres significativas sobre su valor.

(166) La CNMC considera que lo establecido en el borrador de bases contradice de manera clara lo exigido por el Real Decreto-ley 15/2015 en su artículo 4.4.c), ya que **al menos deben precisarse las condiciones que permitan la determinación de horarios por parte de los adjudicatarios** y, en el caso de, partido del lote 1, no sólo no ocurre así, sino que se convierte en un elemento valorable de cara a adjudicar el lote. Adicionalmente, de no corregirse estas deficiencias, se podrían poner en riesgo los principios de libre competencia en el marco de la implementación del procedimiento de adjudicación de los lotes configurado por LNFP y de la explotación de dichos lotes.

V.4 Adecuación del borrador de bases al artículo 4.4.d) del Real Decreto-ley 5/2015

(167) Cuando se ha analizado la adecuación de los lotes al artículo 4.4.a) del Real Decreto-ley 5/2015, se ha hecho referencia a que lo analizado en ese apartado del informe no podía entenderse sin relacionarlo con lo dispuesto en el mencionado real decreto-ley en cuanto a los principios que debe regir el procedimiento de adjudicación y que son objeto de valoración por la CNMC en el presente apartado.

(168) El artículo 4.4.d) del Real Decreto-ley 5/2015 exige que el procedimiento de adjudicación de Liga y Copa de S.M. El Rey debe seguir los siguientes principios:

- Procedimiento público
- Transparencia
- Procedimiento competitivo
- No discriminación de licitadores
- Basado en criterios objetivos, principalmente, oferta económica, interés deportivo de la competición y el crecimiento y valor futuro de los derechos audiovisuales que pueda aportar el adjudicatario

(169) De acuerdo con el borrador de bases sometido a informe previo, LNFP cumpliría con el primero de los requisitos establecidos en el Real Decreto-ley 5/2015, en la medida en que el procedimiento de adjudicación se inicia con una comunicación pública a distintos niveles, que permite el conocimiento por parte de los interesados en lo relativo a su apertura³².

³² Resulta sorprendente que LNFP consigne como fecha tentativa para el inicio del procedimiento de adjudicación el 5 de noviembre de 2015, fecha en la que, conforme a lo dispuesto en el artículo 4.3 del

- (170) Al hacer públicas las bases del mismo, también se permite conocer a los adjudicatarios los criterios que LNFP utilizará para la adjudicación de los lotes y también se establece como pública la adjudicación de los distintos lotes.
- (171) Ahora bien, el hecho de que se de publicidad al procedimiento, no implica *per se* que ya se haya cumplido con lo establecido en la norma reguladora de la comercialización centralizada de los derechos de Liga y Copa de S.M. El Rey.
- (172) El Real Decreto-ley 5/2015 exige la concurrencia de otros principios que, a juicio de la CNMC, la actual redacción del borrador de bases presentado a informe previo no cumple en su totalidad.
- (173) Asimismo, el incumplimiento de estos principios también puede afectar negativamente a la dinámica competitiva en el procedimiento de adjudicación y en la explotación de los lotes ofertados por LNFP.

V.4.1 Operadores que pueden concurrir a los lotes objeto de comercialización

- (174) El borrador de bases establece que cualquier persona jurídica con capacidad de obrar puede presentar oferta a los distintos lotes que componen el procedimiento de licitación que LNFP pretende convocar.
- (175) Asimismo, se permite que los operadores puedan constituir UTEs de cara a presentar sus ofertas y también se limita la posibilidad de que un mismo grupo empresarial pueda presentar ofertas simultáneas para los lotes ofertados a través de sus filiales, lo que en principio es positivo, dado que puede facilitar la competencia efectiva en el procedimiento de adjudicación y reducir los riesgos de distorsión del mismo por incumplimiento del principio de oferta única recogido en la normativa de contratación pública.
- (176) Todo ello sin perjuicio de que la valoración de las UTEs dependa de que la constitución de las mismas sirva para incrementar el número de oferentes viables en la licitación y no lleve a una reducción injustificada en la competencia en el procedimiento de adjudicación.
- (177) Ahora bien, en la práctica, los lotes en los que se desglosa la oferta de contenidos realizada por LNFP incluyen restricciones al tipo de operadores que pueden resultar adjudicatarios, lo que podría suponer una vulneración a lo establecido en el artículo 4.4.d) del Real Decreto-ley 5/2015.
- (178) La CNMC considera que esta vulneración únicamente se produciría en aquellos casos en los que la preferencia por un tipo concreto de operador no estuviera suficientemente justificada, en línea con los criterios establecidos por las autoridades de competencia y la jurisprudencia.

Real Decreto-ley 5/2015, finaliza el plazo para que la CNMC elabore su informe. Sin embargo, esta premura en los plazos no implica necesariamente un incumplimiento de lo dispuesto en la citada norma y, por tanto, no procede hacer comentarios adicionales en relación con esta circunstancia.

- (179) De acuerdo con el borrador de bases, los lotes 1 a 3 vienen reservados para operadores de televisión en abierto.
- (180) El primero de ellos (lote 1) se reserva a este tipo de operadores en virtud de lo establecido en la Ley 7/2010, por lo que, al margen de lo establecido en apartados anteriores de cara a la adecuación de la norma, parece lógico y adecuado a derecho que exista esta reserva a favor de los operadores de televisión en abierto en relación con los partidos objeto de ese lote.
- (181) Los lotes 2 y 3 se reservan a favor de los operadores de televisión en abierto, aunque su contenido convive en paralelo con el ofertado en otros lotes a los operadores de televisión de pago. La CNMC no considera especialmente preocupante estas reservas, toda vez que, al incluirse esos mismos derechos en otros lotes, se permite que todos los operadores de televisión, independientemente de su carácter codificado o no, accedan a ese contenido.
- (182) Con respecto al segundo de ellos (el lote 3) sí debe realizarse una precisión en relación a los operadores que pueden concurrir al mismo.
- (183) Como se ha analizado anteriormente, los operadores de televisión en abierto interesados en el citado lote pueden optar a la emisión de un partido mínimo por jornada y hasta un máximo de diez.
- (184) Esta indeterminación del número de partidos por jornada que se pueden adquirir en el lote 3, y la indefinición de los criterios de adjudicación respecto a la posible situación en la que los distintos oferentes demanden números de partidos por jornada diferentes, genera mucha incertidumbre sobre el proceso de adjudicación de este lote, lo que podría distorsionar la competencia. Asimismo, estas distorsiones se extenderían al lote 6, en la medida que el valor del mismo se ve afectado por el alcance de lo que se adjudique en el lote 3.
- (185) Adicionalmente, la indefinición del sistema de fijación de los horarios y la posibilidad de que los horarios de los partidos de Segunda División coincida entre sí también distorsiona el procedimiento de adjudicación del lote 3, en la medida que se penaliza a los operadores de televisión en abierto potencialmente interesados en adquirir este lote que cuentan con un solo canal, por lo que se podrían ver imposibilitados de retransmitir todos los partidos que adquieran, ante el riesgo de solapamiento de los horarios.
- (186) Por las razones expuestas, la CNMC considera que **el lote 3 podría vulnerar el principio de concurrencia competitiva al que se refiere el artículo 4.4.d) del Real Decreto-ley 5/2015 y, por tanto, debería reformularse para evitar situar a unos operadores en situación de ventaja competitiva frente a otros.**
- (187) Por otra parte, esta CNMC no está de acuerdo con la reserva que el borrador de bases hace en favor de los operadores de televisión de pago en relación al lote 4, a la que ya se ha hecho mención anteriormente.

- (188) A juicio de la CNMC, el contenido de ese lote (un partido de Primera División y un partido de Segunda División por jornada, así como diversos derechos adicionales) puede ser asumido por cualquier tipo de operador de televisión cuya oferta económica sea la más alta, independientemente de que emita en abierto o en pago.
- (189) La única razón por la que podría existir esta discriminación entre operadores podría venir dada porque en el caso de que un operador de televisión en abierto presentara la oferta económica más ventajosa en este lote 4, se invalidaría la exclusiva para operadores de televisión en abierto que incluye el lote 2 del mismo borrador de bases³³.
- (190) En definitiva, la valoración inicial que puede hacerse del diseño de ambos lotes de manera combinada indica que, en su redacción actual, el lote 4 incluye una discriminación entre operadores no justificada al excluir de manera directa a los operadores de televisión en abierto cuando no existe ninguna justificación objetiva para ello y, la única explicación aparente, es un mal diseño del contenido del lote 2.
- (191) Además, conviene tener en cuenta que el lote 4, diseñado específicamente para clientes residenciales, tiene un contenido muy atractivo y que, como consecuencia de la puesta en funcionamiento del sistema de venta centralizada que el Real Decreto-ley 5/2015 impuso, LNFP previsiblemente posee una posición de dominio en el mercado de comercialización de los derechos audiovisuales del Campeonato Nacional de Liga³⁴, por lo que, no sólo le resulta de aplicación la citada norma, sino también la normativa específica de defensa de la competencia en lo relativo a los operadores con posición de dominio.
- (192) En este sentido, el artículo 2 de la LDC prohíbe el que un operador en posición de dominio aplique *“en las relaciones comerciales o de servicios, de condiciones desiguales para prestaciones equivalentes, que coloque a unos competidores en situación desventajosa frente a otros”* y, en este caso, como se ha visto, no sólo incluye una situación desventajosa, sino que directamente excluye a una parte significativa de los operadores de televisión en España del acceso a ese contenido.
- (193) Por ello, **la CNMC considera que se debería eliminar la discriminación incluida en el lote 4 del borrador de bases de cara a favorecer que los operadores de televisión en abierto y de pago puedan concurrir en igualdad de condiciones a presentar ofertas en relación con ese contenido.**

³³ Debe recordarse que el lote 2 incluye una exclusiva para televisión en abierto de resúmenes de duración 12 minutos que se configuran como derechos accesorios del lote 4.

