



COMISIÓN NACIONAL DE LOS
MERCADOS Y LA COMPETENCIA



**INF/DC/055/18 INFORME SOBRE LA
PROPUESTA DE LNFP PARA LA
COMERCIALIZACIÓN DE LOS DERECHOS
AUDIOVISUALES DEL CAMPEONATO
NACIONAL DE LIGA DE PRIMERA Y
SEGUNDA DIVISIÓN Y DE LA COPA DE S.M.
EL REY DE FÚTBOL PARA LAS
TEMPORADAS 2019/2020 A 2021/2022**

18 de abril de 2018

Índice

I.	ANTECEDENTES	4
II.	MARCO NORMATIVO	5
III.	CONTENIDO BORRADOR DE BASES PRESENTADO POR LNFP	8
III.1.	Lotes objeto de comercialización	8
III.2.	Derechos excluidos del procedimiento	17
III.3.	Programación y selección de los partidos	18
III.4.	Producción de contenidos	20
III.5.	Derechos adicionales de los adjudicatarios	21
III.6.	Publicidad, promoción y patrocinio	21
III.7.	Propiedad	24
III.8.	Obligaciones de información	24
III.9.	Condiciones de pago	26
III.10.	Procedimiento para la presentación de ofertas	26
III.11.	Procedimiento para la asignación de lotes	28
III.12.	Precio de reserva	30
III.13.	Comercialización subsidiaria de los lotes	31
III.14.	Otras disposiciones	31
IV.	VALORACIÓN BORRADOR DE BASES	32
IV.1.	Adecuación del borrador de bases al artículo 4.4.a) del Real Decreto-ley 5/2015	32
IV.2.	Adecuación del borrador de bases al artículo 4.4.b) del Real Decreto-ley 5/2015	34

IV.3. Adecuación del borrador de bases al artículo 4.4.c) del Real Decreto-ley 5/2015	38
IV.4. Adecuación del borrador de bases al artículo 4.4.d) del Real Decreto-ley 5/2015	40
IV.5. Adecuación del borrador de bases al artículo 4.4.e) del Real Decreto-ley 5/2015	47
IV.6. Adecuación del borrador de bases al artículo 4.4.f) del Real Decreto-ley 5/2015	48
IV.7. Adecuación del borrador de bases al artículo 4.4.g) del Real Decreto-ley 5/2015	49
IV.8. Adecuación del borrador de bases al artículo 4.4.h) del Real Decreto-ley 5/2015	50
IV.9. Otros aspectos del borrador de bases	51
V. CONCLUSIÓN	53

INFORME EN RELACIÓN CON EL BORRADOR DE BASES PARA LA SOLICITUD DE OFERTAS DE LNFP PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE LOS DERECHOS DE EXPLOTACIÓN DE CONTENIDOS AUDIOVISUALES DEL CAMPEONATO NACIONAL DE LIGA DE PRIMERA Y SEGUNDA DIVISIÓN Y DE LA COPA DE S.M. EL REY DE FÚTBOL PARA LAS TEMPORADAS 2019/2020 A 2021/2022

INF/DC/055/18

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 18 de abril de 2018

I. ANTECEDENTES

- (1) Con fecha 19 de marzo de 2018, tuvo entrada en la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (en adelante, CNMC) escrito de Liga Nacional de Fútbol Profesional (en adelante, LNFP) por el que la entidad solicita, 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 con la comercialización de los derechos de explotación de contenidos

audiovisuales de las competiciones de fútbol profesional (Real Decreto-ley 5/2015), que la CNMC elabore informe previo en relación con el proceso de solicitud de ofertas que LNFP tiene intención de lanzar en relación con los derechos de retransmisión de los partidos de fútbol de primera y segunda división del campeonato nacional de Liga.

- (2) Adicionalmente, dentro del borrador de bases remitido a informe, LNFP incluye los derechos de retransmisión de los partidos de Copa de S.M. el Rey de fútbol (excepto la primera eliminatoria y la final) como derechos objeto de licitación, si bien matiza que, *“actualmente no tiene encomendada dicha comercialización, pero no puede descartarse que pudiera llegar a tenerla en los próximos meses”*¹, situación que se ha producido en los últimos procesos de solicitud de ofertas lanzados por LNFP sobre los que la CNMC se ha pronunciado con carácter previo en virtud de lo establecido en el Real Decreto-ley 5/2015².
- (3) En caso de que finalmente no se llegara a un acuerdo con la Real Federación Española de Fútbol (en adelante, RFEF) para que fuera LNFP quien comercializara estos derechos antes de que esta última iniciara el proceso de solicitud de ofertas para los contenidos audiovisuales relacionados con el campeonato nacional de liga de fútbol, la entidad indica que *“podría eliminarse cualquier mención que se haga a dicha competición en el presente documento”*³.

