



**INF/DC/041/18 INFORME SOBRE LA
PROPUESTA DE LA RFEF PARA LA
COMERCIALIZACIÓN DE LOS DERECHOS
DE RETRANSMISIÓN AUDIOVISUAL EN
ESPAÑA DE LA FINAL DE COPA DE S.M. EL
REY DE LA SUPERCOPA DE ESPAÑA PARA
EL AÑO 2018**

27 de marzo de 2018

Índice

I.	ANTECEDENTES	4
II.	MARCO NORMATIVO	5
III.	CONTENIDO DEL PROCESO DE RECEPCIÓN DE OFERTAS SOMETIDO A INFORME PREVIO	7
III.1.	Derechos que son objeto de licitación por parte de la RFEF	8
III.2.	Paquetes y derechos de programación	9
III.3.	Obligaciones mínimas de retransmisión	14
III.4.	Obligaciones comerciales	15
III.5.	Señal de los partidos y presentación	18
III.6.	Servicios unilaterales y cuestiones técnicas	18
III.7.	Derechos reservados	20
III.8.	Formato, procedimiento y requisitos para la presentación y recepción de las ofertas	21
III.9.	Otros aspectos del borrador de solicitud de ofertas	25
IV.	VALORACIÓN DEL BORRADOR DE SOLICITUD DE OFERTAS REMITIDO POR LA RFEF	26
IV.1.	<i>Adecuación del borrador de bases al artículo 4.4 a) del Real Decreto- ley 5/2015</i>	26
IV.1.1	El ámbito geográfico de explotación y derechos licitados	26
IV.1.2	Identificación de los lotes de derechos audiovisuales	28
IV.1.3	Explotación en abierto o codificado, en exclusiva o no	33
IV.1.4	Conclusión	33

IV.2. Adecuación del borrador de bases al artículo 4.4 b) del Real Decreto-ley 5/2015 y otras disposiciones relacionadas con la Ley 7/201034	
IV.3. Adecuación del borrador de bases al artículo 4.4 c) del Real Decreto-ley 5/2015	36
IV.4. Adecuación del borrador de bases al artículo 4.4 d) del Real Decreto-ley 5/2015	38
IV.4.1 Inexistencia de un procedimiento público	38
IV.4.2 Inexistencia de un procedimiento transparente	38
IV.4.3 Inexistencia de un procedimiento competitivo	41
IV.4.4 Discriminación de operadores	42
IV.4.5. Inexistencia de un procedimiento basado en criterios objetivos	43
IV.5. Adecuación del borrador de bases al artículo 4.4 e) del Real Decreto-ley 5/2015	45
IV.6. Adecuación del borrador de bases al artículo 4.4 f) del Real Decreto-ley 5/2015	45
IV.7. Adecuación del borrador de bases al artículo 4.4 g) del Real Decreto-ley 5/2015	46
IV.8. Adecuación del borrador de bases al artículo 4.4 h) del Real Decreto-ley 5/2015	46
IV.9. Otros aspectos del proceso de licitación	47
IV.9.1 Obligaciones del adjudicatario en relación con la publicidad	48
IV.9.2 Obligaciones del adjudicatario en cuanto a formato de los programas y emisiones	49
IV.9.3 Reserva de derechos a favor de los clubes	50
IV.9.4 Otros aspectos del borrador de solicitud de ofertas	51
V. CONCLUSIÓN	51

**INFORME SOBRE LA PROPUESTA DE LA RFEF PARA LA
COMERCIALIZACIÓN DE LOS DERECHOS DE RETRANSMISIÓN
AUDIOVISUAL EN ESPAÑA DE LA FINAL DE COPA DE S.M. EL REY Y DE
LA SUPERCOPA DE ESPAÑA PARA EL AÑO 2018**

CONSEJO PLENO

Presidente

D. José María Marín Quemada

Vicepresidenta

D^a. María Fernández Pérez

Consejeros

D. Benigno Valdés Díaz
D. Josep Maria Guinart Solà
D^a. Clotilde de la Higuera González
D^a. María Ortiz Aguilar
D. Mariano Bacigalupo Saggese
D^a. María Pilar Canedo Arrillaga
D. Bernardo Lorenzo Almendros
D. Xabier Ormaetxea Garai

Secretario del Consejo

D. Joaquim Hortalà i Vallvé

En Madrid, a 27 de marzo de 2018

I. ANTECEDENTES

- (1) Con fecha 28 de febrero de 2018, tuvo entrada en la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (en adelante CNMC) solicitud por parte de la Real Federación Española de Fútbol (RFEF) de informe previo a la solicitud de ofertas para la venta de los derechos de retransmisión audiovisual de la Final del Campeonato de España, Copa de S.M. el Rey y de la Final de la Supercopa de España del año 2018, en virtud de lo establecido en el artículo 4.3 del Real Decreto-ley 5/2015, de 30 de abril, de medidas urgentes en relación a la comercialización de los derechos de

explotación de contenidos audiovisuales de las competiciones de fútbol profesional¹.

- (2) La solicitud de informe previo únicamente se hace en relación con la comercialización de los derechos audiovisuales relacionados con las finales de Copa de S.M. el Rey y Supercopa de España para el territorio español y únicamente para el año 2018².

II. MARCO NORMATIVO

- (3) El Real Decreto-ley 5/2015 establece las normas para la comercialización de los derechos de explotación de contenidos audiovisuales de competiciones futbolísticas correspondientes al Campeonato Nacional de Liga de Primera y Segunda División, a la Copa de S.M. el Rey y a la Supercopa de España.

- (4) 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 la LNFP y la 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.

...”

- (5) El desarrollo de las condiciones en las que la LNFP y la RFEF deberán comercializar de manera conjunta los derechos audiovisuales respecto de

¹ A efectos del presente informe, debe tenerse en cuenta la Resolución del Consejo de la CNMC de 18 de enero de 2018, en el marco del expediente CNS/D TSA/732/17/RFEF (<https://www.cnmc.es/expedientes/cnsdtsa73217>).

² Ver en este sentido el punto 3.2 del borrador de solicitud de ofertas y la estipulación primera del borrador de contrato remitidos por la RFEF el 28 de febrero de 2018.

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 DEL PROCESO DE RECEPCIÓN DE OFERTAS SOMETIDO A INFORME PREVIO

- (6) De acuerdo con la documentación remitida, el proceso de licitación que la RFEF pretende convocar se compone de un documento principal, al que se denomina “*Proceso de recepción de ofertas para la contratación de determinados derechos de retransmisión audiovisual*”, y cuatro anexos, en los que se desarrollan:
- El contrato de cesión de derechos audiovisuales que la RFEF firmará con el operador audiovisual adjudicatario de los derechos sometidos a licitación (Anexo 1)
 - Los derechos objeto de licitación (Anexo 2)
 - Calendario de las finales del año 2018 (Anexo 3), del que sólo se dispone la fecha de la final de Copa de S.M. el Rey, que se disputará el 21 de abril de 2018 en el estadio Wanda Metropolitano (Madrid)
 - Programa de patrocinio de la final de la Copa de S.M. el Rey y de la Supercopa de España (Anexo 4)
- (7) Por lo tanto, de cara a exponer y valorar el alcance y adecuación del borrador de solicitud de ofertas a lo establecido en el Real Decreto-ley 5/2015, la CNMC tendrá en cuenta las disposiciones de todos estos documentos y no sólo las del documento principal.

- (8) Asimismo, para una mejor comprensión del presente informe, la CNMC denominará borrador de solicitud de ofertas al escrito principal remitido por la RFEF y, en los casos en los que se haga referencia a los documentos que acompañan ese documento principal, se indicará el anexo al que se hace referencia.

III.1. Derechos que son objeto de licitación por parte de la RFEF

- (9) Los derechos objeto de licitación por parte de la RFEF se corresponden, según el punto 4.1 a) del borrador de solicitud de ofertas, con el *“Derecho a la explotación exclusiva de los derechos en abierto de las Finales³ que se disputarán en el año 2018, mediante su emisión por televisión en el Territorio especificado, en directo y en diferido, en su conjunto o en partes, mediante todas las formas de televisión, incluyendo TDT, cable, satélite, pay per view, por suscripción y/o internet.”*⁴
- (10) De hecho, en el mismo punto del borrador de solicitud de ofertas se establece que quedan excluidas del ámbito de la licitación otras vías de difusión o explotación no incluidas en el párrafo anterior, como, por ejemplo, el DVD y el móvil.
- (11) De acuerdo con el punto 4.1 b) del mismo documento, el operador que resulte adjudicatario tendrá derecho a emitir los partidos por televisión hasta un máximo de tres ocasiones: una de ellas en abierto y en directo y otras dos en diferido⁵, durante los 7 días naturales posteriores a la emisión en directo. Además, también tendrá derecho a usar imágenes, secuencias, fragmentos, sonidos y grabaciones de los partidos, sin alterar, para su reproducción dentro de su programación.
- (12) Junto a estos derechos de emisión del contenido de los partidos de fútbol, el borrador de solicitud de ofertas recoge otros programas relacionados con la final de Copa de S.M. el Rey y de la Supercopa de España que también formarían parte de la oferta que la RFEF pretende lanzar y que son los siguientes⁶:
- Programas resumen, definidos como aquellos destinados a resumir los partidos. Sus características son: (i) que su emisión se produce tras la conclusión de los partidos con los que están relacionados y (ii) que contiene un mínimo de 10 minutos de secuencias de los partidos objeto de la oferta.

Con respecto a estos programas resumen, el borrador de solicitud de ofertas establece que la RFEF puede comercializar estos resúmenes en exclusiva.

³ Un partido en relación a la Copa de S.M. el Rey y dos partidos (ida y vuelta) en el caso de la final de la Supercopa de España.

⁴ La misma redacción se contiene en la Estipulación 4.1 a) del borrador de contrato.

⁵ En la Estipulación 3.1 d) del borrador de contrato se establece que los derechos audiovisuales sólo pueden ser explotados de forma gratuita.

⁶ Punto 4.1 c) del borrador de solicitud de ofertas.

- Programas clips de vídeo, que se definen como programas de formato corto de una duración inferior a 10 minutos que contienen vídeos de secuencias de las finales objeto de licitación, “*transmitidos y/o puestos a disposición después del momento del saque inicial del Partido con el que estén relacionados los vídeos correspondientes (incluyendo el sistema semidirecto)*”.
- Programas de apoyo, dedicados al resumen y/o a la previa de los partidos, que contengan un máximo de 3 minutos de secuencias de partido por cada uno de los partidos que componen las finales.

En el caso de secuencias de partidos cuyos derechos de emisión en directo no haya adquirido el operador de televisión emisor del programa, el borrador de solicitud de ofertas establece que “*cualquiera de estas Secuencias de Finales solo podrá utilizarse después de las 24:00 horas CET del día inmediatamente posterior al partido con el que están relacionadas dichas secuencias*”.

- Avances promocionales en abierto de los partidos, para los que no se establece definición ni contenido alguno.
- (13) Todos estos programas podrán estar disponibles a la carta “*a través de los sitios web Designados de los Canales*” (letra d) del apartado 4.1 del borrador de solicitud de ofertas) y los adjudicatarios tendrán derecho a utilizar la marca de las finales y una designación (incluido el logotipo compuesto) a los efectos de promover y anunciar la retransmisión de los partidos (punto 4.1 d) del borrador de solicitud de ofertas).
- (14) El borrador de contrato, en su estipulación 4.1 c) añade, además, que todos estos programas se emitirán en abierto.

III.2. Paquetes y derechos de programación

- (15) Como se ha expuesto anteriormente en el apartado dedicado al marco normativo, los derechos audiovisuales de Copa de S.M. el Rey y Supercopa de España tienen que ser licitados mediante lotes⁷, por lo que, al margen de los aspectos generales de la oferta desarrollados en el punto anterior de este informe, procede analizar los distintos lotes de derechos en los que la RFEF ha dividido esos derechos audiovisuales de cara a los operadores formulen ofertas en relación a cada uno de ellos⁸.
- (16) El punto 4.1 f) del borrador de solicitud de ofertas, bajo el epígrafe “Paquetes y derechos de programación” detalla que la oferta de derechos audiovisuales que la RFEF tiene intención de convocar queda fijada en dos paquetes de derechos: uno de ellos dedicado al partido referente a la final

⁷ Artículo 4.4 a) del Real Decreto-ley 5/2015.

⁸ De cara a la interpretación que debe hacerse del contenido de cada uno de los lotes, se debe hacer notar que, tal y como la RFEF pone de manifiesto en el borrador de solicitud de ofertas, la entidad utiliza indistintamente los términos “Finales” y “Partidos” (ver punto 2 del borrador de solicitud de ofertas).

de la Copa de S.M. el Rey (paquete 1) y otro para los partidos referentes a la final de la Supercopa de España (paquete 2).

(17) Cada uno de estos lotes o paquetes de derechos tienen, a su vez, diversos contenidos audiovisuales asociados:

- La retransmisión del/los partido/s en directo
- La retransmisión del/los partido/s en diferido
- Programas resumen. Estos programas parecen ser diferentes a los que se aludía en el punto anterior de este informe, toda vez que las características de los mismos no parecen ser las mismas.

De hecho, el punto 4.1 f) del borrador de solicitud de ofertas únicamente establece en relación con este tipo de programas que éstos se compondrán de fragmentos de los partidos jugados, fijando una duración mínima y máxima para cualquier partido.

- Emisión de clips de video seleccionados, consistentes en la emisión en diferido de fragmentos de video a la carta de hasta 3 minutos de duración.

(18) Ahora bien, el propio punto 4.1 f) del borrador de solicitud de ofertas remite a los operadores al Anexo 2 del documento principal. Según la entidad organizadora de las competiciones, es en este Anexo donde se pueden encontrar más detallados los derechos de programación objeto de la solicitud de ofertas.

(19) En el citado Anexo 2 se establece que existe un único paquete de derechos al que se denomina "*Paquete 1 (Total) – Partidos de las Finales*" y cuyas características serían las siguientes:

Contenido de los derechos licitados por la RFEF según el Anexo II del borrador de solicitud de ofertas sometido a informe previo a la CNMC el 28 de febrero de 2018			
	Derechos	Obligaciones de emisión	Franja horaria permitida
Retransmisión partidos en directo	1 partido de la final del Copa de S.M. el Rey 2 partidos de la Final de Supercopa	Emisión en abierto y en directo Emisión a través del canal web Emisión de 5 avances promocionales y 4 carátulas de patrocinio por partido	Inicio: inicio de la retransmisión Fin: 15 minutos después de concluir el partido o, en su caso, tras la entrega de trofeos
Retransmisión partidos en diferido	Hasta 2 emisiones dentro de los 7 días naturales posteriores a la emisión en directo del partido	Emisión completa del partido	Inicio: tras la conclusión del partido Fina: fin de la vigencia
Programas resumen	Programas resumen de cada partido Mejores jugadas Imágenes con una duración máxima de 10 minutos de cada partido	Emisión a la finalización de cada partido	Inicio: tras la conclusión del partido correspondiente Fin: fin de la vigencia
Emisión clips de video seleccionados	Sólo disponible en formato de video a la carta como emisión de clips de vídeo de un único partido y/o emisión de recopilación de clips de video de varios partidos. No se pueden emitir imágenes con una duración superior a 3 minutos por partido	Una o más emisiones de clips de vídeo de un único partido y/o emisiones de recopilación de clips de video de varios partidos realizando una cobertura razonable de cada partido Emisión a través del canal y web	Inicio: tras la conclusión del partido o partidos correspondientes.