³⁴ Puesto que esta cuestión ya fue abordada por la CNMC en el informe emitido el 3 de julio de 2015, no se considera necesario reincidir en ella.

- (194) El problema subsiguiente que se plantea es la potencial vinculación (prohibida por el artículo 4.4.e) del Real Decreto-ley 5/2015) que existiría entre los lotes 2 y 4 del borrador de bases, ya que el lote 2 sólo se podría ofertar en exclusiva a operadores de televisión en abierto si el adjudicatario del lote 4 fuera un operador de televisión de pago, pero en caso contrario, el lote 2 perdería su razón de ser, ya que habría un operador de televisión en abierto que tendría ese contenido.
- (195) En definitiva, **con la modificación del lote 4 se debería modificar el contenido del lote 2 de cara a su adecuación al Real Decreto-ley 5/2015.**
- (196) El lote 5 también queda reservado a los operadores de televisión de pago y, aunque este tipo de lotes de derechos, así como canales de contenido Premium editados en la actualidad en la práctica han sido explotados por operadores de televisión de pago, no puede descartarse que, desde un punto de vista teórico un operador de televisión en abierto decidiera optar a este lote.
- (197) En este sentido, debe tenerse en cuenta que, en el caso del lote 5, el borrador de bases no incluye ninguna justificación objetiva que permita valorar el por qué se reserva a los operadores de televisión de pago este núcleo de derechos.
- (198) **Esta falta de justificación podría llevar a considerar que, con el diseño del citado lote 5, se podría producir una discriminación entre operadores, contraria al artículo 4.4.d) del Real Decreto-ley 5/2015 y al artículo 2 de la LDC.**
- (199) Al margen de ello, la CNMC debe hacer notar en relación con el lote 5 tres particularidades con respecto a lo establecido en otros lotes de derechos.
- (200) Como se ha explicado anteriormente, los operadores en este lote pueden optar, bien al contenido del canal editado por LNFP denominado Canal Liga TV o bien por los derechos de 8 partidos de fútbol de Primera División y todos los partidos de Copa de S.M. El Rey, excepto las semifinales reservadas a los operadores de televisión en abierto.
- (201) Lo primero que llama la atención es que, en realidad, el núcleo de derechos de Canal Liga TV es más amplio que la otra opción ofertada en el mismo lote, ya que, el canal editado por LNFP incluirá los partidos del lote 1, aunque es cierto que en diferido.
- (202) Lo segundo que llama la atención es que, en caso de que el operador decidiera optar por los derechos de emisión de los partidos de fútbol, el borrador de bases no recoge entre los derechos accesorios atribuidos al adjudicatario el acceso a los estadios de fútbol, a diferencia de lo establecido para otros lotes con contenido similar. Esta circunstancia es esencial cuando se está ofertando la posibilidad de que un operador de televisión de pago pueda realizar una programación propia basada en el contenido futbolístico ofertado en el presente lote.

- (203) Finalmente, en caso de que el operador hubiera optado únicamente por la emisión de los partidos de fútbol objeto del lote 5 y decidiera sublicenciar esa emisión, el borrador de base establece como obligación la sublicencia del Canal Liga TV.
- (204) La CNMC considera que estas tres particularidades introducidas en el lote 5 son susceptibles de introducir distorsiones competitivas respecto al procedimiento de adjudicación del lote 5.
- (205) En este sentido, conviene recordar que el artículo 2 de la LDC establece, entre otras, la prohibición para los operadores en posición de dominio “*La aplicación, en las relaciones comerciales o de servicios, de condiciones desiguales para prestaciones equivalentes, que coloque a unos competidores en situación desventajosa frente a otros*” (artículo 2.2 d) de la LDC) y “*La subordinación de la celebración de contratos a la aceptación de prestaciones suplementarias que, por su naturaleza o con arreglo a los usos de comercio no guarden relación con el objeto de dichos contratos*” (artículo 2.2 e) de la LDC).
- (206) En el caso del lote 5, el borrador de bases en su redacción actual establece distinciones en cuanto al acceso del contenido si los operadores deciden optar por la comercialización del Canal Liga TV o únicamente a los partidos, lo que podría implicar una vulneración del artículo 2.2.d) de la LDC y también del Real Decreto-ley 5/2015.
- (207) LNFP también omite en el lote 5 como derecho accesorio el acceso a los estadios de fútbol para realizar programas pre y/o post partido al operador adjudicatario en caso de que este únicamente hubiera presentado oferta por los partidos, lo que implica una discriminación con respecto a otros operadores adjudicatarios de contenido análogo, como son los de los lotes 1, 3 y 4, en los que, únicamente se ofertan derechos de emisión de partidos y no de canales editados.
- (208) Por último, el hecho de que se exija al adjudicatario que en caso de que decida sublicenciar los partidos del lote 5 (sin haber resultado adjudicatario del Canal Liga TV) deba ofertar el Canal Liga TV no sólo incluye una prestación suplementaria que no parece guardar relación con la oferta que el operador presenta (lo que podría infringir el artículo 2.2.e) de la LDC), sino que, además, hace que con la sublicencia LNFP pase a comercializar un canal que, en principio, no debería editar obligatoriamente.
- (209) Por lo tanto, **de cara a cumplir lo establecido en el Real Decreto-ley 5/2015 y en el artículo 2 de la LDC, la CNMC considera que debería reformularse el contenido del lote 5 para evitar los problemas detectados.**
- (210) Ya se ha establecido anteriormente cuál es la interpretación que la CNMC realiza en relación al lote 6 del borrador de bases y su necesaria vinculación a los operadores de televisión de pago.

- (211) El citado lote se corresponde de un único canal, Canal Liga TV2, en el que se incluirán todos los partidos de Segunda División del Campeonato Nacional de Liga, sin que exista posibilidad de que los operadores de televisión de pago que así lo deseen puedan optar únicamente a la explotación de los partidos objeto del lote.
- (212) Esta falta de capacidad de elección por el potencial adjudicatario podría suponer una merma en la capacidad de actuación los adjudicatarios de este lote si los comparamos con los lotes 3 y 5 del mismo borrador de bases.
- (213) Así, el lote 3 diseñado para los operadores de televisión en abierto, permite que un único operador acceda hasta a los 10 partidos objeto del lote y tenga acceso a los estadios para elaborar sus programas específicos pre y post partido.
- (214) Sin embargo, en el caso de los operadores de televisión de pago, la posibilidad de editar contenidos propios se ve anulada y, a diferencia de lo establecido para el lote 3, ni pueden crear sus propios programas ni, en consecuencia, tienen acceso a los estadios de fútbol en los que se van a disputar los partidos objeto del lote.
- (215) Además, si se compara la situación de los lotes 5 (partidos de Primera División) y 6 (partidos de Segunda División), se observa cómo el núcleo de derechos licitados es muy similar y, si bien en el primero de ellos (lote 5), el borrador de bases permite que el operador de televisión opte por el modelo que más convenga a sus intereses comerciales (canal editado o únicamente el contenido de los partidos), en el lote 6 se limita esta capacidad de opción a los operadores.
- (216) La situación descrita no sólo puede generar discriminaciones injustificadas entre operadores, al imponerse en este lote unas obligaciones no concordantes con lo dispuesto para otros lotes similares, sino que, además, esta cuestión ya fue objeto de valoración por parte de la CNMC en el informe emitido el 3 de julio de 2015.
- (217) En el citado informe se valoró el hecho de que un lote de contenido exclusivo incluyera como obligación la de emisión de un canal en los siguientes términos:
- “(141) Por otra parte, existe una incompatibilidad entre el contenido del Lote 2 de emisión en pago (derechos de emisión de un canal editado por LNFP, que se obliga a al adjudicatario a emitir en su plataforma) y el modelo de adjudicación del mismo (en exclusiva).*
- (142) A juicio de esta CNMC, LNFP estaría restringiendo injustificadamente la libertad de empresa del adjudicatario, en la medida que al ser el adquirente exclusivo de los derechos de emisión para clientes residenciales de los partidos de Primera División incluidos en Canal Liga TV, no existe ninguna justificación para que se vea obligado a emitir este canal en su plataforma, y no pueda optar por incluir estos partidos en un canal de edición propia (algo que LNFP permite) sin emitir Canal Liga TV (no permitido por LNFP).*

(143) Solo en el caso de que los derechos de emisión de Canal Liga TV se adjudicasen de forma no exclusiva tendría sentido este empaquetamiento de los derechos de emisión para clientes residenciales de los partidos de Primera División, pues contribuiría al acceso en igualdad de condiciones por parte de todos los operadores a estos contenidos, minimizando los riesgos de distorsión de la competencia.”