II. MARCO NORMATIVO

- (4) El Real Decreto-ley 5/2015 introdujo un cambio sustancial en la comercialización y explotación de los derechos audiovisuales del campeonato nacional de Liga y de la Copa de S.M. El Rey de fútbol, al atribuir a las entidades organizadoras de estas dos competiciones⁴ las facultades necesarias para comercializar de manera centralizada los derechos audiovisuales de los clubs participantes.
- (5) Para hacer efectiva esta venta centralizada de derechos audiovisuales, el artículo 2 del Real Decreto-ley 5/2015 establece como obligación para los clubs de fútbol que participen en las citadas competiciones la cesión a LNFP y RFEF, respectivamente, de las facultades de comercialización

¹ Punto 1 del borrador de bases.

² Ver en este sentido el “Informe CNMC sobre la propuesta de LNFP de condiciones para la comercialización centralizada de los derechos audiovisuales de campeonato nacional de fútbol en las temporadas 2015/2016 a 2017/2018”, aprobado por el Consejo de la CNMC de 2 de julio de 2015, y el “Informe relativo a la propuesta de la LNFP de condiciones para la comercialización centralizada de los derechos audiovisuales de campeonato nacional de fútbol en las temporadas 2016/2017 a 2018/2019”, aprobado por el Consejo de la CNMC el 4 de noviembre de 2015.

³ Punto 1 del borrador de bases.

⁴ LNFP en el caso del campeonato nacional de Liga, tanto en primera como en segunda división y RFEF en el caso de la Copa de S.M. El Rey.

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 clubes o entidades participantes en la correspondiente competición.

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

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

a) La Liga Nacional de Fútbol Profesional, respecto del Campeonato Nacional de Liga de Primera y Segunda División.

b) La Real Federación Española de Fútbol, respecto de la Copa de S.M. el Rey y de la Supercopa de España.

...”

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

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

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

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

Sin perjuicio de lo previsto en la Ley 3/2013, de 4 de junio, y el resto de normativa de competencia, con carácter previo a la aprobación de dichas condiciones, las entidades comercializadoras solicitarán de la Comisión

Nacional de los Mercados y la Competencia la elaboración de un informe sobre las citadas condiciones de comercialización de derechos. Dicho informe será elaborado en el plazo de un mes desde que fuera solicitado.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

III. CONTENIDO BORRADOR DE BASES PRESENTADO POR LNFP

- (7) Mediante la solicitud presentada a la CNMC el 19 de marzo de 2018, LNFP solicita el informe previo al que alude el artículo 4.3 del Real Decreto-ley 5/2015 para la comercialización de los derechos de emisión en España⁵ del campeonato nacional de Liga y Copa de S.M. el Rey de fútbol⁶ para las temporadas 2019/2020 a 2021/2022.

III.1. Lotes objeto de comercialización

- (8) El punto 3 del borrador de bases describe los 10 lotes de derechos audiovisuales sobre los que LNFP tiene intención de solicitar ofertas.

LOTES LICITADOS POR LNFP	
LOTES	CONTENIDO
Lote 1	1 partido por cada jornada de primera división de fútbol, en abierto y en exclusiva en segunda selección Las semifinales de Copa de S.M. el Rey de fútbol en abierto y en exclusiva
Lote 2	Resúmenes en abierto y en exclusiva de Liga, tanto en primera como segunda división y Copa de S.M. el Rey de fútbol
Lote 3	2 partidos cada jornada de segunda división de fútbol, en abierto y en exclusiva, en segunda selección
Lote 4	1 partido de cada jornada de primera división de fútbol, en abierto o de pago, en exclusiva, en primera selección 1 partido de cada jornada de segunda división de fútbol, en abierto o de pago, en exclusiva, en primera selección Los 6 partidos de la fase de ascenso a primera división de fútbol, en abierto o pago, en no exclusiva
Lote 5	Canal LaLiga Primera o su contenido equivalente: <ul style="list-style-type: none"> • 8 partidos de cada jornada de primera división de fútbol, en pago, en exclusiva, en tercera selección • Los 6 partidos de la fase de ascenso a primera división de fútbol, en pago y no exclusiva • Todos los partidos de la Copa de S.M. el Rey de fútbol, en pago y en exclusiva⁷

⁵ El ámbito geográfico objeto de la licitación también incluye Andorra (punto 3.1.1.3 del borrador de bases).