Fuente: Anexo II borrador de solicitud de ofertas de la RFEF

- (20) Además de estos derechos principales, el borrador de solicitud de ofertas también incluye para los operadores adjudicatarios una serie de derechos suplementarios, cuyo contenido es el siguiente:
- Derechos sobre los clips de video: las cadenas podrán utilizar los clips de vídeo de las finales (así como los de temporadas anteriores) en sus programas y avances, así como en otros programas emitidos en los canales de la cadena con ciertas restricciones
 - Derechos de radiodifusión: el adjudicatario también adquirirá los derechos de radiodifusión con carácter no exclusivo
 - Locales comerciales: el borrador de solicitud de ofertas establece que se deberá tener en cuenta que la programación de la cadena relacionada con las finales puede verse en ciertos locales comerciales
 - Proyecciones públicas: el adjudicatario podrá organizar proyecciones públicas en cines o espacios públicos para los derechos que haya adquirido, previa aprobación por escrito de la RFEF
 - Promociones: para promover la adquisición y explotación de los partidos de las finales, las cadenas podrán usar el logo, clips de video y demás secuencias de imágenes de los partidos en promociones publicitarias.
- (21) El adjudicatario podrá explotar los derechos que se le otorguen a través de todas las plataformas que suelen utilizar para emitir/retransmitir contenido audiovisual, incluida la tecnología inalámbrica a través de internet, pero excluyendo la tecnología móvil.
- (22) Además, el borrador de solicitud de ofertas obliga al adjudicatario a emitir simultáneamente los partidos de las finales en abierto y en directo a través de todas las plataformas que tenga disponibles y, sobre todo, se le exigirá el uso de internet para emitir contenidos. El borrador de solicitud de ofertas determina que, en caso de que el adjudicatario decida no utilizar sus propios medios para la distribución de los partidos en directo o por su página web, o no disponga de medios para ello, la RFEF facilitará los servicios de medios digitales relacionados con las finales para ayudar al operador con la distribución.
- (23) Para ello, el borrador de solicitud de ofertas determina que el adjudicatario recibirá información más detallada de estos servicios digitales “*en su debido momento*”.
- (24) El borrador de contrato, que figura como Anexo 1, también parece sugerir, en línea con lo dispuesto en el borrador de solicitud de ofertas, que sólo existen dos tipos de paquetes a los que los operadores interesados pueden presentar sus ofertas: la final de Copa de S.M. el Rey y la final de la

Supercopa de España⁹. Sin embargo, su literalidad no se corresponde exactamente con lo desarrollado en el escrito principal.

(25) En la estipulación 4.1 del citado borrador de contrato se incluyen, además de los derechos audiovisuales desarrollados anteriormente al explicar el borrador de solicitud de ofertas, otros dos derechos:

- El derecho a emitir durante la retransmisión de cada uno de los partidos y al finalizar éstos la repetición de las jugadas más destacadas de los mismos (4.1 f) del borrador de contrato)
- El derecho a utilizar las imágenes para un programa resumen o magazine propio y en su propia programación, en exclusiva, durante las 4 horas siguientes a la finalización del partido, y sin exclusividad¹⁰ durante las 48 horas siguientes (estipulación 4.1 g) del borrador de contrato).

(26) De acuerdo con el punto 4.2 del borrador de solicitud de ofertas, los derechos sólo podrán ser explotados:

- *“dentro del territorio licenciado durante la Vigencia (definida en el apartado 10.3)”*, esto es, en España.

En cuanto a la vigencia de la cesión de derechos, existe discrepancia entre lo establecido en el borrador de solicitud de ofertas y el borrador de contrato. Así, la cláusula 10.3 del primero de los documentos determina que la vigencia del contrato comienza con la firma del mismo “expirando siete (7) días después del final del último de los partidos”. Mientras, el borrador de contrato establece en su estipulación séptima que su vigencia y efectos se fijan, independientemente de la fecha de firma, desde el 1 de enero de 2018 hasta el 31 de diciembre de 2018.

- *“en el/los Idiomas Permitido/s específico/s”*, es decir, en castellano *“pudiendo incluir otro distinto, previa aprobación por parte de la RFEF”*, tal y como se infiere de la estipulación primera del borrador de contrato.
- *“mediante el/los canales designado/s aprobado/s, en/los Sitio/s Web Designado/s de los Canales de que se trate”*.
- *“de forma Gratuita”*
- *“y conforme a lo dispuesto en el Contrato y en las Directrices de la RFEF que sean de aplicación”*

⁹ Ver, en este sentido, el punto tercero de la parte expositiva del borrador de contrato.

¹⁰ Lo que parece sugerir que la RFEF sí va a licitar programas resumen al margen del paquete o los dos paquetes principales de derechos.

III.3. Obligaciones mínimas de retransmisión

- (27) Con anterioridad se han desarrollado determinadas obligaciones que los adjudicatarios de los derechos audiovisuales licenciados por la RFEF deben asumir en relación con la retransmisión del contenido audiovisual.
- (28) Ahora bien, en la medida en que el borrador de solicitud de ofertas incorpora un apartado específico dedicado a estas obligaciones, de cara a entender el alcance completo de las obligaciones a las que estará sometido el adjudicatario de los derechos, la CNMC considera necesario hacer mención a este apartado del borrador de solicitud de ofertas de manera independiente.
- (29) Así, el punto 5 del borrador de solicitud de ofertas determina que, son obligaciones mínimas para el operador adjudicatario las siguientes:
- Retransmitir en directo y en abierto los partidos objeto de licitación
 - Retransmitir un número mínimo de avances para promocionar “*las Finales y los Programas de Partidos en Directo*”, que no se concreta en este borrador de solicitud de ofertas.
 - Retransmitir de manera simultánea todos los “*Programas de las Finales en Directo en internet (a través de los Sitios Web Designados del Canales)*”
- (30) En todo caso, el borrador del contrato de cesión de derechos es el documento que permite conocer de manera más pormenorizada cuáles son las obligaciones mínimas de retransmisión para el operador que resulte adjudicatario de los derechos objeto de licitación.
- (31) En este sentido, la estipulación 6.2 del borrador de contrato determina que el adjudicatario deberá transmitir:
- Un programa de partido en directo para cada uno de los partidos respecto de los cuales haya obtenido los derechos audiovisuales ofertados por la RFEF.
 - Un mínimo de 5 avances cada día entre las 21:00 y las 23:30 hora local, como mínimo, durante los 5 días inmediatamente anteriores al primer programa de partido en directo.
 - Un mínimo de un programa resumen que comience como máximo 15 minutos después de cada programa de partido en directo
 - Transmitir en el sitio web del canal designado un programa de partido en directo por cada uno de los partidos
- (32) Además, el borrador de contrato determina en la estipulación 6.2 e) que cualquier retransmisión a la carta de programas y/o avances en internet deberá:
- Cumplir las directrices de la RFEF
 - Realizarse utilizando únicamente formatos estándar de sitios web

- Abstenerse de utilizar formatos que permitan descargas y
- Utilizar tecnologías estándar en el sector sobre administración de derechos digitales para evitar la transmisión o distribución de contenidos.

III.4. Obligaciones comerciales

(33) En el punto 6 del borrador de solicitud de ofertas se determina que todas las oportunidades comerciales deberán respetar el programa de patrocinio de las finales y a sus patrocinadores relacionados.

(34) A estos efectos, la única información disponible acerca de los patrocinadores de las finales a la que ha tenido acceso la CNMC es la desarrollada en el Anexo 4 que acompaña al borrador de solicitud de ofertas.

(35) En él, lo único que la RFEF indica es que para cada una de las competiciones se contará con 1 Title sponsor, 1 sponsor técnico, 4 patrocinadores y 4 colaboradores, de los que no se revela la identidad.

(36) Por otra parte, el adjudicatario deberá poner a disposición de la RFEF una serie de tiempos promocionales, con carácter gratuito:

- 60 segundos durante la retransmisión de cada uno de los partidos de las finales, repartidos en 4 carátulas de 15 segundos de duración cada una, que contengan la imagen de las entidades integrantes del programa de patrocinio de las finales que designará la RFEF.

La primera de las carátulas deberá insertarse inmediatamente antes del comienzo de la primera parte de cada partido, en última posición o, en su caso, antes de los anuncios/spots de las entidades integrantes del programa de patrocinio de las finales.

La segunda se deberá insertar inmediatamente después del fin de la primera parte de cada partido (o, inmediatamente, después de los anuncios/spots de los patrocinadores).

La tercera de las carátulas se insertará al comienzo de la segunda parte, en términos análogos a los descritos para la primera de las carátulas y la cuarta inmediatamente después del fin de la segunda parte, en términos análogos a los descritos para la segunda de las carátulas.

- 75 segundos distribuidos en cinco carátulas de quince segundos cada una, de idéntico contenido a las establecidas en el punto anterior, que deberán insertarse en 5 promociones o avances que el operador adjudicatario realice durante los días previos a la celebración de los partidos.

La RFEF establece que la publicidad anterior o posterior a dicha promoción o avance podrá ser efectuada libremente por el operador.

(37) Además, el borrador de solicitud de ofertas determina que el adjudicatario tendrá la obligación de explotar todas las formas comerciales y de patrocinio diferentes a las que pone a disposición de la RFEF y para ello,

“tendrá la obligación de dar una primera opción de compra y derecho preferente de adquisición de esas oportunidades comerciales a los Patrocinadores de las Finales” (punto 6.3 del borrador de solicitud de ofertas).

- (38) En el mismo punto del borrador de solicitud de ofertas se determina que la RFEF deberá aprobar tanto el formato de patrocinio entorno a la emisión que el adjudicatario defina, como la posibilidad de que el adjudicatario comercialice de forma conjunta la totalidad de espacios dentro del patrocinio de las finales a terceras empresas.
- (39) Si bien en el borrador de solicitud de ofertas no se establece ningún tipo de disposición adicional en relación con la obligación de dar una opción de compra y un derecho preferente a los patrocinadores de las finales objeto de la licitación, el borrador de contrato sí que establece la obligación de ubicar estos spots en cuatro bloques¹¹:
- Al comienzo de cada uno de los partidos, inmediatamente después de las carátulas de patrocinio y justo antes del pitido del árbitro indicando el comienzo del partido
 - Inmediatamente después del final de la primera parte y antes de la carátula de patrocinio
 - Tras el descanso, inmediatamente después de las carátulas de patrocinio y justo antes del pitido del árbitro indicando el inicio de la segunda parte del partido.
 - Inmediatamente después del final del partido y antes de la carátula de patrocinio.
- (40) En caso de que alguno o ninguno de los miembros del programa de patrocinio no ejecuten este derecho preferente, el borrador de solicitud de ofertas determina que el adjudicatario podrá vender estos espacios a terceros, respetando la protección de la exclusividad sectorial a los patrocinadores que hayan ejercido el derecho preferente y que el contrato publicitario se limite a un solo partido (punto 6.4 del borrador de solicitud de ofertas).
- (41) La exclusividad sectorial no queda limitada al partido o a los programas asociados al mismo, sino que se extiende a cualquier actuación del operador adjudicatario que *“...pudiere provocar, directa o indirectamente, cualquier tipo de asociación de imagen y reputación entre los anunciantes y/o sus productos, y la RFEF y/o las Finales en cuestión y sus integrantes”*.
- (42) En el mismo punto 6.4 del borrador de solicitud de ofertas establece como obligación que el precio para estos contratos con terceros anunciantes que sustituyan a los miembros del programa de patrocinio debe ser el establecido por el adjudicatario para su *“mejor cliente”* y, de hecho, el precio de adquisición de los tiempos publicitarios deberá ser comunicado a la

¹¹ Estipulación 6.3 f) del borrador de contrato.

RFEF dentro de los 10 días naturales del año de vigencia del contrato y, en todo caso, dentro de los 90 días naturales antes de la celebración de cada uno de los partidos.

- (43) Para poder hacer frente a estas obligaciones con respecto a los patrocinadores de las finales, la RFEF se compromete a comunicar al adjudicatario la lista de entidades patrocinadoras con la antelación suficiente.
- (44) Finalmente, el borrador de solicitud de ofertas establece que el adjudicatario no podrá acordar ningún tipo de patrocinio o vinculación comercial con los partidos con terceras entidades al margen de lo expuesto anteriormente.
- (45) Aunque el borrador de solicitud de ofertas termina sus disposiciones en relación con las obligaciones comerciales en este punto, el borrador de contrato sí incorpora otras obligaciones que inciden de manera directa en la explotación comercial que el operador audiovisual puede hacer de los partidos que son objeto de la licitación.
- (46) Así se deduce del contenido de la estipulación undécima del borrador de contrato, relativa al “*Branding* de los Partidos”. En ella se establece que el operador adjudicatario deberá cumplir con las siguientes obligaciones:
- Incorporar las marcas correspondientes de los partidos y de la RFEF dentro de cada programa de acuerdo con las indicaciones de la RFEF
 - Utilizar únicamente los gráficos de pantalla indicados por la RFEF y en la forma y modo establecidos por ella en la presentación de los partidos y en los distintos programas objeto de licitación
 - No impedir la visión de los paneles publicitarios del estadio en el que se dispute el partido, ni retirar ni impedir la visión de ninguno de los gráficos en pantalla incorporados en la señal de los partidos o programas producidos por la RFEF
 - No incluir en ninguno de los programas que se incluyen en los derechos audiovisuales ningún otro “branding” ni identificación en pantalla salvo los previamente autorizados por la RFEF
 - Asegurarse de que ningún presentador, invitado, entrevistado o entrevistador muestre ninguna marca de terceros (salvo las autorizadas por la RFEF) en ningún plató o decorado, incluyendo los controlados por el operador adjudicatario.
 - Asegurarse de que todos los programas se transmiten en pantalla completa. Si la RFEF autorizara un servicio de televisión digital interactiva, es posible que la entidad permita pantallas reducidas o divididas.
 - Asegurarse de que, al referirse a los partidos, se debe utilizar únicamente el nombre oficial

- Asegurarse de que todos los platós y decorados muestran de forma prominente las marcas de los partidos y el nombre completo de la competición
- Insertar el aviso de derechos de autor.