(218) **Esta valoración en relación con la existencia de restricciones a la libertad de empresa del adjudicatario, que también resulta aplicable al lote 5 en lo que a la obligación de sublicencia se refiere, debe reiterarse en relación al lote 6 del borrador de bases que LNFP sometió a informe previo de la CNMC el 5 de octubre de 2015, ya que la valoración que la CNMC realizó de la vinculación de canales a lotes de partidos exclusivos no se ha modificado.**

(219) El lote 8 del borrador de bases también se compone de un canal exclusivo (Canal Liga TV3), pero esta vez para clientes no residenciales. **El razonamiento que cabe aplicar para la valoración del lote 8 es el mismo que el realizado anteriormente para el lote 6 en lo referido a la libertad de empresa, máxime cuando el propio borrador de bases defiende la exclusiva sobre el canal.**

(220) Los lotes 7 (partidos bajo demanda en exclusiva) y 9 (clips o mini resúmenes por internet) no presentarían, en principio, problemas como los analizados para los lotes anteriores, por lo que no se va a proceder a una valoración exhaustiva de los mismos.

(221) Ahora bien, conviene hacer notar que **en caso de que LNFP permitiera a los operadores adjudicatarios la explotación de los partidos adquiridos en exclusiva en diferido y sin necesidad de que estos se incluyan en canales de emisión lineal³⁵, podría vaciarse de contenido la exclusiva del lote 7 del borrador de bases.**

V.4.2 Otras observaciones en relación con los contenidos objeto de licitación y su explotación

(222) Además de estas observaciones específicas para cada uno de los lotes, la CNMC considera necesario realizar una serie de observaciones generales que únicamente aplicarán a futuro si se mantienen determinados aspectos del borrador de bases sometido a informe.

³⁵ Debe tenerse en cuenta que el propio Real Decreto-ley 5/2015 establece en su artículo 2.3 “*El club o entidad en cuyas instalaciones se dispute un acontecimiento deportivo de las competiciones a que se refiere el artículo 1 se reservará la explotación de los siguientes derechos:*

a) *La emisión en diferido del encuentro a partir de la finalización de la jornada deportiva, siempre que lo haga directamente a través de un canal de distribución propio dedicado temáticamente a la actividad deportiva del club o entidad participante”.*

Esto implica que, actualmente tanto Real Madrid Club de Fútbol como Fútbol Club Barcelona pueden tener acceso a esos derechos de emisión en diferido de los partidos de fútbol de sus clubs mediante sus canales de televisión Barça TV y Real Madrid TV.

- **Producción de contenidos**

- (223) El borrador de bases sometido a informe establece distintos niveles de producción de los partidos, así como un Anexo en el que se recogen los precios que se aplicarán a los adjudicatarios.
- (224) La CNMC considera que las obligaciones que LNFP ha impuesto a los adjudicatarios en relación con el precio a pagar por cada uno de los distintos elementos son consistentes con lo establecido en el acuerdo firmado entre LNFP y MEDIAPRO el 20 de agosto de 2015, por lo que **reúnen los requisitos necesarios establecidos por el artículo 4 del Real Decreto-Ley 5/2015**.
- (225) Adicionalmente, el hecho de que para un cambio de categoría de producción se exija que el adjudicatario esté de acuerdo limita la posibilidad de que LNFP pueda tomar decisiones unilaterales que afecten al operador adjudicatario desde el punto de vista económico.
- (226) Sólo debería corregirse la errata en relación con los partidos de semifinales de Copa de S.M. El Rey, ya que aparecen incluidos en dos categorías de producción distintas, sin que se explique la razón de esta doble categorización.

- **Obligaciones de información por parte de los adjudicatarios a LNFP**

- (227) La CNMC considera que la inclusión de las obligaciones de información acerca de la audiencia y del número de abonados son claramente inequitativas y desproporcionadas.
- (228) Los datos que LNFP solicita a los operadores adjudicatarios constituyen información comercial extremadamente sensible que puede permitir no sólo conocer datos que hasta ahora los clubs de fútbol, poseedores de los derechos de emisión de los partidos de Liga y Copa de S.M. El Rey, no conocían, sino que, además, pueden, en determinados casos, revelar la propia estrategia comercial del operador adjudicatario, lo que podría distorsionar la dinámica competitiva en la explotación de los contenidos ofertados.
- (229) LNFP no establece la razón por la que los adjudicatarios deben proporcionarle tal información. La CNMC, en aras de buscar una explicación para ello, considera que la solicitud de esta información puede deberse a la necesidad de recabar datos sobre el seguimiento de las competiciones futbolísticas.
- (230) Si esto es así, la entidad debe tener en cuenta que el mercado ofrece diversas alternativas para recabar los datos que la entidad solicita a los adjudicatarios que, además, tienen obligación de aportar en caso de querer acceder a los contenidos ofertados.
- (231) Finalmente, debe tenerse en cuenta que, si bien en caso de comercialización no exclusiva del contenido, podría tener algún sentido la

solicitud de esos datos³⁶, en el caso de los lotes exclusivos que se incluyen en el borrador de bases, estas previsiones no tienen ninguna justificación, toda vez que, de acuerdo con el procedimiento diseñado por LNFP el adjudicatario pagaría un precio fijo y cierto por la exclusiva del contenido.

(232) En definitiva, la CNMC considera que, tal y como están redactadas actualmente, **las condiciones de comercialización de los lotes de emisión de Liga y Copa de S.M. El Rey, las obligaciones de información suponen una vulneración del artículo 4.4.d) del Real Decreto-ley 5/2015, en la medida en que son desproporcionadas y, en su caso, podrían suponer también un abuso de posición de dominio en el sentido del artículo 2 de la LDC por su carácter inequitativo y desproporcionado.**

(233) Para solucionar estos problemas, LNFP debería limitar significativamente los datos que solicita y justificar, entre otras, las razones por las que se solicita esa información a los operadores y la inexistencia de medios alternativos menos perjudiciales para los adjudicatarios para la obtención de tales datos.

- **Obligaciones de los adjudicatarios frente a los patrocinadores de LNFP**

(234) Por otra parte, el borrador de bases establece limitaciones en cuanto a patrocinadores que pueden generar problemas importantes de cara a la explotación del contenido para los operadores de televisión³⁷.

(235) De acuerdo con la información aportada por LNFP, actualmente existen tres operadores que patrocinarían la competición³⁸, al menos para la temporada 2016/2017, pero se ha perdido para esa temporada y futuras el patrocinio principal de BBVA.

(236) La CNMC no puede obviar determinadas informaciones aparecidas en prensa³⁹ de las que se deduce que ya existen operadores interesados en ese patrocinio principal y, entre las opciones posibles, destaca la posibilidad de que este patrocinador principal del Campeonato de Liga sea un operador de televisión de pago.

(237) Si esta previsión se confirma, los operadores de televisión que quisieran acceder a los lotes objeto de licitación, podrían encontrarse con que sus

³⁶ Especialmente para calcular el elemento variable del precio que los adjudicatarios deberían pagar en el caso de lotes no exclusivos.

³⁷ Puntos 5.2.2.5, 5.2.2.6, 5.2.2.7, 5.2.2.8 y 5.4.5 (ii) del borrador de bases.

³⁸ Debe tenerse en cuenta que, actualmente los estatutos internos de LNFP no definen el término patrocinador, por lo que la aplicación práctica de estas disposiciones es altamente impredecible.

³⁹ Véanse, en este sentido : http://www.elconfidencialdigital.com/dinero/Movistar-Samsung-patrocinio-Liga-Futbol_0_2574342557.html , <http://comunidad.movistar.es/t5/Bienvenida-y-Noticias/Movistar-y-Samsung-optan-al-patrocinio-de-la-Liga-de-F%C3%BAAtbol/td-p/2651754>

plataformas entran en conflicto con este operador principal y, por tanto, no cabría incluir publicidad propia del adjudicatario, excepto si este fuera uno de los patrocinadores principales de LNFP, lo que le situaría en una posición claramente ventajosa con respecto al resto de adjudicatarios, contraria al Real Decreto-ley 5/2015 y, también a la LDC.

(238) En la medida en que este patrocinio no se ha producido no puede verificarse esa restricción, pero sí **conviene dejar constancia de los riesgos en los que se podría incurrir de cara a la explotación del contenido si no se establecieran las salvaguardas necesarias en las bases por las que se licitan los contenidos futbolísticos de Liga y Copa de S.M. El Rey que eviten las distorsiones que un operador de televisión como patrocinador de LNFP puede generar en relación a la adjudicación de los lotes de derechos audiovisuales en España.**

(239) Estos efectos se agravan porque, tal y como se ha puesto de manifiesto al explicar el contenido del borrador de bases, uno de los elementos que puede valorar LNFP de cara a la adjudicación es, precisamente la cesión de espacios publicitarios para patrocinar la competición, que, en la práctica, podrían traducirse como la cesión de espacios publicitarios gratuitos a un competidor directo del adjudicatario de los derechos.

- **Reserva de derechos a favor de LNFP**

(240) En primer lugar, la CNMC no puede estar de acuerdo con la existencia de derechos reservados a favor de LNFP que, eventualmente pueden ser comercializados con posterioridad a la adjudicación de los lotes que son objeto de análisis a través del presente informe.