⁶ Quedan excluidos del ámbito de la licitación, tal y como se ha explicado anteriormente, los partidos correspondientes a la primera eliminatoria y a la final.

⁷ Se excluyen la primera eliminatoria y la final, así como las semifinales del lote 1.

Lote 6	<p>Canal LaLiga Segunda o su contenido equivalente:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 10 partidos de cada jornada de segunda división de fútbol, en pago, en exclusiva y en segunda selección • Los 6 partidos de la fase de ascenso a primera división de fútbol, en pago y no exclusiva <p>En caso de que se adjudicara el lote 7, también se incluiría en este lote 1 partido de cada jornada de segunda división de fútbol, en pago, en exclusiva, en primera selección</p>
Lote 7	<p>Lote 4+ Lote 5</p> <p>En caso de que se adjudicara este lote, no se incluiría el partido de segunda división de fútbol en exclusiva, en primera selección</p>
Lote 8	<p>Canal LaLiga TV o su contenido equivalente: todos los partidos de primera y segunda división y los de Copa de S.M. el Rey de fútbol para clientes no residenciales</p>
Lote 9	<p>Clips o mini-resúmenes de 90 segundos de cada partido de primera y segunda división, así como de Copa de S.M. el Rey de fútbol, para su difusión por internet en exclusiva</p>
Lote 10	<p>Todos los partidos de primera y segunda división, así como Copa de S.M. el Rey de fútbol, bajo demanda, para su difusión no lineal y en diferido a través de internet y en exclusiva</p>

Fuente: borrador de bases LNFP

- (9) Además, el borrador de bases añade que los derechos audiovisuales de cada partido comprenden los eventos que se desarrollen en el terreno de juego, incluyendo las zonas del recinto deportivo visibles desde el mismo, desde los 2 minutos anteriores a la hora prevista para el inicio del acontecimiento deportivo, hasta el minuto siguiente a su conclusión e incluyen los derechos para su difusión, tanto en directo como en diferido, en su integridad y en versiones resumidas o fragmentadas destinados a su emisión en España⁸.
- (10) Para los lotes 4 a 8 y 10, el borrador de oferta determina que los adjudicatarios, en los territorios en los que exista lengua cooficial, deberán ofrecer la opción al usuario de acceder a los comentarios de la retransmisión en todas las lenguas cooficiales correspondientes.
- (11) Los interesados podrán realizar ofertas sobre cada lote de manera independiente.
- (12) A efectos de determinar en qué consiste la retransmisión en abierto o en pago de cada uno de los contenidos audiovisuales licitados, LNFP

⁸ También se incluye Andorra.

establece en el punto 3.1.2 del borrador de bases que la retransmisión en abierto implicará la utilización de cualquier sistema que permita la difusión general y en directo del contenido, ya sea mediante una señal de televisión tradicional (TDT) que emita en abierto, o a través de cualquier otro medio o plataforma como internet o equivalente, cuyo alcance sea como mínimo de cobertura estatal y prestando, por tanto, un servicio público de comunicación audiovisual.

- (13) En cuanto a las retransmisiones en pago o codificadas, el borrador de bases, en el mismo punto, establece que ésta implicará la distribución del contenido audiovisual a través de cualquier medio o plataforma.
- (14) Una vez establecidas las características generales de cada uno de los lotes de derechos ofertados por LNFP, la entidad licitante procede a individualizar y desarrollar de manera más pormenorizada el contenido de cada uno de ellos.
- (15) Así, respecto al **lote 1**, LNFP establece que el derecho principal concedido en exclusiva (emisión de un partido de primera división en abierto en segunda selección y las semifinales de Copa de S.M. el Rey de fútbol) viene acompañado por el derecho de explotación no exclusiva del acontecimiento deportivo en diferido, ya que este derecho de emisión en diferido ha sido atribuido a los adjudicatarios de los lotes 5, 7 y 10.
- (16) En las jornadas 37 y 38, como excepción a la exclusiva concedida, LNFP informa que podrán aparecer extractos del partido de primera división en directo en el múltiplex que emitan los adjudicatarios de los lotes 4, 5, 7 y 8.
- (17) Además, los partidos objeto de este lote, también han sido introducidos en el lote 8.
- (18) La designación del partido de primera división se realizará por LNFP con una antelación mínima de 10 días naturales, de acuerdo con lo establecido en el artículo 20.1.e) de la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual (en adelante, Ley 7/2010) y se debe tener en cuenta que el partido seleccionado no podrá incluir a equipos que participen en competiciones europeas y, en cualquier caso, no podrá tener entre sus participantes a Real Madrid Club de Fútbol, Fútbol Club Barcelona, Valencia Club de Fútbol, S.A.D., ni Club Atlético de Madrid, S.A.D.
- (19) Junto al desarrollo de los derechos principales de emisión de partidos objeto del lote 1, LNFP también atribuye al adjudicatario del mismo una serie de derechos accesorios.
- (20) El primero de ellos es el acceso a los estadios de los partidos adjudicados para realizar comentarios, entrevistas y personalizar la producción de los partidos (uso de locuciones, comentarios, aparición de narradores, locutores y comentaristas).
- (21) El segundo de ellos es el derecho a emitir un resumen de los partidos incluidos en el lote con una duración de 3 minutos por partido, no