III.5. Señal de los partidos y presentación

- (47) El punto 7 del borrador de solicitud de ofertas sometido a informe por la RFEF establece que la señal de las finales, así como los materiales asociados, será producida y costeada por la RFEF con sus propios medios, *“debiendo la calidad de la misma ajustarse a los estándares internacionales de calidad”* (punto 7.1 del borrador de solicitud de ofertas).
- (48) Para obtener más datos acerca de qué tipo de estándares utilizará la RFEF para la producción de los partidos objeto de la licitación, se debe acudir a la estipulación decimocuarta del borrador de contrato.
- (49) Ahora bien, en relación al contenido de esta estipulación contractual debe señalarse que la producción del partido hace referencia a *“una señal internacional”* (estipulación 14.1.1 del borrador de contrato) y que únicamente se han desarrollado los medios técnicos que deberían utilizarse de cara a la final de Copa de S.M. el Rey, indicándose en relación con la Supercopa de España que *“...se utilizarán 20 cámaras valorando la posibilidad de utilizar un número superior”*¹².
- (50) Para comunicar una marca e imagen unificadas y coherentes para los partidos, la RFEF requerirá al adjudicatario que transmita las cabeceras, cortinillas, gráficos y sus marcas según lo que dispone y requiere la RFEF, incluidos cualquier plató de televisión y decorados, por lo que también estos deberán ser aprobados previamente, tanto su uso como diseño, por parte de la entidad licitante (punto 7.2 del borrador de solicitud de ofertas).
- (51) Para ello, la RFEF concederá al adjudicatario el derecho no exclusivo de utilización del nombre de la RFEF, así como la denominación de las competiciones; el logotipo de la RFEF y de las competiciones, los materiales de los partidos de las finales y los clips de video.

III.6. Servicios unilaterales y cuestiones técnicas

- (52) Con carácter general, la RFEF establece en el borrador de solicitud de ofertas que realizará todos los esfuerzos necesarios por poner a disposición del operador adjudicatario servicios e instalaciones (por ejemplo, posiciones para comentarios, presentaciones, posiciones de cámara unilaterales y otras instalaciones técnicas) con el fin de asistirle en la personalización de los programas.
- (53) Esta disposición general se concreta, al igual que ya se ha observado anteriormente para otros aspectos del borrador de solicitud de ofertas, en el borrador de contrato, concretamente en la estipulación decimotercera.

¹² Estipulación 14.2.4 del borrador de contrato.

- (54) Si bien es cierto que ni el borrador de solicitud de ofertas ni el contrato determinan exactamente cuáles serán las instalaciones que la RFEF pondrá a disposición del adjudicatario, la entidad licitante sí reconoce en la estipulación 13.2 del borrador de contrato que deberá poner a disposición del adjudicatario “*determinados servicios e instalaciones unilaterales*” y que estos servicios serán decididos por la entidad organizadora “*de buena fe y a su discreción*” (estipulación 13.1 del borrador de contrato).
- (55) Para poder hacer efectivos los denominados servicios unilaterales, se requiere que el operador adjudicatario acepte una serie de condiciones relativas a:
- Un acuerdo técnico independiente con la RFEF o el productor anfitrión de la señal de retransmisión de los partidos nombrado por la RFEF
 - La notificación por parte del adjudicatario de los requisitos para dichas instalaciones y servicios lo antes posibles y, “*en cualquier caso dentro de los plazos de reserva establecidos*”
 - El cumplimiento de las directrices de la RFEF o las del productor anfitrión de la señal de retransmisión aplicables al uso de cada servicio e instalación unilateral
 - El cumplimiento con las normas de la RFEF. En particular, las relativas a seguridad y acreditación.
- (56) Los que sí se reserva al adjudicatario es un derecho exclusivo de un set específico, en el que poder realizar entrevistas, para las que, en todo caso, deberá hacer uso de las traseras de patrocinio facilitadas por la RFEF.
- (57) En el borrador de contrato se aclara que las dimensiones aproximadas serán de treinta metros cuadrados, pero, a diferencia de lo establecido en el borrador de oferta, ya no figura que las traseras serán facilitadas por la RFEF, sino que se establece que el adjudicatario “*sólo podrá insertar, colocar, exhibir o difundir el nombre, imagen, logotipo o cualquier creatividad publicitaria de las entidades integrantes del Programa de Patrocinio de la RFEF*” (estipulación 13.2 f) del borrador de contrato).
- (58) Tanto el borrador de solicitud de ofertas como el de contrato recogen el contenido mínimo de las entrevistas a las que el operador adjudicatario tendrá acceso en las finales (punto 8 del borrador de solicitud de ofertas y estipulación 13.3 del borrador de contrato).
- (59) Inmediatamente después de definir cuáles son las entrevistas a las que el operador adjudicatario tendrá derecho, la RFEF establece los límites a los que están sujetos el uso de estas instalaciones: disponibilidad, razones arbitrales, cumplimiento de los requisitos de reserva y costes del listado de tarifas.
- (60) Además de un espacio específico para entrevistas, el borrador de solicitud de ofertas establece que, para que el adjudicatario pueda instalar un set de televisión para llevar a cabo las conexiones pre-partido y situar a sus

comentaristas, se le designará un espacio específico cuya superficie será de aproximadamente 4x4 o de 5x5 metros cuadrados.

- (61) El set deberá instalarse de acuerdo con la RFEF “a efectos de garantizar la adecuada presencia de los Patrocinadores Oficiales de los Partidos Amistosos y de las Finales, sin que el Operador Final pueda insertar y/o colocar y/o exhibir imagen y/o logo y/o nombre comercial de un mismo sector de actividad que los integrantes del Programa de Patrocinio, excepto su propia identidad corporativa”.

III.7. Derechos reservados

- (62) En principio, todos los derechos que no son objeto de licitación están reservados a favor de la RFEF. Ahora bien, en el borrador de solicitud de ofertas se detallan los siguientes derechos como reserva exclusiva para la entidad licitante:

- Respecto a cada uno de los partidos, todos los derechos exclusivos otorgados al adjudicatario pasarán a ser no exclusivos a partir de las 24:00 horas CET del día inmediatamente siguiente al del partido.
- La RFEF podrá retransmitir en sus plataformas de “medios oficiales designados” imágenes de los partidos en diferido, a partir de la finalización de la jornada deportiva.
- El club en cuyas instalaciones se dispute alguno de los acontecimientos deportivos objeto de licitación tendrá derecho a retransmitirlo en diferido a partir de la finalización de la jornada deportiva, siempre que lo haga directamente a través de un canal de distribución propio dedicado a la temática deportiva “del club o entidad participante”.
- El derecho a autorizar a los patrocinadores la utilización de clips de imágenes de los partidos en sus plataformas para promocionar su asociación con los partidos. Estas imágenes sólo podrán ser utilizadas después de las 24:00 horas CET del día inmediatamente posterior al saque inicial del partido al que se refieran las imágenes.
- Derechos de circuito cerrado
- Derechos de exhibición pública
- Derechos de clips de noticias para “determinados terceros”, como, por ejemplo, patrocinadores o proveedores oficiales de la RFEF.
- Derecho de emisión en diferido por parte de la RFEF y terceros autorizados de la emisión en diferido de los partidos siempre que los derechos de vídeo a la carta únicamente los explote la RFEF desde las 24:00 horas CET tras la conclusión de los partidos.

III.8. Formato, procedimiento y requisitos para la presentación y recepción de las ofertas

(63) Con carácter previo a desarrollar las disposiciones del borrador de solicitud de ofertas relativas al procedimiento de licitación propiamente dicho, conviene aclarar que la RFEF considera que un candidato, a efectos de la presente oferta, sería *“aquel operador de distribución de contenidos en los medios que cuente con (según la opinión exclusiva de la RFEF) la infraestructura, el alcance y los recursos adecuados, así como un sólida situación financiera, para distribuir los programas de los Partidos en el Territorio”*¹³.

(64) Una de las primeras condiciones que la RFEF establece en relación al proceso de presentación de ofertas es su potestad para rechazar cualquier oferta que esté condicionada o sujeta a cualquier condición. De hecho, el borrador de solicitud de ofertas determina que la RFEF rechazará aquellas ofertas condicionadas a la identidad o acuerdos respecto de la producción, cualquier suministro técnico respecto a los partidos, sedes o calendario de los partidos.

(65) Las ofertas deben contener los siguientes datos e informaciones:

- Cada candidato deberá especificar los derechos respecto a los cuales formula oferta, así como el/los canal/es y el sitio/s web en los que pretende transmitir el/los partido/s

De acuerdo con el borrador de solicitud de ofertas, estos derechos serán personales y no cabe su transmisión a terceros por ninguna vía, sin el consentimiento previo de la RFEF. Únicamente en caso de que los derechos sean objeto de sublicencia o subcontratación dentro del grupo adjudicatario podrá prescindirse de la autorización de la RFEF bajo ciertos condicionantes¹⁴.

- El candidato deberá expresar los compromisos financieros que piensa adquirir con la RFEF y todas las cantidades deberán expresarse en euros y sin IVA.

En el punto 10.4 del borrador de solicitud de ofertas se establece que la contraprestación económica se materializará en una contraprestación fija por los derechos, con un calendario de pagos indicado en el citado apartado, y una contraprestación variable, que se modificará según en función del share medio de cada uno de los partidos correspondientes publicado *“por la empresa especializada generalmente aceptada en el Reino de España”*.

¹³ Punto 3.3 del borrador de solicitud de ofertas.

¹⁴ (i) Que la RFEF no se vea perjudicada; (ii) que dicha acción no implique la ampliación de los derechos concedidos; (iii) que la sublicencia o subcontratación de servicios dejen de tener efectos en caso de que la sociedad deje de pertenecer al Grupo del adjudicatario; (iv) que el adjudicatario siga siendo responsable frente a la RFEF en el cumplimiento de las condiciones de la oferta; y (v) que el operador final comunique por escrito a la RFEF la identidad del beneficiario de la sublicencia o subcontratación.

El contenido de la contraprestación variable viene mucho más desarrollado en el borrador de contrato y existen diferencias según si los derechos se corresponden con la Copa de S.M. el Rey o con la Supercopa de España.

En este sentido, la estipulación 8.2 a) del borrador de contrato establece, en relación con la final de Copa de S.M. el Rey, que, si el share medio fuese superior al 40%, el operador adjudicatario deberá abonar la diferencia entre el share medio real obtenido y la referencia señalada precedentemente, a razón de 75.000 euros más IVA por cada punto de share superior al 40%, hasta el límite máximo de 412.500 euros.

Respecto a la Supercopa de España, la previsión es igual a la anterior, sólo que se toma como share predeterminado el 36% en vez del 40%.

Estas cantidades variables deberán abonarse dentro de los 15 días naturales siguientes al día de publicación del share medio de los partidos correspondientes y a la presentación de la correspondiente factura, si bien esta última obligación no figura en el borrador de solicitud de ofertas.

- Establecimiento de aval para todas las obligaciones de pago. En relación con esta obligación, el borrador de solicitud de ofertas determina que *“deberán estar avaladas por un banco de prestigio, aceptable para la RFEF, y en el formato de aval especificado por la RFEF”* (punto 10.5 del borrador de solicitud de ofertas).

Si bien el borrador de solicitud de ofertas se remite al contrato para el desarrollo de esta previsión, lo cierto es que en el borrador de contrato enviado a la CNMC para informe no se ha encontrado ninguna previsión específica en relación con esta cuestión.

- El candidato deberá proporcionar detalles completos respecto a los canales en los que se pretende emitir los partidos objeto de licitación, incluido los datos sobre titularidad y control de estos canales.
- El candidato debe confirmar que cuenta con todas las licencias autorizaciones o permisos para explotar los canales propuestos (o bien que está en disposición de adquirir estos requisitos administrativos). En caso de que no se requiera ninguna autorización o permiso específico, el candidato deberá explicar que la explotación de los canales propuestos es conforme con la legislación aplicable.
- También se exige que proporcione detalles respecto a la extensión en la que la legislación aplicable:
 - Permite y/o requiere derechos de acceso a las noticias y a quién
 - Prohíbe o restringe exhibiciones públicas, créditos en pantalla, oportunidades de patrocinio de las transmisiones y/u oportunidades de publicidad

- y/o limita o restringe la libertad de la RFEF de otorgar cualquiera o todos los derechos de forma exclusiva
- (66) La RFEF solicita que los candidatos impulsen todas las modificaciones que consideren respecto del modelo de contrato que se adjunte junto a la solicitud de ofertas.
- (67) Los documentos de la oferta que presenten los candidatos deben ser, según el punto 11.2 del borrador de solicitud de ofertas:
- Completos, es decir, según lo establecido en el Anexo 1 del borrador de solicitud de ofertas.
 - Estar revestidos de firmas originales de los representantes del candidato, adjuntando la documentación relativa a esa acreditación.
 - El certificado del registro mercantil para acreditar que la entidad está activa y copia de las últimas cuentas anuales.
 - Ser presentados en formato electrónico estándar para la industria, como por ejemplo, pdf, mediante correo electrónico a audiovisuales@rfe.es antes de las 24:00 horas CET del día fijado por la RFEF.
 - La documentación de la oferta debe presentarse en castellano y, en aquellos casos en los que la documentación esté en un idioma diferente, ésta deberá traducirse a lengua castellana.
- (68) Las versiones escaneadas de los documentos deben estar firmadas y no se admiten firmas electrónicas.
- (69) Tampoco serán aceptadas aquellas ofertas que se presenten por otra vía que no sea el correo electrónico y la RFEF se reserva el derecho de solicitar al candidato la presentación de una versión original firmada en formato papel de la oferta.
- (70) De cara a solucionar eventuales dudas que pudieran surgir por parte de los candidatos, la RFEF establece que proporcionará *“cuando sea posible”* cualquier aclaración que éstos le soliciten en relación con la solicitud de ofertas que se convoque y ésta *“podrá proporcionarse en el formato que estime adecuado”*. Además, la RFEF se reserva el derecho a hacer accesible a terceros estas respuestas sin revelar la identidad del candidato que formuló la consulta.
- (71) De acuerdo con el borrador de solicitud de ofertas, la aceptación de las ofertas presentadas por los candidatos queda a discreción de la RFEF quien, en caso de no estar conforme con ninguna de las ofertas presentadas podrá declarar a su discreción desierta la subasta.
- (72) Una vez presentada la oferta, ésta es vinculante para cada uno de los candidatos y no podrá retirarse ni enmendarse, excepto a petición de la RFEF en los 15 días siguientes a la fecha de cierre.