(241) Esta previsión se contempla expresamente en el punto 5.1 del presente informe, cuando el borrador de bases hace referencia a la reserva a favor de LNFP de emitir o comercializar resúmenes no exclusivos de 6 minutos de duración por partido en, cuyo caso, se fijará un precio por parte de LNFP atendiendo a determinados parámetros⁴⁰.

(242) La inclusión de este tipo de reservas puede llevar de manera inexorable a una minoración en el valor real de los lotes de derechos que pretenden adjudicarse en próximas fechas y, por ello incidir en otros elementos críticos del procedimiento de adjudicación que se analizarán posteriormente, como es el caso del precio de reserva. Adicionalmente, estas reservas de derechos pueden distorsionar significativamente el procedimiento de adjudicación y la explotación de los derechos ofertados en el borrador de bases.

(243) La CNMC considera que **este tipo de reservas de derechos inciden negativamente en la exigencia de transparencia en el procedimiento preconizada por el artículo 4.4.d) del Real Decreto-ley 5/2015, y pueden**

⁴⁰ No se puede descartar que se produzca la comercialización de nuevos contenidos audiovisuales, al margen del descrito, no mencionados en el borrador de bases sometido a informe, tales como imágenes para películas, documentales, anuncios...etc.

distorsionar injustificadamente la adjudicación y explotación de los derechos ofertados en los lotes.

- (244) Como única excepción, se podría considerar justificadas las reservas de derechos a favor de LNFP para fines promocionales, para mejorar la exposición pública de la competición, que no incidan de manera directa o indirecta en el valor económico de los derechos licitados en las bases definitivas que se pondrán en conocimiento de los candidatos.
- (245) Además, de cara a evitar problemas futuros, en caso de que LNFP decidiera comercializar nuevos derechos audiovisuales para España, se debería incluir en las bases de la oferta la obligación de solicitar el informe previo a la CNMC, derivada de lo establecido en el artículo 4 del Real Decreto-ley 5/2015.
- **Adecuación del borrador de bases a las nuevas tecnologías**
- (246) A diferencia de las conclusiones alcanzadas en el informe elaborado por la CNMC el 3 de julio de 2015 en el expediente INF/DC/0001/15, **debe valorarse positivamente el hecho de que LNFP no haya excluido del proceso de licitación a aquellos operadores de televisión de pago por razón del tipo de tecnología de emisión.**
- (247) De acuerdo con el borrador de bases, cualquier operador de televisión de pago, independientemente de la plataforma que utilice para efectuar sus emisiones⁴¹, puede optar a la adquisición de los contenidos objeto de licitación reservados para este tipo de lotes.
- (248) Sólo en una ocasión el borrador de bases hace referencia a la necesidad de utilizar medios como descodificadores y es en el caso del lote 8 (Canal Liga TV3 para clientes no residenciales), pero en la medida en que únicamente se utiliza como ejemplo tecnológico para proteger el contenido del citado lote, y existen medios tecnológicos alternativos para operadores de televisión de pago por internet que no instalan equipos descodificadores a sus clientes finales a la hora de prestar sus servicios, la CNMC considera que, también en este caso, cualquier operador de televisión de pago puede acceder a ese contenido exclusivo, siempre que LNFP no obligue a la utilización de descodificadores.
- (249) Sin embargo, sí debe hacerse una precisión en relación con el término “televisión” que el borrador de bases utiliza en el lote 3.
- (250) Como ya se ha apuntado anteriormente cuando se analizaban los operadores que pueden concurrir a este lote, la CNMC interpreta que el término “televisión” utilizado en ese lote en concreto se identifica con “canal”.

⁴¹ Lo único que se exige es que si emite en más de una plataforma simultáneamente, los contenidos se emitan también de manera simultánea.

- (251) Si efectivamente LNFP ha utilizado el término de tal forma por un error se sugiere su modificación para adecuarlo a lo establecido en el resto del borrador de bases.
- (252) En caso contrario, la CNMC se remite a lo puesto de manifiesto en el informe elaborado el 3 de julio de 2015 en el expediente INF/DC/0001/15 en relación con la exclusión de nuevos entrantes al mercado de televisión de pago del procedimiento de adjudicación de lotes de derechos de emisión⁴² y, por tanto, no se van a hacer ulteriores consideraciones.

V.4.3 Procedimiento de adjudicación de los lotes

- (253) Una vez analizado qué tipo de operadores pueden concurrir a ofertar para cada uno de los lotes que conforman el borrador de bases presentado por LNFP, procede analizar el proceso de adjudicación propiamente dicho.
- (254) En relación con este procedimiento, esta CNMC desea una observación formal, pero que puede tener efectos muy relevantes sobre la adjudicación.
- (255) En particular, el hecho de que el borrador de bases del concurso no prevea que la oferta técnico-cualitativa y la oferta económica de cada lote se presenten en sobres separados, y que la apertura de la oferta económica no se pueda producir hasta que la puntuación de la oferta técnico-cualitativa no se haya hecho pública, genera riesgos muy elevados de que las ofertas económicas realizadas en cada lote puedan contaminar la puntuación de las ofertas técnico-cualitativas, lo que llevaría a un sistema de adjudicación que podría ser inequitativo y discriminatorio.
- (256) Por ello, esta CNMC considera que es **esencial que LNFP modifique el borrador de bases para introducir estas previsiones formales de separación en sobres distintos de las ofertas técnico-cualitativas y las económicas, y de no apertura de las ofertas económicas hasta que no se hagan públicas las puntuaciones de las ofertas técnico-cualitativas.**
- (257) Asimismo, esta CNMC considera que existe excesiva indeterminación en los criterios de solvencia económica-financiera y profesional que se deben cumplir para acceder a la licitación, en la medida que no se determina a priori cuál es el umbral mínimo a cumplir, lo que deja excesiva discrecionalidad a la LNFP para excluir a algunas de las ofertas presentadas del procedimiento de adjudicación, e introduce distorsiones injustificadas en el mismo.

⁴² "(163) ...si LNFP desea potenciar las modalidades de emisión cuyo desarrollo técnico y comercial todavía es incipiente (especialmente televisión por internet y televisión móvil), LNFP debería ofertar Lotes específicos para estas modalidades de emisión, al igual que ocurre con los bloques de derechos licitados en las Ligas inglesa y alemana, a las que el real decreto ley alude en su exposición de motivos.

(164) Es cierto que se han incluido como lotes derechos típicamente ligados a las nuevas tecnologías como los clips-resúmenes de los partidos y las emisiones en video bajo demanda, pero ello no excluye que el diseño de las ofertas deba permitir la entrada de estos operadores alternativos a los tradicionales en relación con los derechos exclusivos que son objeto de la oferta formulada por LNFP. "

- (258) Por ello, LNFP debería concretar los umbrales mínimos de solvencia económica-financiera, profesional y técnico-cualitativa que se establecen para acudir a la licitación, que en todo caso deberían ser proporcionados y justificados, y no deberían excluir injustificadamente a los nuevos entrantes o los pequeños operadores.
- (259) Por otra parte, el borrador de bases concede un 65% de valoración al criterio de carácter económico y un 35% a los criterios de carácter técnico-cualitativo y se desarrollan los distintos aspectos que LNFP valorará de cara a la adjudicación de cada uno de los distintos lotes.
- (260) Esta CNMC considera que los criterios de valoración técnico-cualitativos introducidos por la LNFP son desproporcionados, subjetivos y excesivamente indeterminados, y tienen un peso excesivo en la valoración de las ofertas, lo que genera distorsiones muy relevantes en el procedimiento de adjudicación, y puede dar a resultados del proceso discriminatorios e inequitativos.
- (261) En este sentido, gran parte de estos criterios deberían ser concretados por LNFP para cada lote, estableciéndolos como obligaciones mínimas y proporcionadas a cumplir para poder ser adjudicatario de cada lote, sin que puedan utilizarse como criterio de puntuación de la oferta.
- (262) Así, los criterios de explotación, integridad, anti-piratería y garantías son claramente obligaciones mínimas a cumplir, siendo desproporcionado que las ofertas realizadas por los distintos operadores puedan influir en el resultado final de la adjudicación.
- (263) Por otra parte, los criterios de promoción, comunicación⁴³ y estrategia digital se solapan y son excesivamente indeterminados. En este sentido, estos criterios se podrían agrupar y, en todo caso, deberían establecerse fórmulas objetivas que permitan la valoración y comparación equitativa y no discriminatoria de las distintas ofertas presentadas.
- (264) En todo caso, dado el dinamismo del sector publicitario y la multiplicidad de actores y canales presentes en el mismo, difícilmente se puede justificar que una valoración subjetiva de las ofertas presentadas en relación con los criterios de promoción, comunicación y estrategia digital deba prevalecer sobre el mayor rendimiento económico para LNFP de una oferta económica más atractiva.
- (265) En lo que respecta a los horarios del lote 1, LNFP debería concretar los horarios posibles que pueden ofertar los distintos operadores interesados, así como la puntuación que se otorgaría a cada horario.
- (266) Por todo lo anterior, **LNFP debería plantearse utilizar exclusivamente criterios de adjudicación económicos**, y establecer criterios técnico-

⁴³ En relación con este punto, ver lo manifestado anteriormente en relación a los patrocinadores de LNFP.

cualitativos mínimos y proporcionados, como obligaciones mínimas a cumplir para ser adjudicatario.