acumulables al lote 2. Los resúmenes serán entregados por LNFP en un plazo máximo de 2 horas y 15 minutos desde el inicio de cada partido.

- (22) En relación con estos resúmenes, LNFP establece que el adjudicatario podrá elaborar, alternativamente, resúmenes a partir de la señal que LNFP le proporcione en directo.
- (23) Para su emisión, el borrador de bases establece que estos resúmenes sólo podrán ser emitidos entre la finalización del partido y 20 minutos después de la finalización del último partido de cada día de la jornada de cada una de las competiciones, caducando el derecho de emisión al inicio del primer partido de la siguiente jornada.
- (24) El adjudicatario podrá sublicenciar la explotación del lote siempre que cuente con autorización previa y expresa de LNFP. En este caso, el adjudicatario deberá garantizar el cumplimiento por parte del sublicenciario de las obligaciones previstas para el lote.
- (25) En cuanto al canal en el que deberá explotarse el contenido del lote, LNFP establece que el adjudicatario podrá emitir los partidos en directo por medio de cualquier formato de distribución y en cualquier tipo de dispositivo, siempre que ésta se produzca de forma simultánea⁹.
- (26) Los resúmenes que conforman el **lote 2** licitado por LNFP, tendrán una duración máxima de 12 minutos por partido y coexistirán con los resúmenes que se incluyen como contenido de los lotes 4 a 8, así como con los derechos del lote 9 (clips o mini-resúmenes).
- (27) Al igual que se ha explicado anteriormente para el lote 1, LNFP permitirá alternativamente o bien ofrecer ella misma los resúmenes en iguales condiciones que las reproducidas anteriormente, o bien que sea el adjudicatario quien elabore los resúmenes a partir de las imágenes en directo que LNFP ofrece.
- (28) En relación con esta última posibilidad, el borrador de bases determina que el adjudicatario deberá notificar los partidos sobre los que desea dicha señal con antelación suficiente al inicio de cada jornada.
- (29) Los parámetros para la emisión de los resúmenes son los mismos que ya se habían establecido para el lote 1 y el régimen de sublicencia también coincide con el reproducido en el lote anterior, por lo que no se considera necesario desarrollarlos de manera específica para este lote.
- (30) Al igual que se establecía para el lote 1, LNFP explica que el adjudicatario de los contenidos del lote 2 *“podrá emitir los partidos en directo por medio de cualquier formato de distribución (...) siempre que la emisión sea simultánea”*.

⁹ Además, se establece por la LNFP que el adjudicatario deberá tener en cuenta que el contenido del lote también estará disponible en las plataformas de pago que retransmitan el canal.