- (73) Cualquier retirada de una oferta tras dicha fecha deberá notificarse a la RFEF por correo electrónico a la misma dirección a la que se deben remitir dichas ofertas, con una antelación mínima de 7 días a la fecha correspondientes en la que la retirada surta efecto.
- (74) Cualquier disposición en relación al contrato que no haya sido comentada por el candidato en la oferta correspondientes se entenderá que es aceptada por este.
- (75) Tras la recepción de ofertas, la RFEF podrá requerir a los candidatos que proporcionen aclaraciones o más información respecto a sus ofertas de la forma en que la RFEF disponga.
- (76) La RFEF establece una serie de criterios, con carácter no exhaustivo, que serán tenidos en cuenta de cara a la valoración de las ofertas y que son los siguientes:
- La oferta financiera.
 - La solvencia del candidato.
 - El aval financiero propuesto.
 - El alcance, la cobertura y el share medio de audiencia del/de el/los canales designados por el candidato para la emisión de los derechos audiovisuales objeto de licitación.
 - La compatibilidad con otras ofertas recibidas de candidatos terceros.
 - La extensión en la que el candidato acepta los términos y condiciones del contrato.
 - Los canales de distribución de los partidos y planes de programación, cobertura y nivel de exposición, indicando la audiencia y cuota de mercado estimadas.
 - La capacidad del candidato de cumplir con los compromisos establecidos en el contrato.
 - Y/o el compromiso del candidato en promocionar los partidos
- (77) Como mecanismo de cierre del sistema, la RFEF establece que no tiene ninguna obligación de aceptar la oferta más alta *“(en términos financieros u otros) ni, de hecho, ninguna Oferta, ni justificar su decantación por algunas Oferta presentada y admitida”*.
- (78) En línea con la previsión anterior, la RFEF *“se reserva el derecho a responder a las Ofertas a su discreción y a dirigir el proceso de decisión respecto a los Derechos en aquella forma que estime adecuada”*. En este sentido, y como ejemplos, la RFEF establece que podrá, entre otras cosas:
- Aceptar o rechazar cualquier oferta sin justificación aparente.
 - Solicitar más información, aclaraciones, revisión de las ofertas o enmiendas.

- Entablar negociaciones con uno o más candidatos a su discreción.
- Preseleccionar candidatos y/o abrir una o más rondas adicionales de selección.
- Finalizando el proceso de búsqueda de ofertas dirigiendo un proceso de selección o adjudicación totalmente nuevo o revisado a discreción de la RFEF.

(79) Incluso cuando algún candidato hubiera resultado adjudicatario del proceso de selección, la RFEF considera que no estará vinculada de cara a la efectiva adjudicación de esos derechos hasta la firma del contrato y, además, puede retirarse de las negociaciones en cualquier momento.

(80) Los candidatos que no hayan sido aceptados por la RFEF serán informados de este hecho sin explicaciones adicionales.

III.9. Otros aspectos del borrador de solicitud de ofertas

(81) Además de los derechos reservados a la RFEF cuyo contenido se ha expuesto anteriormente y de determinados aspectos relativos a la titularidad de los derechos de propiedad intelectual que afectan a las finales, que también quedan bajo titularidad de la RFEF, el borrador de solicitud de ofertas recoge otra serie de reservas a favor de la entidad licitante, que deben ser tenidas en cuenta de cara a la valoración por parte de la CNMC de la documentación remitida por la RFEF el 28 de febrero de 2018.

(82) En este sentido, el borrador de solicitud de ofertas dispone que:

- La RFEF no asume obligaciones adicionales fuera de las de confidencialidad establecidas en el punto 12.7 del borrador de solicitud de ofertas, esto es, aquellas declaradas como confidenciales por los candidatos en el momento de presentar la oferta.
- La RFEF no realiza ni da ninguna afirmación, garantía o promesa respecto a la exactitud, adecuación o carácter completo de la información contenida en el cuerpo del borrador de solicitud de ofertas ni contenida en cualquier aclaración posterior ni en otros materiales de apoyo proporcionados, ni que el uso de dicha información no infringirá los derechos de ningún tercero¹⁵.
- La RFEF no acepta responsabilidad alguna por ninguna pérdida, daño, responsabilidad o gasto sufrido o en que se incurra por utilizar o confiar en dicha información¹⁶.

¹⁵ Punto 12.6 del borrador de solicitud de ofertas.

¹⁶ Punto 12.6 del borrador de solicitud de ofertas.

IV. VALORACIÓN DEL BORRADOR DE SOLICITUD DE OFERTAS REMITIDO POR LA RFEF

- (83) Respecto a la solicitud de informe de la RFEF, la CNMC considera que la forma más sencilla de apreciar el cumplimiento o no por la RFEF de las condiciones de comercialización que establece el artículo 4.4 del Real Decreto-ley 5/2015, así como valorar su ajuste a los principios de libre competencia, es analizar la documentación remitida por la RFEF a la luz de cada una de las ocho letras que componen el citado artículo 4.4 del Real Decreto-ley 5/2015.

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

- (84) 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.

IV.1.1 El ámbito geográfico de explotación y derechos licitados

- (85) Uno de los principales problemas identificados de cara a delimitar el alcance concreto de los derechos que son objeto de licitación es la dispersión de datos a lo largo de los diversos documentos que componen la licitación que la RFEF tiene previsto convocar.
- (86) Tal y como se ha expuesto anteriormente en este informe, la solicitud de informe previo realizada por la RFEF se limita a la explotación de los derechos en el ámbito geográfico del Reino de España ¹⁷.
- (87) Sin embargo, la lectura de determinados puntos, tanto del borrador de solicitud de ofertas como de sus anexos, sugiere que el ámbito de explotación de los derechos con base en el presente borrador de solicitud de ofertas podría ser superior al nacional.
- (88) Así, cuando el borrador de solicitud de ofertas desarrolla en su punto 11.1 el contenido que debe reunir cada oferta, establece un apartado específico dedicado a la “*Legislación aplicable*”, en el que se solicita que el candidato explique, en aquellos casos en los que no es necesaria autorización o licencia para operar, que la explotación de los canales en los que pretende emitir los derechos audiovisuales licitados es “*conforme a la Legislación de Aplicación*”.

¹⁷ Debe tenerse en cuenta que el Real Decreto-ley 5/2015 exige también que se solicite informe previo a la CNMC en caso de comercialización de derechos audiovisuales a nivel internacional, circunstancia no identificada en ninguno de los documentos emitidos por la RFEF en relación con el borrador de solicitud de ofertas.

- (89) La CNMC considera que la RFEF sí conoce, o al menos debería conocer, el marco normativo español en relación con la retransmisión de contenidos audiovisuales, por lo que esta previsión del borrador de solicitud de ofertas sería desproporcionada, salvo que la RFEF simplemente busque un compromiso expreso del oferente de respetar la legislación vigente.
- (90) Junto con esta previsión en relación a la adecuación del candidato a la legislación vigente, la RFEF establece en el mismo apartado que el candidato presente detalles respecto a la legislación aplicable y, en particular, en relación a los derechos de acceso a noticias, exhibición pública de contenidos, patrocinio de las transmisiones, publicidad o limitaciones a que la RFEF pueda otorgar los derechos audiovisuales de las finales de Copa de S.M. el Rey y Supercopa de España de forma exclusiva.
- (91) La CNMC estima que estas previsiones únicamente serían aceptables en caso de que la licitación se produzca a nivel internacional, ya que la RFEF, como entidad licitante de los derechos, conoce o debe conocer las obligaciones derivadas de la legislación nacional en materia de derechos audiovisuales.
- (92) Por ello, la CNMC considera que **las previsiones en las que se solicita que sea el operador licitante el que identifique el marco normativo aplicable para la explotación de los derechos audiovisuales de Copa de S.M. el Rey y Supercopa de España en el ámbito geográfico del Reino de España deberían eliminarse** de los documentos finales de la oferta.
- (93) Por otra parte, para evitar errores de cara a la interpretación sobre el alcance exacto de este informe, la CNMC considera que debe dejarse constancia expresa de que **el objeto del presente informe previo únicamente alcanza a la comercialización de los derechos audiovisuales relacionados con las finales de Copa de S.M. el Rey y Supercopa de España en el ámbito geográfico nacional**, debiendo, en su caso, solicitarse a la CNMC, de acuerdo con lo establecido en el Real Decreto-ley 5/2015, la elaboración de un informe previo en caso de que la RFEF tenga intención de comercializar estos mismos derechos fuera de España.
- (94) **Adicionalmente y, tal y como se expondrá posteriormente, el ámbito material del presente informe únicamente abarca la comercialización de los derechos de retransmisión en España de determinados programas relacionados con las finales de Copa de S.M. el Rey y Supercopa de España. En este sentido existen otros derechos audiovisuales, como los de producción de contenidos, que, a juicio de la CNMC y en línea con lo establecido en el Real Decreto-ley 5/2015 también deben ser informados previamente por la CNMC en caso de la RFEF tenga intención de licitarlos a un tercer operador.**

- (95) Adicionalmente, la RFEF ha excluido del procedimiento de licitación determinados derechos de explotación específicos (como DVDs o móviles), siendo necesario, a juicio de la CNMC, que la RFEF clarifique cómo va a explotar estos derechos o que proceda a la devolución de los mismos a los clubes de fútbol participantes en estos eventos, tal y como prevé el artículo 4.7 del Real Decreto-ley 5/2015.

IV.1.2 Identificación de los lotes de derechos audiovisuales

- (96) Además de los problemas interpretativos identificados en el punto anterior, la falta de sistematización de la documentación del proceso de oferta, que la RFEF remitió a la CNMC el 28 de febrero de 2018, tiene como consecuencia directa la existencia de una indeterminación manifiesta en el número de lotes a licitar y el contenido de cada uno de ellos.
- (97) Con carácter general, tanto el borrador de solicitud de ofertas¹⁸ como el borrador de contrato¹⁹ establecen que el objeto de la licitación está compuesto por un derecho a la explotación en exclusiva de los derechos de las finales²⁰ que se disputen en el año 2018 y que esta explotación podrá realizarse mediante todas las formas de televisión “...incluyendo TDT, cable, satélite, pay per view, por suscripción y/o internet”.
- (98) El primero de los problemas interpretativos que surgen en relación a la descripción general de los derechos que van a ser objeto de licitación es la utilización, por parte de la RFEF, de los términos “Finales” y “Partidos” de manera indistinta.
- (99) Este uso indistinto lleva a confusión, ya que el concepto de derechos audiovisuales relacionados con las “Finales” es mucho más amplio que el concepto de “Partidos”, máxime si se tiene en cuenta que uno de los programas que la RFEF incluye dentro del concepto amplio de derechos audiovisuales objeto de licitación es, precisamente, el de “Programas de Partido”.
- (100) Por ello, y para evitar confusiones, la CNMC considera que resultaría mucho más adecuado que la RFEF utilizara el término “Partidos” únicamente para referirse a los derechos audiovisuales relacionados directamente con este tipo de programas.
- (101) De hecho, el borrador de contrato únicamente habla de partidos y centra su desarrollo en cómo deben efectuarse la explotación de los denominados “Programas Partido”, pero no la de otros derechos audiovisuales que, a priori, parece que también forman parte del proceso de licitación, lo que introduce, a juicio de la CNMC, todavía más confusión en cuanto a la delimitación de los derechos objeto de licitación.

¹⁸ Punto 4.1 a).

¹⁹ Estipulación 4.1 a).

²⁰ “Partidos” en el caso del borrador de contrato.

- (102) El segundo de los problemas que surgen en relación con la fórmula general utilizada por la RFEF para explicar cuál es el alcance global de los derechos licitados es que ésta no se corresponde con la realidad de los derechos licitados desarrollada en el borrador de solicitud de ofertas y en el borrador de contrato.
- (103) En este borrador de contrato, tal y como se ha señalado anteriormente, se exige que los distintos programas que componen el bloque íntegro de los derechos audiovisuales licitados (partidos en directo, partidos en diferido, programas de clips de video, programas de apoyo y avances promocionales) deben ser emitidos en abierto y de forma gratuita²¹.
- (104) Por lo tanto, no es cierto que la explotación de los derechos pueda realizarse en cualquier modalidad, ya que, por ejemplo, modalidades como el *pay per view* o la suscripción son incompatibles a priori con las obligaciones de emisión en abierto y gratuitas exigidas por la propia RFEF.
- (105) Estas obligaciones de emisión en abierto y gratuita contenidas en el borrador de contrato no encuentran plasmación en el resto de documentos que componen el borrador de solicitud de ofertas ni, en particular, en el Anexo 2 que acompaña el borrador de solicitud de ofertas y que la propia RFEF cita como el documento en el que se desarrollan los distintos tipos de lotes. Por ello, parece que determinados derechos audiovisuales (con la única excepción de los partidos en directo) sí que serían susceptibles de ser explotados mediante televisión de pago.
- (106) Por lo tanto, independientemente de la valoración posterior que la CNMC hará del borrador de solicitud de ofertas en relación a la existencia de discriminación entre operadores, parece claro que, **en el momento actual, se necesita una cierta consistencia entre los distintos documentos de la oferta para evitar interpretaciones erróneas en cuanto a qué operadores están en condiciones de acceder a los contenidos licitados.**
- (107) El tercero de los problemas que surge cuando se leen los documentos que conforman el borrador de solicitud de ofertas, en particular, los apartados dedicados a configurar los distintos lotes sobre los que los candidatos pueden ofertar, está, precisamente, en que no queda claro cuáles son esos lotes que la RFEF licita.
- (108) Tal y como se ha expuesto anteriormente, de acuerdo con el apartado de borrador de solicitud de ofertas dedicado a “Paquetes y derechos de programación”, parece que la RFEF tiene intención de licitar dos paquetes de derechos diferenciados: por una parte, los referidos a la final de Copa de S.M. el Rey y, por otra, los referidos a la final de la Supercopa de España.
- (109) Sin embargo, el Anexo 2 que acompaña al borrador de solicitud de ofertas parece sugerir que sólo hay un único paquete de derechos, en el que se

²¹ Estipulaciones 3.1 d) y 4.1 c) del borrador de contrato.

incluirían todos los contenidos relacionados con los partidos de ambas finales, ya que su denominación es “Paquete 1 (Total)”.

- (110) No se puede conocer si, bajo esta denominación, el Anexo 2 del borrador de solicitud de ofertas sugiere que aquellos operadores que estuvieran interesados en ofertar por los distintos tipos de programas enumerados en el citado anexo del borrador de solicitud de ofertas, lo pueden hacer a través de un único paquete o, si por el contrario, cada una de las casillas del citado anexo debe interpretarse como un contenido individual, lo que genera inconsistencias, porque esos contenidos no se corresponden con los paquetes 1 y 2 definidos por la RFEF en el documento principal del borrador de solicitud de ofertas ²².
- (111) Además, si se leen con detenimiento los apartados del borrador de solicitud de ofertas y del borrador de contrato, parece que la RFEF tiene intención de licitar de forma independiente otra serie de derechos que, sin embargo, no encuentran su desarrollo en ninguno de los documentos que conforman la oferta remitida para informe previo.
- (112) Como se ha explicado anteriormente, además de los derechos de retransmisión de los partidos en directo y en diferido, la RFEF consigna la existencia de otros programas que tiene intención de licitar: (i) programas resumen; (ii) programas de clips de video; (iii) programas de apoyo y (iv) avances promocionales.
- (113) De todos estos programas, el Anexo 2 del borrador de solicitud de ofertas que, en palabras de la propia RFEF, es el documento que “*detalla*” los diferentes paquetes que se van a licitar, únicamente incluye uno de estos programas: los denominados “Programas Resumen”, cuya definición, además, difiere de la recogida en el borrador de contrato y en el borrador de solicitud de ofertas.
- (114) En el borrador de contrato y en el borrador de solicitud de ofertas se explica que estos programas resumen tendrán un “*mínimo*” de 10 minutos de secuencias de cada uno de los partidos. Sin embargo, en el Anexo 2 se establece que los denominados “Programas Resumen” tendrán un “*máximo*” de 10 minutos de secuencias de cada uno de los partidos, lo que puede ser interpretado como un nuevo contenido a licitar del que sólo se tiene constancia en el Anexo 2.
- (115) El resto de programas a los que aludía la RFEF en la documentación de la oferta no aparecen desarrollados en ese Anexo 2 y, por lo tanto, siguiendo la literalidad de lo establecido por la RFEF en el borrador de solicitud de ofertas, no cabría formular ningún tipo de oferta sobre los mismos.