(267) En el caso de que opte por mantener alguno de los criterios técnico-cualitativos como elemento de valoración de la adjudicación, su peso en la puntuación total debería ser mucho más reducido, deberían establecerse de forma previa las fórmulas concretas que se van a utilizar para puntuar y comparar las distintas ofertas en cada lote, como elemento imprescindible para garantizar la transparencia y la previsibilidad del sistema de adjudicación, y de cara a evitar resultados en la adjudicación inequitativos y discriminatorios.

(268) Asimismo, en el caso de que se mantengan criterios de valoración técnico-cualitativos, las fórmulas de valoración de las ofertas técnico-cualitativas y las económicas deberían modificarse, introduciendo fórmulas lineales, a fin de posibilitar que, en cada ámbito, la mejor oferta reciba la máxima puntuación, y la peor oferta no reciba puntos en ese ámbito.

- **Precios de reserva**

(269) Esta CNMC es muy crítica con lo relativo a la fijación de los precios de reserva y la aplicación de los sistemas subsidiarios de adjudicación o no de los lotes en el caso de que no se alcancen, en la medida que el sistema diseñado por LNFP es excesivamente discrecional e introduce incertidumbre y excesivas distorsiones de la competencia en el procedimiento de adjudicación de los lotes.

(270) Lo primero que debe resaltarse es lo confuso del sistema, pues si bien en determinados apartados del borrador de bases parece sugerirse que en caso de alcanzarse el precio global de reserva los lotes serán objeto de adjudicación, con independencia del precio individual de reserva que se hubiera establecido para cada uno de los lotes individualmente considerados, en otros puntos de las mismas bases no parece que esto sea así⁴⁴.

(271) Por eso, **la CNMC considera que debe formularse una redacción inequívoca por parte de LNFP de cara a que los operadores conozcan en qué casos se puede obviar el procedimiento de adjudicación.**

(272) De cara a analizar las consecuencias de este modelo, la CNMC ha optado por situarse en el peor escenario derivado del borrador de bases sometido a informe, esto es, qué ocurre en caso de no alcanzarse el precio global de reserva y qué ocurre en caso de que cada lote individual no alcanza el precio de reserva (aunque se hubiera alcanzado el precio de reserva global) fijado unilateralmente por parte de LNFP o quien esta designe.

(273) Como se ha analizado anteriormente, existen lotes en los que los derechos que conforman los contenidos de los mismos son concurrentes o

⁴⁴ La propia LNFP en su respuesta a la solicitud de información que la CNMC había efectuado con fecha 7 de octubre de 2015 comete este error.

potencialmente concurrentes, otros lotes en los que el producto ofertado puede ser distintos dependiendo de la opción del candidato y, además, una serie de derechos reservados a favor de LNFP que pudieran tener incidencia en la valoración económica que los candidatos hagan de los derechos objeto de licitación.

- (274) Esta situación genera, a juicio de la CNMC, un problema serio de cuantificación del precio de reserva de cada uno de los lotes, tanto desde la perspectiva de la entidad organizadora o quien esta designe, que debe ponderar la existencia de contenidos concurrentes entre diversos lotes, como desde el punto de vista de los operadores interesados en esa adquisición, quienes en principio no optan a contenidos exclusivos de manera total, sino parcial.
- (275) Una fijación errónea de los precios de reserva podría llevar a situaciones inequitativas entre operadores y tener unas consecuencias prácticas no deseables a la luz de la LDC, dadas las características del producto y la previsible posición de dominio que LNFP tiene en el mercado español de comercialización de derechos audiovisuales de Liga y Copa de S.M. El Rey.
- (276) Adicionalmente, se debe tener en cuenta que el valor económico de todos los lotes está interrelacionado, por lo que cualquier modificación en la composición o alcance de los lotes, o el conocimiento previo del adjudicatario de algunos lotes, afecta al valor de todos los demás lotes.
- (277) Por lo tanto, la implementación de los precios de reserva que propone LNFP, que puede conllevar escenarios en los que unos lotes se adjudican y otros no, generaría situaciones discriminatorias y claramente distorsionadoras de la competencia.
- (278) Pero es que, además, el propio borrador de bases es equívoco en relación a lo que ocurriría si se alcanzara el precio de reserva individual de un lote y, sin embargo, no se alcanzara el precio global de reserva.
- (279) De la redacción dada al punto 6.5 del borrador de bases parece deducirse que, en estos casos, no se adjudicaría el lote, sino que se seguirá el sistema subsidiario previsto en el punto 5.3 del mismo documento.
- (280) Dada esta situación de indeterminación, así como la gran dificultad para fijar precios individualizados para cada lote y las distorsiones que genera la adjudicación escalonada de los lotes (con o sin modificaciones), **la CNMC considera que lo más equitativo sería la fijación de un precio de reserva global, sin establecer precios de reserva individuales.**
- (281) El segundo aspecto que debe resaltarse relacionado con el precio de reserva es el desconocimiento en cuanto a la fórmula que permita una cuantificación del mismo.
- (282) LNFP manifestó en el escrito remitido a la CNMC el 14 de octubre de 2015 que la fijación del precio de reserva se basaría en el monto económico que la comercialización de los derechos de Liga y Copa de S.M. El Rey hubieran alcanzado en España en lotes similares comercializados por la entidad, así

como en la comparativa con los precios alcanzados en países como Alemania, Italia, Francia o Reino Unido en los que la importancia de la competición y la situación socioeconómica permiten su comparación con el mercado español.

- (283) La CNMC considera que los parámetros establecidos por LNFP de cara a fijar el precio de reserva, tanto global como individual, son razonables, pero debe advertir que éstos deben ser adaptados a la realidad del mercado español, donde la comercialización centralizada de estos derechos es incipiente y se cuenta con una estructura en el mercado de televisión, especialmente en lo que a televisión de pago se refiere, en proceso de consolidación tras la operación de concentración TELEFONICA/DTS.
- (284) **Por ello, la CNMC considera que la fijación del precio de reserva no puede ser tal que excluya a una parte significativa del mercado y deje al operador principal en una clara ventaja competitiva frente al resto de potenciales interesados.**
- (285) Además, si bien es cierto que la estrategia de LNFP puede ser óptima para la fijación de un precio global de reserva, no resulta tan ajustada para la fijación del precio de reserva por cada uno de los lotes.
- (286) La acumulación de tecnologías de explotación para cada lote, el desconocimiento de los precios alcanzados de forma desagregada a nivel internacional, así como la reserva legal de determinados contenidos a los operadores de televisión en abierto, distorsiona en gran medida la posibilidad de fijar un precio individual por lote en los términos expuestos por LNFP, por lo que, de cara a evitar distorsiones, la CNMC reitera que lo adecuado sería fijar únicamente un precio de reserva global y no individual.
- (287) De esta forma se evitaría incurrir, entre otras, en una posible vulneración del artículo 4.4.d) del Real Decreto-ley 5/2015 en lo referente a la fijación de criterios objetivos en el proceso de adjudicación de derechos.
- (288) Finalmente, se debe hacer una advertencia en caso de que LNFP optara porque un tercero fuera el que determinara el precio de reserva.
- (289) El borrador de bases no hace ninguna precisión adicional en cuanto al tercero que LNFP podría designar y, **la CNMC considera necesario que se aclare que este tercero deberá ser, al menos, un tercero independiente y no relacionado directa o indirectamente con los derechos que son objeto del proceso de licitación.**
- (290) Esta precisión es necesaria para garantizar la transparencia y objetividad del procedimiento y evitar distorsiones en la presentación de ofertas por parte de los operadores que estuvieran interesados en los lotes objeto de adjudicación.