- (31) Puesto que cabe la posibilidad de que el lote 4¹⁰ sea adjudicado a un operador de televisión en abierto, LNFP establece que, de cara a formular ofertas para este lote de derechos, los operadores interesados deberán presentar 2 ofertas: una para el caso de que los resúmenes sean efectivamente exclusivos para el adjudicatario (es decir, en caso de que el adjudicatario del lote 4 sea un operador de televisión de pago) y otra para el caso de que los derechos sobre los resúmenes no sean en exclusivos (circunstancia que ocurriría en caso de que el lote 4 fuera adjudicado a un operador de televisión en abierto).
- (32) Como este lote incluye un contenido más pormenorizado que el derecho al acceso a breves resúmenes informativos regulado en el artículo 19.3 de la Ley 7/2010, LNFP establece que el adjudicatario deberá renunciar a este derecho de acceso para obtener imágenes suplementarias de los partidos de las competiciones.
- (33) El desarrollo del contenido del **lote 3** es muy similar al que ya se ha expuesto en relación con el lote 1, por lo que no se van a desarrollar aspectos que ya han sido citados anteriormente en este informe y únicamente se van a destacar aquellas características del lote que no se han incluido en anteriores.
- (34) Así, LNFP destaca que el adjudicatario deberá tener en cuenta que los partidos de segunda división de fútbol objeto del lote, también serán explotados por los adjudicatarios de los lotes 6 o 7 en directo y de los adjudicatarios por el lote 10 en diferido. Además, también serán objeto de emisión a través del lote 8 para clientes no residenciales.
- (35) Dentro de los derechos accesorios (acceso a estadios y resúmenes de los partidos del lote), se incluye una novedad con respecto a lo establecido en el lote 1, ya que en el lote 3 se prevé la posibilidad de que el adjudicatario pueda realizar reportajes, para lo que LNFP establece que *“podrán utilizarse imágenes de jornadas anteriores de la temporada en curso”*.
- (36) El **lote 4** sí presenta novedades con respecto a lo establecido por LNFP para los lotes 1 a 3.
- (37) LNFP establece como derecho principal del adjudicatario de este lote que, en las jornadas 37 y 38 de primera división del campeonato nacional de Liga de fútbol, el adjudicatario del lote 4 podrá emitir el partido de primera división junto a un múltiplex con extractos de los partidos que emitan los adjudicatarios de los lotes 1 a 5¹¹.
- (38) Del mismo modo, en las jornadas 41 y 42 de segunda división del campeonato nacional de Liga de fútbol, el adjudicatario del lote 4 podrá

¹⁰ Como se desarrollará posteriormente, el lote 4 incluye entre los derechos audiovisuales comercializados los resúmenes de los partidos.

¹¹ El borrador de bases añade *“o del Lote 7 si es adjudicado en lugar del lote 5”* (punto 3.1.2.4. (i) del borrador de bases).

emitir el partido junto a un múltiplex con extractos de los partidos que emita el adjudicatario del lote 6.

- (39) El borrador de bases añade que, en caso de emisión de pago, el adjudicatario estará obligado a que haya una distribución o explotación vía OTT (televisión por internet) o sistema similar, de tal forma que sus clientes puedan contratar el contenido del lote *“sin vinculación a otros contenidos (paquetes de canales) o servicios tecnológicos (ofertas de servicios convergentes)”*.
- (40) Como derechos accesorios del lote 4, se incluyen la emisión de resúmenes de todos los partidos de primera y segunda división, así como de los partidos de Copa de S.M. el Rey de fútbol, con las mismas restricciones y contenidos de los resúmenes del lote 2.
- (41) Si bien en el caso de los resúmenes de los lotes 1 a 3 se establecía que éstos podían ser entregados por LNFP o bien ser realizados por el operador adjudicatario, en caso de los resúmenes del lote 4 únicamente se prevé que LNFP los entregue a los adjudicatarios en el plazo de 2 horas y 15 minutos desde el inicio de cada partido.
- (42) En caso de que el adjudicatario sea un operador de televisión de pago, también se permitirá a este el acceso a los estadios para la grabación por sus propios medios de imágenes de juego de los partidos, estableciéndose que éste deberá contar con
- 2 equipos ENG en todos los estadios de primera división
 - 1 equipo ENG en todos los estadios de segunda división
 - Hasta 3 cámaras fijas en los partidos del lote para personalizar la producción de los mismos con sus comentaristas y para hacer seguimiento del juego.
- (43) El adjudicatario podrá grabar estas imágenes de juego para su emisión y explotación en diferido con el fin de informar sobre el contenido deportivo de las competiciones objeto de la oferta y el operador deberá entregar LNFP en un compactado de las mejores imágenes para que pasen a formar parte del archivo de LNFP.
- (44) Al igual que se había desarrollado para el adjudicatario de los resúmenes del lote 2, en este caso, LNFP también solicita que el operador adjudicatario renuncie a los derechos a obtener imágenes derivados de la Directiva 2010/13 y del artículo 19.3 de la Ley 7/2010.
- (45) Finalmente, de cara a poder ejercer la primera selección de los partidos que se disputarán en primera división de fútbol, LNFP establece que el adjudicatario podrá emitir hasta un máximo de 18 partidos del Real Madrid Club de Fútbol y del Fútbol Club Barcelona y el partido entre ambos clubes, que se dispute en segunda vuelta.
- (46) Asimismo, el adjudicatario no podrá retransmitir la ida y la vuelta del Real Madrid Club de Fútbol o del Fútbol Club Barcelona contra el Valencia Club

de fútbol, S.A.D., Club Atlético de Madrid, S.A.D. y Sevilla Club de Fútbol, S.A.D.