²² En particular, los derechos de emisión de los partidos en diferido de ambas finales se separan, cuando en el borrador de solicitud de ofertas y en el borrador de contrato se incluyen conjuntamente con los derechos de emisión de los partidos en directo y se recogen de manera conjunta los derechos de emisión de los partidos en directo (y por ende en diferido) de ambas finales, cuando lo lógico sería su separación en lotes 1 –Final Copa de S. M. el Rey- y lote 2 –Final Supercopa de España-.

- (116) Un problema parecido al detectado en relación con los denominados “Programas Resumen” se observa en relación con los denominados “Clips de Video Seleccionados”.
- (117) Este contenido no aparece individualizado como uno de los paquetes específicos sobre los que la RFEF convoca la licitación, sino que aparece incluido dentro del contenido de cada uno de los paquetes de derechos recogidos en el escrito principal del borrador de solicitud de ofertas, denominados como “paquete 1” y “paquete 2”.
- (118) Además, en el apartado del citado documento relativo a “Paquetes y derechos de programación”, estos clips de video seleccionados se definen como aquellos derechos de emisión en diferido de fragmentos de video a la carta de “hasta” 3 minutos.
- (119) Sin embargo, el Anexo 2 del borrador de solicitud de ofertas recoge el mismo concepto, “Clips de Video Seleccionados”, pero hace referencia a un tipo nuevo de programa audiovisual, ya que no su contenido no se limitaría necesariamente a cada uno de los partidos que componen las finales de Copa de S.M. el Rey y Supercopa de España, sino que pueden tener imágenes de varios de estos partidos y se establece que los mismos no podrán emitir imágenes con “una duración superior a 3 minutos de cada partido”.
- (120) Adicionalmente, el citado Anexo 2 establece unas obligaciones de emisión que, sin embargo, no están recogidas en los paquetes generales (1 y 2) que el borrador de solicitud de ofertas contiene en su escrito principal.
- (121) Esta disparidad en cuanto a su definición sugiere que otros operadores no adjudicatarios de los derechos de emisión de los partidos de las finales podrían acceder a este tipo de contenido, pero esta circunstancia resulta imposible de determinar con la redacción actual de la oferta diseñada por la RFEF.
- (122) Además, el borrador de solicitud de ofertas tampoco desarrolla cuál es el contenido de los “Programas Resumen” que acompañan los derechos audiovisuales de los paquetes 1 y 2, de los que únicamente se establece que tendrán un contenido mínimo y máximo.
- (123) Ello es especialmente relevante de cara a que los operadores puedan formular ofertas con respecto a un eventual paquete de derechos relativo a los resúmenes de las finales de ambas competiciones.
- (124) En efecto, tal y como está la redacción actual de los lotes, un operador podría pensar que esos programas resumen a los que alude el borrador de solicitud de ofertas cuando explica el contenido de los paquetes 1 y 2 de derechos son los mismos a los que la RFEF hace referencia en el Anexo 2 y, por tanto, no existiría ninguna necesidad de formular una oferta alternativa a la de los derechos de emisión de los partidos en directo.
- (125) Lo mismo cabe decir en relación con los denominados “Programas de Clips de Video” que el borrador de solicitud de ofertas reconoce como derechos

suplementarios para los operadores adjudicatarios y, sin embargo, en otros puntos del borrador de solicitud de ofertas y del borrador de contrato, parecen configurarse como contenido diferenciado susceptible de ser licitado de manera individualizada²³.

- (126) Finalmente, el hecho de que los derechos de emisión de los partidos en diferido aparezcan de manera individualizada en el Anexo 2, mientras que en el resto del borrador de solicitud de ofertas se consideran contenido directamente asociado a los derechos de emisión de los partidos en directo, también puede llevar a problemas interpretativos en caso de que algún operador considerase que ese contenido se va a comercializar por la RFEF de manera individualizada.
- (127) Esta discrepancia también se da en relación con la posible licitación de los derechos de emisión de los partidos en diferido a la carta, pues en el punto 9 de la solicitud de ofertas la RFEF se reserva el derecho de emisión en sus páginas web de los partidos en diferido, siempre que no se hayan podido adjudicar los derechos de emisión de video a la carta y éstos queden en manos de la RFEF.
- (128) De esta manera, en este punto 9 de la solicitud de ofertas se da a entender que la RFEF va a licitar los derechos de emisión de los partidos en diferido a la carta. Pero este paquete de derechos no se recoge expresamente en ninguno de los documentos presentados por la RFEF como un paquete que vaya a ser objeto de licitación.
- (129) La CNMC entiende que no está justificado que la RFEF se reserve directamente la modalidad de emisión de los partidos en diferido a la carta, cuando es una modalidad de explotación televisiva que puede tener cierta demanda, dada la creciente importancia de las ofertas de televisión a la carta. Sólo si se constata la inexistencia de una demanda tras una licitación en la que se oferte efectivamente este paquete de derechos, podría estar justificado que la RFEF se reserve su explotación.
- (130) En definitiva, la **RFEF debería clarificar el número y alcance de los paquetes que desea licitar**, subsanando o matizando todas las inconsistencias u omisiones anteriormente detectadas.
- (131) En relación con los derechos principales licitados, de emisión en directo de la final de la Copa de S.M. el Rey y de la final de la Supercopa de 2018, y teniendo en cuenta que sólo la final de la Copa de S.M. el Rey de fútbol está sujeta a obligaciones de emisión en abierto en todo el territorio nacional, la CNMC considera que sería deseable que ambas competiciones se licitasen en lotes separados, dado su distinto contexto regulatorio y puesto que son competiciones futbolísticas diferentes, separadas en el tiempo (cerca de cuatro meses).

²³ Veáanse en este sentido la estipulación 4.1 c) del borrador de contrato y el punto 4.1 c) del borrador de solicitud de ofertas.

IV.1.3 Explotación en abierto o codificado, en exclusiva o no

- (132) Como se ha puesto de manifiesto en el punto anterior, el borrador de solicitud de ofertas presentado por la RFEF, en su redacción actual, impide conocer con exactitud cuáles son los lotes de derechos audiovisuales que la RFEF tiene intención de licitar.
- (133) Por ello, no resulta extraño que también existan dudas en relación al carácter exclusivo o no de los derechos de emisión que la RFEF tiene intención de comercializar, así como cuál va a poder ser la forma de explotación de estos derechos por parte de los operadores adjudicatarios.
- (134) En cuanto al carácter exclusivo o no de los derechos, el punto 4.1 a) del borrador de solicitud de ofertas y la estipulación 4.1 a) del borrador de contrato establecen que los derechos disponibles a efectos de la oferta consisten en *“La explotación exclusiva de los derechos de los Partidos mediante su emisión en el Territorio, en abierto y en directo o en diferido, en su conjunto o en partes...”*.
- (135) De esta redacción cabe entender que cualquier tipo de contenido que licite la RFEF será un contenido exclusivo y que esta exclusividad se perderá *“a partir de las 24 horas CET del día inmediatamente siguiente a dicho Partido”*²⁴.
- (136) Sin embargo, la exclusividad a priori establecida por la RFEF para todos los contenidos objeto de la licitación resulta de difícil cumplimiento si se tiene en cuenta que la citada entidad se ha reservado como derecho el que terceros puedan hacer uso de los clips de video que contengan imágenes de los partidos, con lo que la exclusiva se rompe.
- (137) Por último, ya se ha apuntado anteriormente que, si bien el borrador de solicitud de ofertas y el borrador de contrato únicamente recogían como obligación que la emisión de los partidos en directo de ambas finales debía hacerse en abierto, el borrador de contrato hace extensiva esta condición de abierto a cualquiera de los programas que componen la oferta de derechos audiovisuales que la RFEF tiene intención de convocar.
- (138) Por ello, la **RFEF debería clarificar las formas de explotación y el carácter exclusivo o no de los paquetes que desea licitar**, eliminando o matizando todas las inconsistencias anteriormente detectadas, siendo deseable, a juicio de la CNMC, que la licitación de los derechos de emisión en directo de la final de la Supercopa de 2018 se abra a cualquier operador de televisión, sea en abierto o de pago, salvo que la RFEF justifique adecuadamente que es preferible su emisión en abierto.

IV.1.4 Conclusión

- (139) La CNMC considera que el borrador de solicitud de ofertas remitido por la RFEF el 28 de febrero de 2018 para la emisión de informe previo por parte

²⁴ Punto 9 a) del borrador de solicitud de ofertas

de la CNMC **no reúne los requisitos exigidos por el artículo 4.4 a) del Real Decreto-ley 5/2015.**

- (140) En particular, con la redacción actual, se desconoce cuáles son los distintos derechos audiovisuales licitados, si estos se licitan de forma independiente o agregada y cuál es el contenido y alcance de cada uno de los eventuales lotes de derechos.
- (141) A juicio de la CNMC, el hecho de que la RFEF haya utilizado documentos estandarizados (borrador de solicitud de ofertas y borrador de contrato) para diseñar la oferta de derechos audiovisuales en relación con las finales de Copa de S.M. el Rey y Supercopa de España, dificulta aún más la distinción de los lotes de derechos independientes.
- (142) En particular, la CNMC considera que cada tipo de contenido audiovisual que la RFEF tenga intención de licitar debe ser desarrollado de manera exhaustiva, identificando para cada uno de ellos su contenido exacto (tanto derechos principales como accesorios), así como su modalidad de emisión y su carácter exclusivo o no, evitando duplicidades en las denominaciones que puedan llevar a error, así como inconsistencias en la definición de los propios derechos²⁵. Todo ello sin perjuicio de las recomendaciones de esta Comisión para que la RFEF comercialice Copa de S.M. el Rey y Supercopa de 2018 en lotes diferentes, estando disponible la emisión en directo de la segunda competición a operadores de televisión en abierto y de pago.

IV.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

- (143) El artículo 4.4 b) del Real Decreto-ley 5/2015 establece que la comercialización centralizada de derechos de Copa de S.M. el Rey y Supercopa de España 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.
- (144) 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 hasta la fecha 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”*.
- (145) En el presente caso, la RFEF ha reservado los derechos de emisión en directo de la final de Copa de S.M. el Rey para un operador de televisión en abierto, tal y como se ha expuesto anteriormente, aunque no se exige

²⁵ En particular, no parece muy lógico que el adjudicatario de los clips de video seleccionados tenga asignado un derecho no exclusivo de radiodifusión como derecho suplementario.

de manera expresa que la cobertura de este operador tenga que tener un ámbito que cubra todo el territorio del Estado.

(146) En todo caso, también es necesario analizar otros elementos de la Ley 7/2010 que la RFEF debe tener en cuenta de cara a la licitación de los derechos de la final de la Copa de S.M. el Rey y de la Supercopa, que se van a proceder a valorar en este punto del informe.

(147) 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.”

(148) 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”.

(149) Sin embargo, el borrador de solicitud de ofertas de la RFEF sometido a informe previo no establece ningún tipo de previsión en relación con cómo se producirá el cumplimiento de estas obligaciones legales, por lo que la CNMC considera que, **en el momento actual, no se puede dar por**

cumplimentado lo establecido en el artículo 1.1 del Real Decreto-ley 5/2015²⁶.

- (150) De hecho, no queda claro cómo se hará la producción de estos resúmenes²⁷, puesto que si bien del punto 7.1 del borrador de solicitud de ofertas y de la estipulación 14.2 del borrador de contrato parece deducirse que la producción de la señal de los partidos y del resto de programas que componen la oferta la hará la RFEF con sus propios medios técnicos y humanos, en el mismo punto 7.1 del borrador de solicitud de ofertas se sugiere la posibilidad de que esta producción pudiera licitarse a un tercero cuando se establece con carácter genérico que *“el productor de la señal será responsable de efectuar cuantos arreglos técnicos resulten necesarios para la correcta entrega de la señal...”*.
- (151) Por lo tanto, la CNMC sugiere, de cara a cumplir con lo establecido en el artículo 1.1 del Real Decreto-ley 5/2015, que se desarrolle de manera específica una previsión en relación a los derechos derivados de la aplicación del artículo 19.3 de la Ley 7/2010. Para ello, la RFEF deberá tener en consideración los pronunciamientos de la CNMC²⁸ en esta materia. Este desarrollo, además, también permite conocer de manera fehaciente a los eventuales interesados en la oferta el alcance concreto de los derechos objeto de licitación.
- (152) En cualquier caso, debe tenerse en cuenta que cualquier vulneración por parte de la RFEF de lo dispuesto en la Ley 7/2010 podría suscitar la intervención de la CNMC para salvaguardar el cumplimiento de lo dispuesto en la citada norma.

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

- (153) El Real Decreto-ley 5/2015 exige en su artículo 4.4 c) que toda oferta en relación con los derechos de la final de Copa de S.M. el Rey y Supercopa de España debe precisar las fechas y horario de celebración de cada uno

²⁶ El ejercicio de estos derechos ya ha suscitado problemas con anterioridad en relación con el acceso a los resúmenes de los partidos de Liga y Champions League, por lo que resulta de especial importancia que la RFEF incluya una previsión específica al efecto en el borrador de solicitud de ofertas.

²⁷ A estos efectos, conviene recordar que la Resolución de la CNMC de 5 de abril de 2016 en el expediente CFT/DTSA/012/15 establece que el artículo 19.3 de la Ley 7/2010 ampara al operador audiovisual para decidir si produce los resúmenes informativos previstos en este precepto con sus propios medios.