- **Procedimiento subsidiario de adjudicación de lotes**

- (291) En caso de que este precio de reserva global no se alcance, la adjudicación de los lotes se hará de acuerdo con las normas subsidiarias establecidas en el borrador de bases presentado a informe previo.
- (292) Esta situación también se produciría en caso de que un lote no alcanzara el precio individual de reserva, aun cuando se hubiera alcanzado el precio global de reserva.
- (293) Pues bien, **la CNMC considera que el procedimiento subsidiario de adjudicación que se recoge en el borrador de bases no reúne los requisitos exigidos por el artículo 4.4.d) del Real Decreto-ley 5/2015 y, además, de aplicarse, podría suponer un abuso de posición de dominio en el sentido del artículo 2 de la LDC.**
- (294) Todos los lotes, excepto el lote 5, prevén un procedimiento subsidiario basado en la negociación directa con el operador que mejor oferta hubiera presentado para cada uno de los lotes de derechos ofertados.
- (295) Esta solución es insostenible a la luz del Real Decreto-ley 5/2015 y de la LDC por diversos motivos.
- (296) En primer lugar, si se mantiene el precio de reserva individual por lote en las bases definitivas⁴⁵, lo lógico sería que aquel operador que, habiendo superado ese precio, obtenga la mayor puntuación de acuerdo con lo establecido en el borrador de bases, resulte adjudicatario del lote.
- (297) Lo contrario vulnera los principios del artículo 4.4.d) del Real Decreto-ley 5/2015 en lo referente a transparencia, concurrencia competitiva, no discriminación y objetividad en cuanto al procedimiento de adjudicación.
- (298) En segundo lugar, en caso de que ningún operador alcanzara el precio de reserva, tampoco resulta asumible que LNFP opte por negociar con aquel que hubiera presentado la mejor oferta excluyendo al resto de candidatos de esta segunda negociación.
- (299) Según el borrador de bases, todos ellos conocerían cuál era el precio de reserva que se había fijado para el lote controvertido (y, en su caso, el precio de reserva global), así como cuál ha sido la adjudicación del resto de lotes y, sin embargo, quedaría excluidos de una nueva puja, aun cuando estuvieran en una situación análoga a la de aquel que hubiera obtenido mayor puntuación. Asimismo, estos operadores excluidos podrían tener incentivos a modificar su oferta si se modifican las condiciones de ese lote u otros, o si se conocen cuáles han sido los adjudicatarios de otros lotes.
- (300) Esta situación, en caso de mantenerse en los términos actuales, podría vulnerar, a juicio de la CNMC, no sólo el artículo 4.4.d) del Real Decreto-ley 5/2015, sino que también podría entrar en conflicto con la normativa de defensa de la competencia, en la medida en que el artículo 2 de la LDC

⁴⁵ Algo con lo que la CNMC no está de acuerdo por razones ya expuestas

prohíbe a los operadores con posición de dominio la discriminación entre operadores y la fijación de condiciones de negociación inequitativas que sitúe a unos operadores en ventaja competitiva frente a otros sin justificación objetiva suficiente.

- (301) Para completar el sistema subsidiario, el borrador de bases sugiere soluciones distintas en caso de que no se alcanzara un acuerdo mediante negociación individual, lo que ya de por sí podría considerarse contrario a la objetividad preconizada por el artículo 4 del Real Decreto-ley 5/2015 si no existe justificación objetiva para esa pluralidad de soluciones.
- (302) En el caso del lote 1, se propone una nueva solicitud de ofertas, aunque se desconoce cuáles serían los parámetros de valoración que LNFP aplicaría en esa nueva convocatoria.
- (303) Debe tenerse en cuenta que, de acuerdo con el artículo 20.1 de la Ley 7/2010, los derechos del lote 1 siempre deben ser adjudicados a un operador de televisión en abierto cuando exista interés y, por lo tanto, se podría llegar al supuesto de que el valor económico real de estos derechos fuera irrisorio comparado con el de otros lotes, lo que tendría una incidencia directa tanto en la valoración económica de otros lotes como, muy especialmente, en la valoración que se hubiera dado a este lote sobre el precio de reserva global.
- (304) Para los lotes 2 y 3 se prevé o bien nueva solicitud de ofertas, o bien la no adjudicación de los derechos objeto de comercialización. Debe recordarse que estos lotes, reservados para la televisión en abierto, tenían como fundamento (al menos en lo referente al lote 2) garantizar una mayor notoriedad y visibilidad para las competiciones objeto del procedimiento de adjudicación.
- (305) Sin embargo, depende de cómo se desarrolle el procedimiento de adjudicación, ambos lotes (cuyo núcleo de derechos es, además coincidente con otros ofertados para televisión de pago) pueden llegar a ni siquiera adjudicarse, lo que pone en cuestión la reserva de estos lotes a favor de los operadores de televisión en abierto y puede introducir distorsiones anticompetitivas relevantes en la adjudicación y explotación de otros lotes⁴⁶.
- (306) En el caso del lote 4, se opta por, en caso de no llegar a acuerdo con el mejor oferente, proceder a una nueva solicitud de ofertas.
- (307) En este caso tampoco se conoce cómo se sustanciaría el procedimiento de solicitud de nuevas ofertas, si LNFP fijará un precio de reserva específico

⁴⁶ En este sentido, los operadores de televisión en abierto no pueden concurrir al lote 6 del borrador de bases, lo que les excluye del acceso a ese contenido y supondría una discriminación con respecto a los operadores de televisión de pago. Además, también se podrían generar distorsiones en el precio final de los lotes que incluyen estos derechos y que, en caso de producirse, podrían ser objeto de análisis por parte de la CNMC en un momento posterior al de adjudicación.

en ese nuevo procedimiento, qué ocurrirá en caso de que éste no se alcance, etc.

(308) Para los lotes 6 y 8, LNFP prevé como solución última su comercialización directa a través de OTT o mecanismos similares (en el primer caso) y, a través del alquiler de equipos a operadores activos en el caso del lote 8.

(309) Esta solución es sorprendente si se tiene en cuenta que ambos lotes se corresponden con los canales editados por LNFP Canal Liga TV2 y Canal Liga TV3 y que la opción supletoria ofrecida con respecto al Canal Liga TV (lote 5) es la contraria, esto es, la comercialización no exclusiva del canal.

(310) La puesta en práctica de una solución en este sentido para los derechos de emisión de Liga para clientes no residenciales ya fue cuestionada por la CNMC en el informe de 3 de julio en los siguientes términos:

“(202) Esta solución es claramente distorsionadora de la competencia, pues habilita a LNFP a reservarse de facto un segmento del mercado de televisión de pago muy deseable, el no residencial, trasladando el monopolio sobre los derechos audiovisuales del Campeonato Nacional de Liga de Fútbol a este ámbito.

(203) En este sentido, dado que existen múltiples operadores de televisión de pago que ofertan servicios al segmento no residencial de televisión de pago, no tiene ninguna justificación que en caso de no fructificar la oferta exclusiva de los derechos de emisión del Campeonato Nacional de Liga de Fútbol para este segmento no residencial, LNFP no opte por una solución menos distorsionadora, la oferta de estos derechos en condiciones no exclusivas, al igual que prevé para el segmento residencial.”

(311) Pues bien, en el marco actual, la crítica no sólo debe hacerse con respecto a la competición de Liga, sino también respecto a la Copa de S.M. El Rey (resto de contenido que conforma el lote 8), así como en relación a los partidos de segunda división que, actualmente, conforman la oferta televisiva futbolística del principal operador de televisión de pago en España y que, pese a no ser considerado un contenido Premium, sí se han utilizado para la captación de clientes⁴⁷.

(312) Además, la situación descrita en el anterior informe se ve agravada en la medida en que LNFP necesita alquilar de los operadores de televisión de pago los medios técnicos necesarios para comercializar el contenido del lote 8, lo que pone en cuestión la independencia de la entidad frente al resto de operadores de televisión de pago.

(313) De hecho, con esta previsión se podría llegar a la situación de que como consecuencia del alquiler de esos equipos el usuario tuviera que contratar no sólo con LNFP, sino también con el operador de telecomunicaciones propietario de tales medios técnicos la prestación de servicios vinculados a

⁴⁷ Ver, por ejemplo, http://cincodias.com/cincodias/2015/08/13/empresas/1439462939_966912.html o <http://comunidad.movistar.es/t5/Movisfera/Arranca-la-nueva-temporada-de-f%C3%BAAtbol-de-Primera-y-Segunda/ba-p/2588828> ,

los de televisión, que, además, podría ser interesados en la adquisición de los lotes de emisión de contenidos futbolísticos para televisión de pago que LNFP tiene intención de ofertar.

- (314) LNFP también prevé la comercialización directa del lote 7, bien sea a través de servicios OTT u otros similares. Esta solución tiene los mismos problemas detectados para otros lotes en los que LNFP prevé su comercialización directa y, por ello, tampoco parece adecuada de cara a respetar los principios establecidos por el Real Decreto-ley 5/2015.
- (315) Para los lotes 5 y 9, el borrador de bases establece un mecanismo residual de comercialización no exclusiva.
- (316) En el caso del lote 5, el borrador de bases establece que para la comercialización no exclusiva, el adjudicatario pagará un precio por cada uno de los abonados y, además, se fijará un precio mínimo en función del número de abonados al Canal Liga TV en televisión de pago y en función del número de accesos a banda ancha que tengan los adjudicatarios.
- (317) Es decir, se desconoce el precio por abonado y, en cuanto al mínimo establecido en el borrador de bases, tampoco se sabe cómo se va a calcular el mínimo a repartir entre los distintos operadores interesados en la emisión del Canal Liga TV, sino que el precio que LNFP fije unilateralmente como mínimo se repartirá entre los adjudicatarios de manera proporcional.
- (318) Queda claro que el procedimiento carece de la transparencia necesaria para que los operadores interesados en el lote 5 puedan formular una oferta o, por el contrario, optar por una comercialización no exclusiva del canal y, dese luego, el método supletorio carece de elementos esenciales para considerarlo objetivo y transparente a efectos del artículo 4 del Real Decreto-ley 5/2015.
- (319) En cuanto al lote 9, la fijación del precio para su comercialización no exclusiva se hará con base en la audiencia potencial del operador y en el share medio anual, lo que resulta sorprendente si se tiene en cuenta que este lote únicamente se explota vía internet, donde es muy difícil calcular shares.
- (320) En definitiva, la CNMC considera que el procedimiento subsidiario que LNFP propone de cara a la adjudicación de los lotes objeto del borrador de bases cuando no se supere el precio de reserva, además de no reunir los criterios exigidos por el Real Decreto-ley 5/2015 es claramente distorsionador de la competencia, existiendo otras soluciones más pro competitivas.
- (321) Ya se ha explicado anteriormente por qué la CNMC considera que es distorsionador incluir un precio de reserva individual para cada uno de los lotes y por qué, en consecuencia, resulta mucho más acorde con el Real Decreto-ley 5/2015 y con la LDC el fijar un precio global de reserva que, en

caso de alcanzarse supondría la adjudicación de todos los lotes ofertados al operador que hubiera obtenido mejor puntuación.