- (47) En el caso del **lote 5**, LNFP explica que, en caso de que el adjudicatario opte por emitir los contenidos, pero no el canal, la explotación audiovisual y comercialización a los abonados y clientes residenciales de uso privado y residencial del mismo contenido deberá realizarse en las mismas condiciones que el Canal Liga TV.
- (48) El lote incluye el partido de la primera vuelta entre el Real Madrid Club de Fútbol y el Fútbol Club Barcelona. El lote incluye también la emisión simultánea en formato múltiplex de las jornadas 37 y 38 de la primera división del campeonato nacional de Liga de fútbol, incluyendo los extractos del partido de segunda selección para televisión en abierto, pero sin los partidos de primera selección del lote 4.
- (49) Al igual que se ha establecido para el lote 4, el adjudicatario del lote 5 estará obligado a ofrecer el contenido del este lote vía OTT de manera independiente a sus clientes.
- (50) Los derechos accesorios del lote 5 (resúmenes, acceso a imágenes y acceso a los estadios para grabar imágenes de juego, renuncia al derecho de acceso para obtener imágenes de los partidos en virtud de la Directiva 2010/13 y de la Ley 7/2010) son iguales a los ya desarrollados para el lote 4, por lo que no se considera necesario reiterarlos en este punto del informe.
- (51) El Canal Liga TV incluirá contenidos publicitarios, cediendo al adjudicatario un espacio de duración máxima de 90 segundos por hora de emisión para la autopromoción de los contenidos de la plataforma.
- (52) Las previsiones en cuanto a la sublicencia del lote, el canal en el que han de distribuirse los contenidos y la frecuencia de los mismos son análogas a las desarrolladas anteriormente para el lote 4.
- (53) En el caso del **lote 6**, LNFP desarrolla su contenido de manera específica (y de forma análoga a la establecida para el lote 5) en el punto 3.1.2.6 del borrador de bases.
- (54) Con respecto al mismo, se establece que, en caso de que el lote 7 fuera adjudicado, se incluirá en este lote 6 un partido de cada jornada de segunda división de fútbol en exclusiva, en primera selección.
- (55) Adicionalmente, se establece que cualesquiera de los partidos de este lote podrán ser emitidos en abierto, de manera simultánea, bien en todo el territorio, bien en distintos ámbitos territoriales autonómicos o regionales dentro del territorio.
- (56) Asimismo, se establece que el lote incluirá la emisión en formato múltiplex para las jornadas 41 y 42 de segunda división, pero sin los partidos del lote 4.

- (57) Al igual que se ha visto para los lotes 4 y 5, el adjudicatario deberá poner a disposición de sus clientes el canal vía OTT de forma independiente a otros servicios tecnológicos y contenidos.
- (58) Puesto que el contenido final de este lote puede verse condicionado por la adjudicación de otros lotes objeto de licitación, LNFP solicita que los operadores interesados en el lote 6 presenten dos ofertas distintas, diferenciando el precio ofertado, según si se adjudica el lote 7 o no.
- (59) Como derechos accesorios, LNFP establece el derecho del adjudicatario a explotar los resúmenes de todos los partidos de segunda división.
- (60) Estos resúmenes serán producidos y entregados por LNFP al operador adjudicatario en condiciones análogas a las establecidas anteriormente para este tipo de contenidos, aunque también se prevé la posibilidad de que el adjudicatario pueda elaborar resúmenes a partir de las señales que LNFP proporcione, para lo que deberá notificar a la entidad los partidos sobre los que desea dicha señal con antelación suficiente al inicio de cada jornada.
- (61) Al igual que ya se ha establecido en relación con lotes anteriores, el contenido de este lote implica que el adjudicatario renuncie al *“derecho de acceso para obtener imágenes suplementarias de los partidos de las Competiciones”*.
- (62) La posibilidad de sublicencia o la frecuencia del lote es análoga a la desarrollada para los lotes 4 y 5. Sin embargo, en cuanto al canal en el que deberá emitirse el canal LaLiga Segunda o su contenido equivalente, únicamente se establece que *“el Adjudicatario emitirá los partidos mediante cualquier formato de distribución y en cualquier dispositivo”*.
- (63) En cuanto al desarrollo del contenido del **lote 7**, el borrador de oferta únicamente se limita a señalar que éste se compone de los contenidos audiovisuales de los lotes 4 y 5 (con la excepción ya analizada anteriormente del partido de segunda división de fútbol) y que este lote se adjudicará de forma alternativa a los citados lotes 4 y 5, atendiendo, en todo caso a la necesidad del adjudicatario de cumplir con lo establecido en la disposición adicional segunda del Real Decreto-ley 5/2015.
- (64) Por otra parte, el borrador de bases recoge que el candidato que resulte adjudicatario de este lote, no podrá resultar adjudicatario de otro lote que tenga carácter exclusivo, *“salvo que no existieran otros Candidatos interesados u otras ofertas económicamente equivalentes”*
- (65) El **lote 8** establece en cuanto a su contenido un desarrollo similar al observado para los lotes 4, 5 y 6 ya que permite al operador adquirir el denominado Canal LaLiga TV para clientes no residenciales o bien la explotación del mismo contenido del canal *“y en las mismas condiciones, sin que se retransmita a través del Canal LaLigaTV”*.
- (66) Además de los partidos de primera y segunda división del campeonato nacional de Liga y de los partidos de Copa de S.M. el Rey de fútbol (excepto