²⁸ En particular, la Resolución de 14 de enero de 2016 por la que se resuelve el conflicto iniciado por Mediaset España Comunicación, S.A. contra la Liga Nacional de Fútbol Profesional en relación con el artículo 19.3 de la ley 7/2010, de 31 de abril, General de la Comunicación Audiovisual (CFT/DTSA/0010/15/MEDIASET/LNFP), la Resolución de 5 de abril de 2016 por la que se resuelve el conflicto iniciado por Atresmedia Corporación de Medios de Comunicación, S.A. contra Mediaset España Comunicación, S.A. en relación con el derecho de emisión de breves resúmenes informativos en el campeonato de la UEFA Champions League, de conformidad con lo previsto en el artículo 19.3 de la ley 7/2010 (CFT/DTSA/012/15) y el Acuerdo de 23 de febrero de 2017 por el que se establecen criterios para la adecuación de los programas en los que se emitan breves resúmenes informativos de acontecimientos de interés general, a lo establecido en el artículo 19.3 de la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual (INF/CNMC/009/16)

de los eventos comercializados o las condiciones que permitan su determinación a los adjudicatarios.

- (154) Como se ha visto anteriormente, la RFEF ha fijado como hora de inicio de los partidos de fútbol que conforman las finales de la Copa de S.M. el Rey y de la Supercopa de España las 21:30 horas CET, a menos que por normativa de UEFA o FIFA se deba modificar esta hora de comienzo de partido.
- (155) Por otra parte, sólo se recoge la fecha en la que se disputará la final de la Copa de S.M. el Rey, el 21 de abril de 2018, ya que, según la RFEF indica en el Anexo 3 del borrador de solicitud de ofertas, la fecha de los partidos de la Supercopa de España se fijará en la Asamblea General de la RFEF que se celebrará en julio de 2018, siendo las fechas habituales de disputa de los dos partidos que componen la final en agosto²⁹.
- (156) Esta última afirmación resulta consistente con lo ocurrido los últimos años en cuanto a la celebración de los partidos de ida y vuelta de la Supercopa de España³⁰.
- (157) Además, debe tenerse en cuenta que, según el borrador de solicitud de ofertas, la fecha de celebración de los partidos de la Supercopa de España debe ser una fecha exclusiva. La CNMC considera que, con ello, la RFEF quiere indicar que en esa misma fecha no se disputará ningún partido de fútbol que pudiera competir con los dos partidos que conforman la final de la Supercopa de España, lo que también requiere conocer de manera aproximada cuál va a ser el calendario de inicio del Campeonato Nacional de Liga, competición regular que disputan los equipos participantes en la final de Supercopa de España³¹.
- (158) Por todo ello, la CNMC considera que los operadores interesados en adquirir los derechos de emisión relacionados con los partidos de Supercopa de España sí están en condiciones de determinar, con carácter aproximado, las fechas en las que se disputarán estos eventos.
- (159) En definitiva, la CNMC considera que el borrador de solicitud de ofertas de la RFEF reúne los requisitos mínimos establecidos por el artículo 4.4 c) del Real Decreto-ley 5/2015.

²⁹ La determinación de una fecha concreta para la disputa de los dos partidos de Supercopa de España, también puede verse condicionada por el propio mundial de fútbol que este año se disputará en Rusia entre el 14 de junio y el 15 de julio de 2018, en el que participan diversos jugadores de equipos españoles.

³⁰ La final de Supercopa de España de 2015 tuvo lugar los días 14 y 17 de agosto, mismas fechas en las que se disputó la final del año 2016. En el año 2017, la final de Supercopa de España se disputó los días 13 y 16 de agosto.

³¹ En las últimas temporadas el inicio del Campeonato Nacional de Liga se ha producido el 21 de agosto (temporadas 2015/2016 y 2016/2017), y el 20 de agosto, en el caso de la temporada 2017/2018.

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

(160) 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

(161) La CNMC considera que **el borrador de solicitud de ofertas de la RFEF sometido a informe previo no cumple con ninguno de los requisitos exigidos por el artículo 4.4 d) del Real Decreto-ley 5/2015**, tal y como se justificará a continuación.

IV.4.1 Inexistencia de un procedimiento público

(162) En primer lugar, en ninguno de los documentos que conforman el borrador de solicitud de ofertas de la RFEF se establece cómo se articulará por parte de la RFEF la puesta a disposición a los interesados de las bases definitivas que conformen la oferta de derechos audiovisuales que la entidad pretende licitar, ni tampoco los plazos que ésta concederá a los interesados de cara a formular sus ofertas, solicitar aclaraciones, subsanar, en su caso los escritos presentados o cuándo adoptará la RFEF una decisión en relación con la adjudicación definitiva de los derechos audiovisuales que tiene intención de licitar.

(163) De hecho, en el punto del borrador de solicitud de ofertas destinado a desarrollar cómo será el proceso de evaluación, la propia RFEF establece que ésta tiene discrecionalidad *“para la gestión del proceso de venta”*, lo que sugiere que pueden aparecer nuevos candidatos o nuevas condiciones sin necesidad de que hubieran intervenido en el procedimiento inicialmente convocado.

IV.4.2 Inexistencia de un procedimiento transparente

(164) El proceso de adjudicación tampoco es, a juicio de la CNMC, transparente, ya que deja, en muchas ocasiones y de forma injustificada, la toma de decisiones a la discrecionalidad de la RFEF.

(165) En primer lugar, de la lectura del borrador de solicitud de ofertas de la RFEF no se deduce qué documentos concretos deben remitir los operadores interesados para la formulación de ofertas.

(166) En el punto 11.1 del borrador de solicitud de ofertas se regula el “Contenido requerido de la Documentación de las Ofertas”.

(167) En él se establece que cada candidato debe indicar:

- los derechos sobre los cuales quiere formalizar oferta.
- la oferta económica, en la que se debe incluir la forma de pago y los avales correspondientes.
- los detalles del/los canal/es en los que emitirá los derechos audiovisuales sobre los que formula oferta.
- Confirmación de que cuenta con las licencias, permisos o autorizaciones necesarios para explotar los canales y titularidad de los mismos.³²
- Los comentarios que quieran hacer respecto del contrato.
- Certificado del Registro Mercantil vigente y últimas cuentas anuales

(168) Sin embargo, dentro de los criterios que, según el mismo documento, la RFEF tomará en consideración para analizar las ofertas, se establece que, para la valoración de candidatos, se tendrán en cuenta requisitos de los candidatos que, sin embargo, no figuran dentro de la documentación que éstos tienen que remitir en su solicitud de oferta.

(169) Así, por ejemplo, hay aspectos como la solvencia técnica y financiera del candidato, en particular, su historial de pagos, sobre los que no se solicita ningún tipo de aclaración y que, sin embargo, sí pueden (o van a ser) evaluados de cara a determinar quién es el candidato finalmente adjudicatario de los derechos. Adicionalmente, la CNMC considera necesario que la RFEF establezca unos criterios de valoración de la solvencia técnica y financiera objetivos y proporcionados, que no se conviertan en una barrera a la entrada injustificada a nuevos entrantes u operadores más pequeños que los que tradicionalmente han emitido los contenidos objeto de licitación por parte de la RFEF.

(170) Lo mismo ocurre en relación con el resto de canales de distribución, al margen de los canales de televisión, que cada licitador pueda utilizar, o respecto del compromiso de promoción de los partidos, para los que la RFEF no solicita ningún tipo de información no pública que permita realizar una valoración objetiva de las condiciones ofertadas.

(171) Esta falta de transparencia en cuanto al procedimiento se concreta en otros aspectos del proceso de valoración que resultan esenciales de cara a cumplir con lo establecido en el artículo 4.4 d) del Real Decreto-ley 5/2015.

³² Conjuntamente con esta obligación figura la identificación de la legislación aplicable en cuanto al acceso a noticias, patrocinios, etc., cuestión que ya ha sido objeto de crítica previa en este informe.

- (172) Así, en el borrador de solicitud de ofertas se establece que la RFEF aceptará las ofertas presentadas a su discreción y puede rechazar, sin justificación alguna, aquellas con las que no esté de acuerdo.
- (173) De hecho, los únicos motivos de rechazo de una oferta que aparecen en la documentación enviada a la CNMC son, por una parte, la no presentación de la oferta a través de correo electrónico a la dirección establecida en el borrador de solicitud de ofertas y, por otro, el hecho de que los documentos que el operador presente no aparezcan firmados originalmente, sin que sean válidas las firmas electrónicas.
- (174) Además, estos motivos de rechazo expreso son bastante cuestionables y dan pie a que la RFEF pueda manipular o filtrar indebidamente las ofertas presentadas.
- (175) Por ello, sería altamente preferible que las ofertas se presentasen en papel en sobre cerrado (siendo su apertura en un acto público) o por medios electrónicos que impidan su manipulación en cualquier momento o su apertura antes de la fecha límite de presentación de las ofertas. Adicionalmente, no se debería impedir la presentación de ofertas firmadas electrónicamente conforme a los criterios establecidos en la Ley 59/2003, de 19 de diciembre, de firma electrónica.
- (176) Por otra parte, la discrecionalidad de la RFEF no se limita al hecho de poder excluir cualquier oferta a su voluntad, sino que tampoco está obligada a responder a las ofertas presentadas por los operadores y, en líneas generales, se concede los más amplios poderes para no tener que justificar su proceso de valoración.
- (177) Esta circunstancia puede apreciarse claramente en el punto del borrador de solicitud de ofertas que recoge el proceso de valoración, en el que la RFEF manifiesta que:
- Puede aceptar o rechazar ofertas “*sin justificación aparente*”
 - Puede solicitar cambios, enmiendas o aclaraciones en relación a las ofertas presentadas
 - Puede entablar negociaciones con los candidatos o con terceros al margen del proceso de licitación
 - Puede preseleccionar candidatos y, en consecuencia, convocar nuevas rondas de ofertas sin que se conozca cómo se articularán las mismas
 - Puede posponer el proceso de licitación sin justificación alguna, con lo que no se sabe en qué situación quedarían las ofertas presentadas por los candidatos en el momento inicial o si se convocaría un nuevo proceso de solicitud de ofertas
 - O puede modificar unilateralmente el proceso de solicitud de oferta a su entera discreción

- (178) En definitiva, en el momento actual, la CNMC considera que el borrador de solicitud de ofertas remitido por la RFEF no cumple con los requisitos de transparencia mínimos para ser considerada acorde con lo establecido en el artículo 4.4 d) del Real Decreto-ley 5/2015.
- (179) Es más, la propia RFEF reconoce que ni siquiera está vinculada por los documentos propios de la oferta que ella misma va a convocar.
- (180) En efecto, en el punto 12.6 del borrador de solicitud de ofertas la entidad establece que *“La RFEF no realiza ni da ninguna afirmación, garantía ni promesa respecto a la exactitud, adecuación o carácter completo de la información contenida en el cuerpo de la IRO ni contenida en cualquier aclaración posterior ni en otros materiales de apoyo proporcionados, ni que el uso de dicha información no infringirá los derechos de ningún tercero...”*
- (181) Es decir, el procedimiento es tan poco transparente que ni siquiera los únicos documentos que podrían vincular a la RFEF y que son elaborados por ella de cara al procedimiento de adjudicación le vinculan.

IV.4.3 Inexistencia de un procedimiento competitivo

- (182) El procedimiento diseñado por la RFEF tampoco es un procedimiento competitivo.
- (183) Para que este pueda ser considerado como tal, los requisitos de la oferta y los criterios de valoración deben estar claros y, al menos, establecer un sistema de baremo que permita que los operadores puedan conocer qué tipo de criterios van a tener más peso en la valoración de la RFEF, siendo deseable que se dé especial peso a la oferta económica, salvo que se justifique adecuadamente lo contrario.
- (184) Como se ha explicado anteriormente, los criterios de valoración son absolutamente discrecionales y, de hecho, tal y como está redactado actualmente el borrador de solicitud de ofertas, parece que la decisión de la RFEF de cara a la adjudicación de los derechos se basa más en un procedimiento de negociación directa que en un proceso verdaderamente competitivo, tal y como exige el Real Decreto-ley 5/2015.
- (185) Esta afirmación se deduce de la afirmación contenida en el borrador de solicitud de ofertas en la que la RFEF indica, tras explicar cuáles serán algunos de los criterios que la entidad valorará de cara a la adjudicación de los derechos objeto de licitación que *“Para evitar toda duda, se declara que la RFEF no tiene obligación alguna de aceptar la Oferta más alta (en términos financiero u otros) ni, de hecho, ninguna Oferta, ni justificar su decantación por algunas Ofertas presentada y admitida”*.
- (186) Es decir, los derechos licitados no se asignarán al candidato mejor posicionado en términos económicos o de calidad, sino que serán asignados a aquel que la RFEF considere y sin ningún tipo de explicación al resto de candidatos, lo que vulnera los principios esenciales del

procedimiento competitivo al que alude el artículo 4.4 d) del Real Decreto-ley 5/2015.

IV.4.4 Discriminación de operadores

- (187) La CNMC también considera que el borrador de solicitud de ofertas incumple el criterio de no discriminación de candidatos.
- (188) Anteriormente se analizaba la adecuación del borrador de solicitud de ofertas a lo dispuesto en el artículo 20 y la Disposición transitoria sexta de la Ley 7/2010.
- (189) Tal y como se ha expuesto en ese punto del informe, la RFEF ha respetado el hecho de que los derechos de emisión de la final de Copa de S.M. el Rey se reserven a su emisión en directo y en abierto, ya que ha exigido esta obligación mínima de retransmisión para los operadores interesados en adquirir esos derechos.
- (190) Ahora bien, esta limitación legal establecida en relación con la final de Copa de S.M. el Rey no existe en el caso de la final de la Supercopa de España, lo que sugiere que tanto los operadores de televisión en abierto como aquellos que emiten en pago están en condiciones de adquirir esos derechos de emisión.
- (191) Sin embargo, sin aportar ninguna explicación o justificación adicional, la RFEF ha decidido excluir del ámbito de la licitación a cualquier operador de televisión de pago en relación con estos derechos de emisión de la Supercopa de España, lo que, a juicio de la CNMC, puede ser interpretado como una discriminación a efectos del artículo 4.4 d) del Real Decreto-ley 5/2015.
- (192) Es más, al haber configurado un proceso de licitación de carácter no competitivo y desconocer los criterios sobre los que la RFEF va a basar su decisión final, se desconoce si algún operador de pago podría resultar adjudicatario de estos derechos.
- (193) En efecto, puede que la RFEF considera que la emisión en abierto de estos derechos puede dotar de mayor dimensión o proyección al evento deportivo y a la propia imagen de la competición y, por tanto, considerar que, de cara a la valoración de las ofertas, los operadores de televisión en abierto deben ser mejor valorados. Pero ello no implica la exclusión *per se* para unos operadores en proceso de expansión y que, por tanto, cada vez reúnen a un mayor número de espectadores, especialmente en torno a los acontecimientos deportivos.
- (194) La exclusión de operadores de televisión de pago, por imperativo de la RFEF, se extiende no sólo a los partidos de Supercopa de España, sino a cualquier tipo de contenido relacionado con ambas finales.
- (195) Como se ha explicado anteriormente, el borrador de contrato determina que todos los derechos de emisión relacionados con programas vinculados con las finales de Copa de S.M. el Rey y Supercopa de España deben ser

emitidos en abierto, lo que impide que los operadores de televisión de pago puedan concurrir a cualquiera de estos programas.