- (322) Una vez sentada esta premisa, procede analizar si existe la posibilidad de un procedimiento subsidiario de adjudicación o si, por el contrario, no debería producirse tal situación.
- (323) A juicio de la CNMC, lo lógico en estos casos sería comunicar el precio de reserva global a los oferentes y convocar un nuevo proceso de adjudicación, en el que se podrían mantener o modificar las características de los lotes ofertados, tal y como ya realizan otras entidades gestoras de derechos futbolísticos⁴⁸.
- (324) Ahora bien, **si LNFP desea mantener mecanismos subsidiarios de adjudicación, deberían eliminarse todos los mecanismos que propugnan una negociación directa con los operadores mejor valorados en una primera ronda si el lote no ha sido adjudicado, así como impedirse las adjudicaciones escalonadas de los lotes.**
- (325) A partir de ahí, teniendo en cuenta las alegaciones presentadas por LNFP en su escrito de 14 de octubre de 2015 y la naturaleza de los derechos de cada lote, lo lógico sería que, con respecto al lote 1 se convoque un nuevo proceso de presentación de ofertas y su contenido se adjudique en segunda ronda de la oferta mejor valorada, independientemente de su monto económico, al ser esta la previsión del artículo 20 y de la disposición transitoria sexta de la Ley 7/2010.
- (326) Las soluciones alternativas para la comercialización de los lotes 5, 6 y 8 parecen claras, en la medida en que la solución menos restrictiva para la competencia sería la de su comercialización no exclusiva, con las prevenciones que la CNMC ya expuso en su informe de fecha 3 de julio de 2015 en el expediente INF/DC/0001/15⁴⁹.

⁴⁸ Véase en este sentido la Resolución del Consejo de la CNMC de fecha 30 de julio de 2015 en el expediente S/0542/14 UEFA (<http://www.cnmc.es/es-es/cnmc/ficha.aspx?Num=S%2fDC%2f0542%2f14&ambito=Conductas>)

⁴⁹ "(196) Por ello, todo intento de LNFP de establecer un fijo muy elevado a repartir entre los distintos operadores de televisión de pago interesados en emitir Canal Liga TV podría ser distorsionador de la competencia y contraproducente para el desarrollo comercial de Canal Liga TV en España.

(...)

(200) la CNMC entiende que LNFP debe asumir un riesgo razonable en relación con la comercialización no exclusiva de Canal Liga TV a clientes residenciales, por lo que el fijo a repartir entre los distintos operadores de televisión de pago interesados en emitir Canal Liga TV debería situarse en niveles razonables que permitan una compartición equilibrada de los riesgos comerciales y que tengan en cuenta los ingresos de LNFP por otras vías."

- (327) Quizás las más complejas de implementar sean las de los lotes 2, 3 y 4, precisamente por la configuración que el borrador de bases hace actualmente de esos lotes.
- (328) En el caso del lote 4 que, en principio debería estar abierto tanto a operadores de televisión de pago como operadores de televisión en abierto, se podría proponer como solución menos restrictiva, además de una nueva ronda de negociaciones, la puesta a disposición no exclusiva únicamente para los operadores de pago, al igual que el resto de contenidos más atractivos, toda vez que estos operadores parecen tener más disposición a pagar por un contenido Premium que los operadores de televisión en abierto, con criterios análogos a los que se establezcan para los lotes 5, 6 y 8.
- (329) En el caso de los lotes 2 y 3, la solución es mucho más problemática en la medida en que, como se ha explicado anteriormente, al concurrir derechos con otros lotes, la fijación del precio mínimo en segunda ronda de negociaciones podría dar lugar a la creación de situaciones inequitativas con respecto a los operadores de televisión de pago.
- (330) Por ello, en caso de que no se hubieran podido adjudicar esos derechos mediante una nueva ronda de negociaciones en la que se tenga en cuenta estas circunstancias, quizás la solución más equitativa fuera la de su eliminación de estos lotes, en la medida que sus derechos ya están contemplado en otros lotes.

V.5. Adecuación del borrador de bases al artículo 4.4.e) del Real Decreto-ley 5/2015

- (331) El borrador de bases presentado, si bien tiene contenidos comunes a los diversos lotes, no incluye vinculaciones entre ellos.
- (332) Tal y como se ha expuesto, LNFP ha diseñado un sistema en el que, con ciertas reservas ya expuestas, se permite que tanto los operadores de televisión de pago, como los operadores de televisión en abierto puedan acceder a los contenidos futbolísticos del Campeonato Nacional de Liga y Copa de S.M. El Rey y cada lote tiene una oferta
- (333) Además, cada uno de los lotes de contenidos más atractivos reúne un contenido principal irreplicable en cualquiera otro de los lotes, por lo que la CNMC considera que **el borrador de bases cumple lo dispuesto en el artículo 4.4.e) del Real Decreto-ley 5/2015.**

V.6 Adecuación del borrador de bases al artículo 4.4.f) del Real Decreto-ley 5/2015

- (334) El borrador de bases cumple con lo dispuesto en el artículo 4.4.f) del Real Decreto-ley 5/2015, en la medida en que únicamente abarca tres temporadas: 2016/2017 a 2018/2019.
- (335) En el caso de Copa de S.M. El Rey este periodo podría verse limitado a dos temporadas, pero en ningún caso ampliarse, por lo que no generaría problema alguno en relación con su adecuación al real decreto-ley citado.

(336) Ahora bien, la citada norma exige en su artículo 4.1 que *“El sistema de comercialización y explotación de los derechos audiovisuales se regirá por el principio de libertad de empresa dentro del marco del sistema de evaluación establecido por la normativa europea y española de la competencia”*.

(337) Por ello, en el este punto dedicado a la vigencia de los contratos que eventualmente pudiera firmar LNFP con los operadores adjudicatarios, procede hacer referencia a los pronunciamientos que los Tribunales de Justicia, la CNMC y sus organismos predecesores han realizado en relación a lo que debe entenderse por temporada a efectos de aplicar este concepto a la adquisición de derechos audiovisuales de las competiciones futbolísticas de Liga y Copa de S.M. El Rey⁵⁰.

(338) Como ejemplo de esos pronunciamientos se puede citar lo dispuesto en la Resolución del Consejo de la extinta Comisión Nacional de la Competencia (en adelante, CNC) de 5 de mayo de 2012 en el expediente VS/0006/07, en la que se establecía;

“A este respecto, como se ha señalado, el dispositivo primero se refiere a la duración máxima de los contratos, y ésta no es superada por ninguno de los tres contratos firmados por DTS con ATHLETIC DE BILBAO, REAL ZARAGOZA y REAL SOCIEDAD. Ahora bien, este dispositivo primero debe ser objeto de una interpretación conforme, en particular, con el fundamento de derecho decimoquinto, donde es clara la voluntad del Consejo de considerar incompatibles, por sus efectos restrictivos, con los arts. 1 de la LDC y 101 del TFUE los contratos de adquisición que, por su duración y antelación con la que se firman, excluyen los derechos audiovisuales contractuales del mercado por más de 3 temporadas completas.

Siendo cierto que ninguno de los contratos ahora analizados cede derechos audiovisuales del club a DTS parte por más de tres temporadas completas...

(...)

...la discrepancia entre la DI y las partes contratantes se centra en la antelación con la que se han firmado y, específicamente, si la actual temporada 2011/2012 debe ser o no incluida a la hora de computar el tiempo por el que los derechos de los clubes quedan fuera del mercado de adquisición.

(...)

Llegados a este punto, de nuevo, es preciso subrayar que el objetivo del sistema de cómputo establecido en la Resolución de 14 de abril de 2010 es determinar "los efectos restrictivos que puede producir la duración sobre el

⁵⁰ Véanse en este sentido la Resolución del Consejo de la CNC de 14 de abril de 2010 en el expediente S/0006/07 (<http://www.cnmc.es/es-es/cnmc/ficha.aspx?Num=S%2f0006%2f07&ambito=Conductas>), así como los diversos pronunciamientos adoptados por la CNC y CNMC en el marco de la vigilancia de la citada Resolución (<http://www.cnmc.es/es-es/cnmc/ficha.aspx?Num=VS%2f0006%2f07&ambito=Vigilancia> y <http://www.cnmc.es/es-es/cnmc/ficha.aspx?Num=SNC%2f0021%2f12&ambito=Sancionadores+Ley+30>).

mercado de adquisición y en los mercados verticalmente relacionados", y a este respecto es relevante el hecho de que DTS no es el titular o cesionario de los derechos de esos tres clubes para la temporada 2011/2012, como también que, al menos, en el caso de los derechos audiovisuales del REAL ZARAGOZA fueron ofertados de modo transparente y predecible a distintos operadores (folio 1575)."