la primera eliminatoria y la final), para que el canal pueda contar con contenidos durante los meses de verano (de junio a agosto), “*se incluirán contenidos adicionales, como por ejemplo, torneos amistosos, benéficos, de pre-temporada, etc.*”

- (67) Además de estos derechos principales de emisión de partidos, el lote 8 tendrá como derechos accesorios todos los resúmenes de partidos de primera y segunda división y de la Copa de S.M. el Rey de fútbol (excepto la primera eliminatorio y la final), con el contenido incluido en el lote 2.
- (68) La regulación, en cuanto a duración de los resúmenes y puesta a disposición de los mismos por parte de LNFP, así como la posibilidad de elaboración de resúmenes propios por parte del operador (ligada a la renuncia a los derechos de acceso) o los medios con los que el adjudicatario puede acceder a los estadios para la obtención de imágenes y las obligaciones derivadas de este acceso, es la misma a la ya analizada anteriormente para otros lotes de derechos.
- (69) El contenido de los derechos accesorios del lote se completa con la obligación del adjudicatario a explotar el lote “*mediante condiciones generales adaptadas a cada establecimiento público*”.
- (70) Tanto la sublicencia como el canal en el que deben explotarse los contenidos audiovisuales y la frecuencia son iguales a los desarrollados para el lote 6.
- (71) En cuanto al desarrollo del **lote 9**, LNFP establece que la explotación de los clips o mini-resúmenes no podrán ser emitidos antes de los 15 minutos siguientes a la finalización de cada partido.
- (72) Por otra parte, la entidad licitante también establece que los 90 segundos de cada uno de los clips o mini-resúmenes se refieren a imágenes no repetidas, por lo que la duración efectiva de estos contenidos puede ser superior a esos 90 segundos al contener imágenes repetidas.
- (73) Estos clips o mini-resúmenes serán difundidos a través de internet independientemente de la forma de acceso a internet de los usuarios, lo que incluye el acceso a través de dispositivos móviles. Ahora bien, estos clips no pueden ser usados en redes sociales¹², ya que esta explotación está reservada para LNFP.
- (74) Asimismo, LNFP advierte que estos clips convivirán con los clips reservados a favor de LNFP y de los clubes de fútbol.
- (75) Al igual que en casos anteriores, cabe la sublicencia del contenido, previa comunicación a LNFP.
- (76) Finalmente, en relación con el contenido del **lote 10**, se establece que estos derechos audiovisuales convivirán con los derechos de los clubes de fútbol recogidos en el Real Decreto-ley 5/2015 y que podrán explotarse a partir

¹² Sí se puede incluir en redes sociales un enlace que redirija al contenido de internet el que se difundan los clips o mini-resúmenes.

de 1 hora después de finalizado el partido y durante un plazo de 7 días naturales desde su emisión.

- (77) Los partidos se ofrecerán únicamente por internet y pueden ser emitidos de forma simultánea en varias plataformas, siempre que sea a través de internet, de pago y partidos íntegros.
- (78) También en este caso cabe sublicencia en los términos ya explicados anteriormente para otros lotes.

III.2. Derechos excluidos del procedimiento

- (79) LNFP informa que todos los derechos no incluidos expresamente en el procedimiento deben entenderse como excluidos, si bien en el punto 3.2 del borrador de bases regula aquellos derechos que la entidad licitante se reserva:

- Por cada día de la jornada de Liga o ronda de copa de S.M. el Rey de fútbol: hasta un máximo de 90 segundos por partido a partir de la finalización del último partido de cada día de jornada o ronda.
- El derecho a emitir y ofrecer a sus patrocinadores, colaboradores o socios comerciales, imágenes de las competiciones objeto de licitación consistentes en imágenes de hasta 3 minutos de duración disponibles a partir del martes a las 10:00 horas para las jornadas o rondas de fin de semana y viernes a las 10:00 horas en caso de que la jornada se dispute entre semana.