- (196) Adicionalmente, tampoco parece que los operadores OTT puedan acceder a los contenidos que la RFEF tiene intención de licitar.
- (197) Al requerir todos ellos su emisión en un canal de televisión, se excluye también del proceso de recepción de ofertas a un grupo de operadores de televisión, basados en estrategias de emisión no lineal, que cada vez está ganando más peso en el sector audiovisual en España.
- (198) Por todo ello, la CNMC considera que, con el actual diseño del borrador de solicitud de ofertas, se excluye a una parte muy considerable de los operadores de televisión en España y, por tanto, no se cumple con lo previsto en el artículo 4.4 d) del Real Decreto-ley 5/2015.
- (199) Esto es especialmente relevante si se tiene en cuenta que, tal y como están redactadas actualmente las bases, la explotación de los contenidos será en exclusiva, lo que elimina cualquier posibilidad de que operadores audiovisuales que no sean aquellos que posean una licencia de canal de televisión en abierto estén en condiciones de emitir algún tipo de contenidos relacionados con las finales que conforman la licitación.
- (200) La CNMC considera que una solución viable para este tipo de restricciones podría estar en la apertura de los partidos que componen la final de la Supercopa de España a cualquier tipo de operador de televisión (o al menos justificar por qué la RFEF considera que esta competición debe ser emitida en abierto), así como la configuración de contenidos no exclusivos para el resto de programas relacionados con las finales, en caso de no hubiera operadores interesados en la exclusiva, y la adecuación de las bases a las nuevas formas de televisión.

IV.4.5. Inexistencia de un procedimiento basado en criterios objetivos

- (201) Ya se ha explicado anteriormente, cuando se analizaba el carácter poco transparente y poco competitivo del procedimiento que la RFEF ha diseñado, que este procedimiento está basado enteramente en la discrecionalidad de la RFEF.
- (202) A estos efectos, el diseño de la RFEF carece del mínimo criterio objetivo tanto en el proceso de designación de los candidatos, como en la valoración de las ofertas que estos presenten.
- (203) Además, la CNMC también quiere dejar constancia de la falta de objetividad en relación a uno de los elementos esenciales de su modelo actual de solicitud de ofertas. Concretamente, el borrador de contrato que se adjunta al mismo.
- (204) Como ya se ha explicado anteriormente, el borrador de contrato recoge de manera agregada todos los derechos que pueden ser objeto de licitación por parte de la RFEF, lo que genera un documento difícilmente aceptable sin ningún tipo de modificaciones por parte de los operadores, máxime

cuando hay cláusulas que ni siquiera van a resultar de aplicación o que necesitarán una redacción alternativa³³ dependiendo del tipo de derechos de que se trate.

- (205) Además, una buena parte de las disposiciones del mismo³⁴ no son todavía concretadas en este borrador de contrato, lo que dificulta todavía más una eventual negociación entre la RFEF y los candidatos, quienes sólo pueden presentar observaciones en el momento inicial de la oferta, pero no posteriormente.
- (206) En este sentido, para blindar el contenido del único documento que, de acuerdo con el borrador de solicitud de ofertas puede vincular a la RFEF, la entidad consigna que todo lo no alegado en el momento inicial de la oferta debe entenderse aceptado directamente por el candidato.
- (207) Otro problema de falta de objetividad en el procedimiento diseñado por la RFEF está en la exigencia por la RFEF del pago de un precio variable, que se suma al precio fijo ofertado por el operador, cuya fórmula de cálculo se concreta de forma absoluta, y que está ligado al share medio que obtengan los partidos, con un límite máximo al precio variable a pagar.
- (208) Sin embargo, la RFEF no aporta ninguna justificación objetiva para la exigencia de este precio variable con esta cuantificación concreta. Además, el mismo distorsiona la competencia en el procedimiento, puesto que limita los precios variables que se pueden ofertar y distorsiona los precios fijos que los operadores se puedan plantear presentar.
- (209) Adicionalmente, al ligar este precio variable al share de audiencia, y no al valor absoluto de la audiencia generada, la RFEF se separa de la realidad del mercado de publicidad televisiva, en el que los ingresos publicitarios están directamente ligados a la audiencia absoluta generada (y su capacidad para generar impactos publicitarios, GRP) y no tanto al share o cuota de audiencia obtenida por un programa concreto.
- (210) A juicio de la CNMC, todo lo anterior, unido a la inexistencia de un procedimiento reglado y vinculante para la recepción y valoración de ofertas, rompe cualquier mínima norma de objetividad exigida por el Real Decreto ley 5/2015.
- (211) En este sentido, el Real Decreto-ley 5/2015 exige que, de cara a la valoración de las ofertas, se tengan en cuenta criterios objetivos como la oferta económica, criterio expresamente descartado por la RFEF en su borrador de solicitud de ofertas como determinante de cara a la adjudicación de derechos, u otros como el crecimiento y valor futuro de la

³³ Por ejemplo, el modo de pago de los derechos en caso de que la RFEF quiera licitar de manera independiente contenidos que no sean los denominados "Programas Partido" debería ser modificado en su integridad

³⁴ Por ejemplo, cuáles son los medios materiales que se van a otorgar al adjudicatario para cumplir con parte de los derechos asociados a la emisión de los partidos, o los medios técnicos de los que dispondrá la Supercopa de España, o los sponsor de las competiciones.

competición, elementos éstos que ni siquiera son mencionados por la RFEF en la documentación aportada para informe previo.

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

- (212) El Real Decreto-ley 5/2015 exige que la adjudicación de cada lote o paquete se realice de manera independiente y que los operadores no puedan condicionar sus ofertas a la adquisición de otros paquetes de derechos.
- (213) La CNMC considera que **la RFEF no cumple tampoco con esta exigencia del citado real decreto-ley.**
- (214) En primer lugar, al no existir un diseño claro de lotes de derechos licitados, las interpretaciones que sugieren los documentos sometidos a informe previo por parte de la RFEF son múltiples, tal y como ya se ha expuesto en líneas precedentes.
- (215) Por ello, una de las lecturas posibles que sugiere la acumulación de derechos en un único contrato, con unas condiciones de adquisición unificadas, es que cabe la posibilidad de que los distintos tipos de derechos audiovisuales que pueden conformarse con base en las finales de Copa de S.M. el Rey y Supercopa de España no se liciten de manera individualizada, sino que su contratación es susceptible de producirse en bloque, aun cuando su contenido y sus condiciones de emisión sean diferentes.
- (216) Por ello, en el momento actual, la CNMC no puede establecer que la RFEF cumple con lo establecido en el artículo 4.4 e) del Real Decreto-ley 5/2015.

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

- (217) 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 la final de Copa de S.M. el Rey y Supercopa de España para el año 2018, cuando el límite máximo establecido por la norma es de tres temporadas.
- (218) Ahora bien, se debe hacer una observación en relación a la vigencia de la cesión de derechos.
- (219) Mientras el borrador de solicitud de ofertas establece que ésta comenzará con la firma del contrato pertinente y expirará 7 días después del final del último de los partidos (punto 10.3), el borrador de contrato establece que la vigencia y efectos del mismo se fijan desde el 1 de enero de 2018 hasta el 31 de diciembre de 2018 (estipulación séptima).
- (220) Ambas afirmaciones resultan no sólo incompatibles, sino que, en el caso de la vigencia establecida en el borrador de contrato, la misma es imposible, porque tendría efectos retroactivos.
- (221) Además, cuando se analizan las condiciones de emisión de algunos contenidos, como por ejemplo, de los partidos en diferido en modalidad

lineal, se deduce que la vigencia del contrato quedará limitada al periodo máximo en el que se permite emitir estos partidos si los derechos licitados son los de emisión de los partidos de fútbol³⁵.

- (222) Además, como se desconoce el alcance en cuanto a las obligaciones de emisión de otros programas, como los programas resúmenes o clips de video, la aplicación *stricto sensu* de la vigencia contractual implicaría que los operadores adjudicatarios no tienen límite de emisiones hasta la finalización de la vigencia del contrato (esto es hasta el 31 de diciembre), lo que no tiene ninguna coherencia con la contratación habitual de este tipo de programas.
- (223) Por ello, la CNMC sugiere que la vigencia se adapte a cada uno de los contenidos que la RFEF tenga intención de licitar y que se homogeneice en los diversos documentos que componen la oferta.

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

- (224) Como ya se ha explicado anteriormente, la CNMC desconoce en el momento actual cuáles van a ser los lotes licitados por la RFEF y su contenido exacto.
- (225) Ahora bien, también se ha apuntado anteriormente que, tanto el Anexo 2 del borrador de solicitud de ofertas, como el propio borrador de contrato, sugieren que un único operador puede ser capaz de acaparar para sí todos los derechos licitados por la RFEF, al establecer un único paquete que abarca, al menos, tanto los partidos en directo, como los partidos en diferido, resúmenes y clips de video.
- (226) Esta circunstancia implica que, en el caso de que esos derechos se liciten con carácter exclusivo, un único operador puede acaparar para sí todos los derechos audiovisuales sobre los que la RFEF tiene capacidad de licitar, algo que, a juicio de la CNMC está fuera de la finalidad de la norma y, en particular del artículo 4.4 g) del citado real decreto-ley.
- (227) Por ello, **la CNMC no puede afirmar que el borrador de solicitud de ofertas remitido cumple con los criterios establecidos en el artículo 4.4 g) del Real Decreto-ley 5/2015.**

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

- (228) El Real Decreto-ley 5/2015 exige que la RFEF comercialice los derechos con la antelación suficiente para que su explotación pueda hacerse de forma adecuada.

³⁵ Ello sólo operará si, finalmente la RFEF mantiene una contratación en el mismo lote para la emisión de los partidos en directo y en diferido.

- (229) Ya se ha explicado anteriormente que la RFEF no ha desarrollado ningún tipo de plazo de cara a instrumentalizar el proceso de licitación de los derechos audiovisuales de las finales de Copa de S.M. el Rey y Supercopa de España.
- (230) De hecho, lo único que la CNMC y los operadores interesados conocen es que el partido de la final de Copa de S.M. el Rey se disputará el 21 de abril de 2018, mientras que los partidos de Supercopa de España se disputarán, previsiblemente en el mes de agosto de 2018.
- (231) La presentación de la solicitud de informe previo ante la CNMC el 28 de febrero de 2018 y el plazo de 1 mes establecido para su elaboración por el Real Decreto-ley 5/2015 indican que la RFEF difícilmente podrá convocar el proceso de licitación con más de un mes de adelanto con respecto a la fecha de celebración del primer partido.
- (232) Además, en el momento actual no se ha establecido ningún tipo de plazo para presentar ofertas, para solucionar dudas y que estas sean contestadas por la RFEF, para subsanar las ofertas presentadas, cómo se va a producir la apertura de las ofertas, cuándo se va a fijar el día de valoración de las mismas, etc. En definitiva, no existe ningún tipo de dato acerca de los plazos en los que la RFEF va a articular el proceso de licitación.
- (233) De hecho, lo único que se conoce es que la RFEF puede, a su entera discrecionalidad, modificar cualquier tipo de condición del borrador de solicitud de ofertas y decidir una adjudicación directa de estos derechos, tal y como se ha apuntado anteriormente en el presente informe.
- (234) Además, dentro de las condiciones establecidas de cara a cumplir con los compromisos publicitarios, la RFEF exige un plazo mínimo de 90 días antes de la celebración del partido para que el adjudicatario pueda comunicar a la entidad sus contratos con terceros anunciantes, plazo que, como se puede deducir por la fecha de la final de Copa de S.M. el Rey resulta de imposible cumplimiento.
- (235) Ello sugiere que los plazos que pueden ser habituales en el mercado de cara a la explotación de estos derechos no son suficientes para los operadores³⁶, al menos, en lo relativo al partido de la final de Copa de S.M. el Rey, por lo que esta Dirección de Competencia considera que **no se han cumplido las condiciones establecidas por el artículo 4.4 h) del Real Decreto-ley 5/2015.**

IV.9. Otros aspectos del proceso de licitación

- (236) Además de los aspectos comentados en relación con el proceso de licitación que la RFEF quiere convocar, la CNMC considera necesario realizar ciertas precisiones en relación con otros aspectos del borrador de solicitud de ofertas que no pueden ser directamente incardinados dentro de

³⁶ Véanse en este sentido informes previos de la CNMC en cuestión de licitación de derechos audiovisuales como los de 3 de julio de 2015 y 4 de noviembre de 2015.

los criterios de valoración establecidos por el artículo 4 del Real Decreto-ley 5/2015, pero que sí pueden tener incidencia en la explotación de los derechos audiovisuales de Copa de S.M. el Rey y Supercopa de España.

IV.9.1 Obligaciones del adjudicatario en relación con la publicidad

- (237) En primer lugar, en el apartado 5.3 del borrador de solicitud de ofertas, la RFEF establece que el adjudicatario tiene la obligación de explotar todas las formas comerciales y de patrocinio diferentes a las que la RFEF pone a su disposición y, por ello, la entidad impone como obligación dar una primera opción de compra y derecho preferente de adquisición de esas oportunidades comerciales a los patrocinadores de las finales.
- (238) Debe apuntarse que esta Comisión se ha pronunciado recientemente sobre el régimen aplicable a la emisión de determinados patrocinios durante la retransmisión de competiciones deportivas y de su cómputo en el límite de los 12 minutos de mensajes publicitarios por hora de reloj³⁷. En consecuencia, la RFEF debería evitar incluir obligaciones a los prestadores de servicios de comunicación audiovisual en el ámbito de la publicidad, específicamente relativo a los patrocinios, que puedan ser incompatible con la LGCA.
- (239) Además, el operador deberá ofrecerles su inserción en las mismas condiciones que su mejor cliente y este precio deberá ser comunicado a la RFEF. Junto con esta ventaja frente a otros operadores, la RFEF también garantiza que el patrocinador que haga uso de su derecho preferente tendrá exclusividad sectorial en materia publicitaria no sólo en la emisión de los partidos propiamente dicha, sino en cualquier programa relacionado con las finales (punto 6.4 del borrador de solicitud de ofertas).
- (240) El plazo para que los patrocinadores de las finales puedan ejercer este derecho preferente será fijado por la RFEF, sin que en estos momentos se conozca cuál es el mismo.
- (241) Sólo en caso de que los patrocinadores renuncien a ejercer ese derecho, podrá el operador audiovisual negociar de manera independiente el contenido publicitario, aunque limitado a un solo partido³⁸.

³⁷ Acuerdo de la CNMC de 18 de enero de 2018 en el expediente CNS/DTSA/702/17/VEO/PATROCINIOS DEPORTIVOS, en el que se estableció que los patrocinios emitidos durante la retransmisión de competiciones deportivas computan a los efectos del límite de los 12 minutos de mensajes publicitarios por hora de reloj previsto en la Ley 7/2010 : « de conformidad con lo dispuesto en la LGCA y en el Reglamento de Publicidad, la emisión de cualquier patrocinio durante el transcurso de los partidos de fútbol o de cualquier evento deportivo, aunque se trate de patrocinios que formen parte indivisible de la adquisición de los derechos, e independientemente del lugar de la pantalla donde se coloquen, se computará en el límite de los 12 minutos por hora de reloj a que tienen derecho los prestadores del servicio de comunicación audiovisual para emitir mensajes publicitarios ».