- (339) En la medida en que el proceso de adjudicación objeto del presente informe varía sustancialmente el procedimiento seguido hasta fechas muy recientes en lo relativo a la comercialización de los derechos audiovisuales de Liga y Copa de S.M. El Rey, no se prevé que el hecho de que la comercialización en noviembre de 2015 deje fuera del mercado esos derechos por un periodo superior a las tres temporadas vaya a causar efectos restrictivos sobre el resto de mercados relacionados con la adquisición de esos derechos de emisión, por lo que el borrador de bases también sería en principio conforme a la LDC en este sentido.

V.7 Adecuación del borrador de bases al artículo 4.4.g) del Real Decreto-ley 5/2015

- (340) De acuerdo con el borrador de bases, no existe limitación de cara a que los interesados puedan presentar ofertas a todos los lotes en los que estén interesados.
- (341) Esta circunstancia permite, a priori, que un único operador acapare todos los lotes en caso de que las ofertas presentadas individualmente a cada uno de ellos sean las mejor valoradas.
- (342) Para evitar este tipo de situaciones, el borrador de bases recoge como excepción (punto 6 de borrador de bases) que si un único operador resulta adjudicatario de más de dos lotes exclusivos, el candidato tendrá derecho a comunicar una prelación de lotes para ser adjudicados, pudiendo LNFP respecto a aquellos lotes que no puedan ser adjudicados a dicha mejor oferta, re-adjudicarlo a la segunda mejor oferta dentro de los límites del precio de reserva.
- (343) La solución propuesta en el borrador de bases parece ajustada para cumplir los límites de lotes exclusivos a los que alude el artículo 4.4.g) del Real Decreto-ley 5/2015, siempre que se clarifiquen, al menos, dos cuestiones fundamentales.
- (344) En primer lugar, que LNFP va a utilizar esta posibilidad con carácter indubitativo⁵¹ y, en segundo lugar, que sea utilizada únicamente cuando no se supere el precio de reserva global, pero no el individual, dadas las distorsiones que esta segunda opción introduce.

⁵¹ Debe tenerse en cuenta que el borrador de bases dice que LNFP puede utilizar esta opción, lo que dejaría abierta la posibilidad de que ello no fuera así.

(345) Todo ello sin perjuicio de que esta CNMC considera que pueden existir soluciones alternativas más acordes con los principios de libre competencia⁵²

V.8 Adecuación del borrador de bases al artículo 4.4.h) del Real Decreto-ley 5/2015

(346) Según el borrador de bases, LNFP concede un plazo de tres semanas para que los operadores interesados puedan formular su oferta sobre los diversos lotes⁵³.

(347) En ese plazo, se incluye, además, un plazo de subsanación de las ofertas presentadas de dos días, así como la posibilidad de formular preguntas a LNFP que serán contestadas, pero no se establece cuál es el plazo de respuesta y, por ello podría tener consecuencias de cara a la presentación de una oferta por parte del candidato que hubiera solicitado la asistencia de LNFP.

(348) **Con los datos actualmente disponibles, la CNMC considera que no cabe hablar de un incumplimiento por parte de LNFP del artículo 4.4.h) del Real Decreto-ley 5/2015, aunque sí que debería cerrarse el plazo en que LNFP dará su respuesta a aquellos operadores que soliciten aclaración** de alguna de las disposiciones del procedimiento de adjudicación o de la composición de los lotes, toda vez que si este plazo puede extenderse a un periodo próximo al de la fecha de cierre para la presentación de ofertas, podrían incumplirse otros requisitos exigibles en proceso de adjudicación tendentes a garantizar la concurrencia competitiva entre los diversos interesados.

VI. CONCLUSIÓN

A la luz de todo lo anterior, la CNMC considera que el borrador de bases sometido, en virtud de lo dispuesto en el artículo 4.3 del Real Decreto-ley 5/2015, a informe previo por parte de LNFP el 5 de octubre de 2015 reúne parcialmente los requisitos exigidos por el citado real decreto-ley en su artículo 4.4.

Para su total adecuación con el Real Decreto-ley 5/2015 y los principios de libre competencia, la CNMC considera necesario que, en las bases en las que se configure el procedimiento de licitación de los derechos de emisión en España

⁵² La CNMC considera que existen soluciones más óptimas para evitar el acaparamiento de derechos exclusivos, tales como la comercialización no exclusiva de algunos de los lotes más relevantes por parte de LNFP. Con ello, además, se evitarían otros problemas derivados del hecho de que fuera TELEFÓNICA quien acumulará estos derechos, teniendo en cuenta los compromisos a los que se sometió la operación de concentración C/0612/14 TELEFÓNICA/DTS, problemas que ya fueron puestos de manifiesto en el informe elaborado por la CNMC el 3 de julio de 2015 en el expediente INF/DC/0001/15.

⁵³ La CNMC ya explicó en su informe de 3 de julio de 2015 diversos aspectos relacionados con la aplicación práctica del principio de temporalidad en la presentación de ofertas en comparación con otras competiciones, por lo que no se va a reiterar en el presente informe el razonamiento expuesto en aquel.

de Liga y Copa de S.M. El Rey para las temporadas 2016/2017 a 2018/2019 se corrijan determinados aspectos con respecto a las bases presentadas:

- Adecuación del contenido del lote 1 del borrador de bases a lo dispuesto en el artículo 20 y en la disposición transitoria sexta de Ley 7/2010.
- Concreción del procedimiento de determinación de los horarios de cada partido concreto, de acuerdo con lo previsto en el artículo 4.4.c) del Real Decreto-ley 5/2015 y de cara a evitar distorsiones de la competencia en la adjudicación y explotación de los lotes.
- Reformulación del contenido del lote 3, por indeterminación de su contenido y los criterios de adjudicación, de cara a su adecuación al principio de concurrencia competitiva establecido en el artículo 4.4.d) del Real Decreto-ley 5/2015.
- Reformulación del lote 4 del borrador de bases, para abrirlo efectivamente a los operadores de televisión en abierto y, en su caso, modificación del lote 2 para adecuar su contenido con respecto a otros lotes objeto de adjudicación.
- Reformulación del lote 5, para su adecuación a los criterios establecidos en el artículo 4.4.d) del Real Decreto-ley 5/2015 y los principios de libre competencia, justificando su reserva a los operadores de televisión de pago, y evitando favorecer la contratación total o parcial del canal editado por la LNFP.
- Reformulación de los lotes 6 y 8, de cara a su equiparación con el lote 5 y, por tanto, para su adecuación al artículo 4.4.d) del Real Decreto-ley 5/2015 y los principios de libre competencia, posibilitando efectivamente la adquisición de los derechos audiovisuales de los partidos y elementos complementarios, sin necesidad de verse obligado a contratar los canales editados por LNFP.
- Modificación y reducción sustancial de las obligaciones de información a LNFP por parte de los adjudicatarios de los lotes, de cara a su adecuación al artículo 4.4.d) del Real Decreto-ley 5/2015 y los principios de libre competencia.
- Reformulación y reducción sustancial de los derechos reservados a LNFP, para adecuarlos a lo establecido en el artículo 4.4.d) del Real Decreto-ley 5/2015 y a los principios de libre competencia. En particular, entre otros aspectos, los derechos de los resúmenes no exclusivos deberían ser comercializados junto el resto de lotes.
- Modificación del sistema de precio de reserva establecido en el borrador de bases y del procedimiento subsidiario de adjudicación de lotes de cara a adecuarlos a lo establecido en el artículo 4.4.d) del Real Decreto-ley 5/2015 y los principios de libre competencia. En particular, se debería eliminar los precios de reserva individuales y convocar un nuevo procedimiento de adjudicación (manteniendo o modificando los lotes) en caso de que no se alcance el precio de reserva global.

- Modificación sustancial del procedimiento de admisión, valoración y adjudicación de los lotes, clarificando los supuestos de inadmisión por falta de solvencia, separando efectivamente la valoración de los criterios técnicos-cualitativos de los económicos, eliminado o limitando el peso de los criterios técnicos-cualitativos y, en todo caso, clarificando y objetivando su valoración.

Además de estas medidas, la CNMC también considera que sería adecuado que, de cara a la redacción de las bases definitivas, LNFP incorporara las siguientes observaciones realizadas en el presente informe:

- Corrección de diversos errores de redacción detectados en el texto del borrador de bases que dificultan la comprensión del documento en su integridad.
- Preservación de la redacción originaria del artículo 19.3 de la Ley 7/2010
- Aclaración del concepto patrocinador y salvaguardas para evitar incurrir en una vulneración tanto del Real Decreto-ley 5/2015, como de la LDC, si el patrocinador es un operador de televisión.

Este pronunciamiento se realiza sobre la base de los documentos remitidos por LNFP los días 5 y 14 de octubre de 2015, por lo que no cabe descartar que LNFP introduzca cambios en los mismos que puedan variar la valoración preliminar que la CNMC ha realizado en el presente informe.

Todo ello sin perjuicio de que la CNMC, en caso de detectar indicios de infracción de la Ley 7/2010 o de la normativa de defensa de la competencia, pueda utilizar los mecanismos de los que le prevé la LDC o la Ley 7/2010 para el análisis de los mismos.