³⁸ Lo que parece excluir otros programas, aunque esta es una circunstancia que no está incluida expresamente en el borrador de solicitud de ofertas.

- (242) La CNMC considera que estas cláusulas restringen de manera plausible el principio de libertad de empresa de los operadores interesados en la emisión de estos derechos audiovisuales.
- (243) Tal y como se ha expuesto anteriormente, el operador de televisión que resulte adjudicatario tiene obligación de ceder determinados espacios gratuitos promocionales a la RFEF. Asimismo, debe cumplir con los requisitos de imagen que la RFEF solicita, lo que implica, por ejemplo, que en los programas relacionados con las finales de Copa de S.M. el Rey y Supercopa de España se deben situar en un lugar preminente los logos y sponsors de la entidad licitante.
- (244) Por ello, la introducción de estas cargas publicitarias adicionales no sólo implica una restricción de la libertad de empresa, sino, sobre todo, una limitación de la capacidad del operador de televisión adjudicatario de cara a rentabilizar económicamente los derechos audiovisuales que la RFEF tiene intención de licitar.
- (245) Además, el hecho de que deba comunicar a la RFEF el precio al que negocia sus espacios publicitarios no tiene ninguna racionalidad económica ni legal, en la medida en que no es la RFEF, sino los sponsors (de los que todavía se desconoce su identidad) los que deben negociar con los operadores adjudicatarios.
- (246) Por todo ello, la CNMC considera que este tipo de disposiciones deben ser eliminadas tanto del borrador de solicitud de ofertas como del borrador de contrato, ya que suponen la imposición de una limitación injustificada de la libertad de empresa y de la capacidad de rentabilización económica del operador adquirente de los derechos y no se basan en ninguna circunstancia objetiva admisible.

IV.9.2 Obligaciones del adjudicatario en cuanto a formato de los programas y emisiones

- (247) La RFEF exige al operador que cualquier tipo de formato que realice que guarde relación con las finales de Copa de S.M. el Rey y Supercopa de España debe ser aprobado por la entidad licitante.
- (248) Ello parece lógico de cara a preservar una imagen uniforme de las competiciones y, además, el derecho de uso de los distintos logotipos y marcas cedidos por la RFEF también podría justificar el que el operador no dañara el valor de estos derechos de propiedad intelectual cedidos por la licitante.
- (249) Ahora bien, en la estipulación tercera del borrador de contrato, la RFEF establece que los derechos conferidos por el contrato (y cuyo contenido exacto, como ya se ha explicado, se desconoce) deben ser explotados conforme a lo dispuesto en el contrato y *“en las Directrices de la RFEF que sean de aplicación”*

- (250) La CNMC considera que las directrices a las que alude la RFEF no pueden ser otras que las relacionadas con la explotación por parte de un tercero de sus derechos de propiedad intelectual.
- (251) Ahora bien, de cara a clarificar el contenido exacto de la citada cláusula, se deberían especificar exactamente a qué directrices se refiere el borrador de contrato y, sobre todo, si existe algún documento de carácter reglamentario aprobado por la RFEF que resulte de aplicación a la explotación de los derechos audiovisuales, este debería citarse de manera expresa.

IV.9.3 Reserva de derechos a favor de los clubes

(252) Como se ha explicado anteriormente cuando se describía la oferta, la RFEF reserva los derechos de los partidos en diferido al club en cuyo estadio se dispute el partido, pero, posteriormente cuando explica cómo deben explotarse estos contenidos, la entidad ya no hace referencia a los medios propios del club que acogerá la final, sino que se remite a los canales propios de los clubes participantes.

(253) La CNMC considera que la RFEF ha reproducido de forma parcial el contenido del artículo 2.3 del Real Decreto-ley 5/2015. La previsión reproducida aparece recogida en la letra a) del citado artículo por lo que, en aras del cumplimiento estricto de los derechos de los clubes en cuyos estadios se disputa el partido de fútbol objeto de licitación se debería reproducir el apartado b) del mismo artículo que establece que estos clubes “acogedores” del evento deportivo tendrán derecho a:

“b) La emisión en directo, dentro de las instalaciones en las que se desarrolle el acontecimiento deportivo, de la señal audiovisual televisiva correspondiente a dicho acontecimiento. “

(254) Al margen del cumplimiento estricto de la legalidad y, por tanto, de la obligación de preservar los derechos de los clubes regulados en el Real Decreto-ley 5/2015, la CNMC no puede obviar que, al menos en el caso de Copa de S. M. el Rey el cumplimiento de lo dispuesto en el artículo 2.3 a) de la citada norma es de imposible cumplimiento.

(255) En efecto, el citado artículo establece lo siguiente:

“Sin perjuicio de las facultades de las entidades comercializadoras, 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.

...”

(256) En el caso de la final de Copa de S.M. el Rey de 2018, el club de fútbol en cuyo estadio se organiza la competición es el Club Atlético de Madrid,

S.A.D. Ahora bien, este club no participará en la final de Copa, ya que los dos clubes de fútbol que la disputarán serán el Fútbol Club Barcelona y Sevilla Fútbol Club, S.A.D. que, como se puede deducir, no son los clubes en cuyas instalaciones se disputará la final.

- (257) Por lo tanto, la CNMC considera que el cumplimiento de los derechos a que se refiere el citado artículo 2.3 del Real Decreto-ley 5/2015 es imposible en el presente caso, al menos en lo que se refiere al apartado a).
- (258) Una eventual solución podría ser que la RFEF permita expresamente que los clubes participantes de la final pudieran hacer a la explotación de los partidos en diferido en sus canales temáticos, en vez del club cuyo estadio acoge el acontecimiento deportivo. Todo ello sin perjuicio de la necesidad de garantizar el cumplimiento de lo previsto en el artículo 2.3.b) del Real Decreto-ley 5/2015.

IV.9.4 Otros aspectos del borrador de solicitud de ofertas

- (259) A juicio de la CNMC, la RFEF debería aclarar ciertos aspectos concretos del borrador de solicitud de ofertas con carácter previo al lanzamiento del proceso de búsqueda de ofertas.
- (260) En primer lugar, de cara a calcular la contraprestación variable de los derechos audiovisuales licitados, la RFEF establece que el share medio de cada uno de los partidos será el publicado *“por la empresa especializada generalmente aceptada en el Reino de España”* (punto 10.4 del borrador de solicitud de ofertas)
- (261) La CNMC considera que esta empresa es Kantar Media, por lo que se sugiere que se incorpore directamente la identidad en los documentos de la oferta, para evitar eventuales conflictos de cara a la identidad de la citada empresa.
- (262) En segundo lugar, cuando el punto 10.5 del borrador de contrato, en el que se desarrolla el aval financiero que la RFEF va a solicitar a los candidatos interesados en la adquisición de los derechos audiovisuales de Copa de S.M. el Rey y Supercopa de España, se hace referencia a un “formato de aval” que se especificará en el contrato.
- (263) Sin embargo, en el borrador de contrato no se menciona, ni siquiera la necesidad de aval. Puesto que este es uno de los elementos que la RFEF puede tener en cuenta para valorar al candidato, se considera necesario desarrollar qué tipo de aval deben presentar las empresas de cara al procedimiento de oferta de estos derechos y el plazo para la presentación del mismo.

V. CONCLUSIÓN

- (264) A la luz de todo lo anterior, la CNMC concluye que los documentos que la RFEF ha aportado para la elaboración del informe previo al que se refiere

el artículo 4.3 del Real Decreto-ley 5/2015, no reúnen los requisitos exigidos por el citado real decreto-ley para la comercialización de los derechos audiovisuales de retransmisión de contenidos relacionados con las finales de Copa de S.M. el Rey y Supercopa de España que se disputarán el año 2018.

- (265) En este sentido, la documentación aportada no concreta los lotes o derechos objeto de la comercialización. De hecho, la existencia de contradicciones e inconsistencias entre el borrador de solicitud de ofertas, el borrador de contrato y el Anexo 2 que acompaña al escrito principal impiden determinar cuáles son los contenidos que la RFEF pretende comercializar y en qué condiciones.
- (266) Así, se desconoce si va a ver un único lote (Anexo 2), sin van a existir dos lotes, uno para los contenidos audiovisuales de cada una de las finales (borrador de solicitud de ofertas en el punto Paquetes y derechos de programación) o si pueden existir otros lotes de derechos cuyo contenido, si bien es citado por la RFEF en la descripción general de la oferta, no encuentran ningún tipo de desarrollo en los apartados propios de descripción de cada uno de los lotes.
- (267) Además, si bien en el borrador de solicitud de ofertas sólo parece que queda limitada la explotación en abierto a los partidos en directo de cada uno de las dos finales³⁹, en el borrador de contrato esta explotación en abierto se hace extensible a cualquier tipo de programa relacionado con ambas finales, lo que impide que los operadores puedan determinar de manera indubitativa si los derechos audiovisuales quedan limitados a su explotación en abierto o no.
- (268) Esta dificultad interpretativa se extiende al carácter exclusivo o no de los contenidos, ya que, si bien en determinados puntos del borrador de solicitud de ofertas y del borrador de contrato se establece que todos los derechos audiovisuales licitados serán de carácter exclusivo, lo cierto es que la explotación de alguno de ellos, como es el caso de los clips seleccionados no puede ser considerada como exclusiva, al reservarse la RFEF el uso de los mismos de cara a su eventual cesión a los patrocinadores o proveedores oficiales.
- (269) La documentación remitida por la RFEF el 28 de febrero de 2018 tampoco cumple con los requisitos de publicidad, transparencia, competitividad y no discriminación establecidos en el artículo 4.4 d) del Real Decreto-ley 5/2015, ni ha establecido criterios objetivos para la adjudicación de los derechos.
- (270) En esencia, el procedimiento diseñado por la RFEF se caracteriza por utilizar la discrecionalidad y la voluntad de la entidad licitante como único criterio de cara a aceptar y valorar las ofertas.

³⁹ Con la excepción de los derechos de explotación de los clips de video y clips de video seleccionados

- (271) De hecho, parece que el proceso de licitación notificado sólo supone el cumplimiento de un mero formalismo ya que, tal y como la propia RFEF reconoce en el mismo borrador de solicitud de ofertas, no considera que está obligada ni vinculada por el proceso de solicitud de ofertas que, por imperativo legal, está obligada a convocar.
- (272) Aparte de incumplir de manera notoria los principios de publicidad, transparencia y objetividad, la CNMC considera que, dependiendo de cómo quede finalmente el borrador de solicitud de ofertas, también la parte solicitante del presente informe previo podría incurrir en un incumplimiento de la obligación de no discriminar entre operadores si persiste en limitar la explotación de la retransmisión de esos derechos únicamente a los operadores de televisión en abierto para cualquier tipo de contenido relacionado con ambas finales.
- (273) Esta discriminación excluye a un importante número de operadores de televisión en España y, a juicio de la CNMC, la citada exclusión no ha encontrado ningún tipo de motivación por parte de la RFEF, especialmente en lo que se refiere a eventuales contenidos de carácter no exclusivo o aquellos no reservados legalmente a los operadores de televisión en abierto (caso de la Supercopa de España).
- (274) Por ello, la CNMC considera deseable que los derechos principales, de emisión en directo de la final de la Copa de S.M. el Rey y de la final de la Supercopa de 2018, se liciten en lotes separados, abriendo la segunda competición a los operadores de televisión en abierto y de pago.
- (275) Junto a estos incumplimientos claros de la norma, que, a juicio de la CNMC, exigen una formulación totalmente nueva de la solicitud de ofertas de cara a la comercialización de derechos de la final de la Copa de S.M. el Rey y la Supercopa de España de 2018, esta Comisión también considera que la RFEF, de cara al diseño futuro de su solicitud de ofertas, también debería:
- Tener en cuenta, los derechos de información derivados de la aplicación del artículo 19.3 de la Ley 7/2010
 - Asegurarse de que no existe vinculación alguna entre lotes de derechos. Ya se ha explicado anteriormente que al desconocer la CNMC exactamente qué tipos de derechos tiene intención de licitar la RFEF, podría darse el caso de una vinculación de lotes no permitida por el Real Decreto-ley 5/2015.
 - Revisar la vigencia de los contratos de cara a evitar distorsiones en cuanto a la eficacia de los derechos audiovisuales licitados.
 - Asegurarse de que los plazos del proceso de oferta puedan permitir una explotación adecuada de los derechos por parte del operador adjudicatario, especialmente en lo referente a los derechos audiovisuales relacionados con la final de Copa de S.M. el Rey.
- (276) Por otra parte, la CNMC considera que la RFEF también debería revisar ciertas obligaciones establecidas a los adjudicatarios y, en particular,

aquellas relacionadas con obligaciones comerciales que, tal y como se ha expuesto anteriormente, limitan excesivamente la capacidad de los adjudicatarios de explotar comercialmente los derechos audiovisuales adquiridos.

(277) Asimismo, la RFEF debería evitar incluir obligaciones a los prestadores de servicios de comunicación audiovisual en el ámbito de la publicidad, específicamente relativo a los patrocinios, que puedan ser incompatible con la LGCAI, de acuerdo con los criterios fijados en el acuerdo de 18 de enero de 2018 (CNS/D TSA/702/17).

(278) Por último, la CNMC considera que debe dejarse constancia expresa de que el presente informe únicamente abarca la comercialización de derechos de retransmisión de programas relacionados con las finales de Copa de S.M. el Rey y Supercopa de España en el ámbito geográfico de España, por lo que, de acuerdo con el Real Decreto-ley 5/2015:

- Toda comercialización de derechos que la RFEF tenga intención de licitar a nivel internacional deber ser objeto de informe previo ante la CNMC, sin que el contenido del presente informe pueda hacerse extensivo a la explotación de los derechos en otros ámbitos geográficos fuera de España
- En caso de que la RFEF externalizara los derechos de producción de contenidos audiovisuales, la CNMC considera, en línea con lo manifestado en informes precedentes relacionados con la licitación de derechos audiovisuales futbolísticos con base en el Real Decreto-ley 5/2015, que la entidad debe solicitar informe previo de acuerdo con lo establecido en el artículo 4.3 del Real Decreto-ley 5/2015, al ser estos derechos de producción derechos audiovisuales en el sentido de la citada norma.
- La RFEF debe determinar cómo va a explotar todos los derechos que se excluyen expresamente de la licitación (por ejemplo, DVD o móvil). En caso de que no los vaya a explotar, los mismos deberán ser devueltos a los clubes de fútbol participantes en estos eventos, tal y como prevé el artículo 4.7 del Real Decreto-ley 5/2015.