Estas imágenes no tienen intención de resumir el contenido de los partidos, sino que responden a fines más amplios como la promoción de la competición y seguirán el manual de estilo aprobado por LNFP.

- Reserva de 3 mini-clips de 10 segundos de duración durante el partido destinados a la promoción del canal donde se emita el lote.

Los dos primeros contendrán imágenes¹³ de la primera parte de cada partido y se emitirán, el primero de ellos durante los primeros 30 minutos de la primera parte y el segundo, durante los 5 siguientes al final de la primera parte. El tercero de ellos contendrá imágenes de la segunda parte y se emitirá durante los 30 primeros minutos de la segunda parte del partido.

Según establece LNFP estos mini-clips sólo podrán difundirse hasta 90 minutos después de la finalización del partido correspondiente, incluyéndose su difusión en redes sociales y sin la posibilidad de ser editados o monetizados, ya que responden a una estrategia promocional. El borrador de bases, además establece que en todos ellos se incorporará una mención del canal en el que se emite el partido.

¹³ Sólo imágenes de la primera o segunda parte del partido, pero nunca goles.

- (80) Asimismo, LNFP reproduce en este punto del borrador de bases el contenido del artículo 19.3 de la Ley 7/2010 y recuerda que éste fue desarrollado por la Resolución de la CNMC de 15 de enero de 2016 que ha sido impugnada ante la Audiencia Nacional por parte de la licitante.
- (81) Cada club o entidad en cuyas instalaciones se celebre el acontecimiento deportivo, tendrá derecho a explotar los siguientes derechos:
- La emisión en diferido de cada partido disputado en su estadio a partir de la finalización de cada jornada, siempre que lo haga a través de un canal de distribución propio dedicado únicamente a la actividad deportiva del club.
 - La emisión en directo, dentro de las instalaciones de cada club en las que se desarrolle el partido, de la señal audiovisual televisiva correspondiente a dicho acontecimiento.
- (82) Además, cada club de fútbol o sociedad anónima deportiva tendrá derecho a usar las imágenes en formato resumen de sus partidos, facilitadas por LNFP en las siguientes condiciones¹⁴:
- Podrán utilizar las imágenes de su partido en sus canales de televisión oficiales de edición y distribución propia dedicados temáticamente a la actividad deportiva del club y que disponga de una emisión diaria de 90 segundos una vez terminado el partido y otros 90 segundos de imágenes de su partido a partir de la finalización del último partido de ese día de jornada.
 - Podrán utilizar las imágenes de su partido en sus webs, apps y museos oficiales, con una duración de hasta 3 minutos en total a partir de la finalización del último de los partidos de la jornada en la que se celebre su partido.
 - Podrán utilizar las imágenes de su partido en redes sociales cada jornada con una duración de hasta 90 segundos, a partir del martes a las 10:00 horas martes para las jornadas de fin de semana y viernes a las 10:00 horas en caso de que la jornada se dispute entre semana.
 - Durante su partido de cada jornada podrán emitir 3 mini-clips destinados a la promoción del canal en las mismas condiciones que se han analizado para los mini-clips cuyos derechos se reserva LNFP.

III.3. Programación y selección de los partidos

- (83) De acuerdo con el borrador de bases, los partidos de primera división de fútbol que se disputen en fin de semana responderán, como carácter indicativo al siguiente horario:
- Viernes a las 21:00 horas.

¹⁴ No podrán cederlas a terceros.

- Sábados: entre las 12:00 y 14:00 horas; 16:15 horas; 18:30 horas y 20:45 horas.
 - Domingos: entre las 12:00 y las 14:00 horas; a las 16:15 horas; 18:30 horas y 20:45 horas.
 - Lunes a las 21:00 horas.
- (84) Los partidos en abierto se celebrarán los lunes o viernes a las 21:00 horas; los partidos del lote 4 se disputarán, salvo circunstancias excepcionales, en horario de tarde del sábado o domingo a las 16:15 horas o a las 20:45 horas.
- (85) Los partidos de segunda división de fútbol se disputarán indicativamente.
- Viernes a las 21:00 horas.
 - Sábados y Domingos entre las 12:00 y las 14:00 horas, a las 16:00 horas, a las 18:00 horas, a las 20:00 horas y a las 20:30 horas.
- (86) Los partidos del lote 4 se disputarán indicativamente, en horario de mañana entre las 12:00 y las 13:00 horas del sábado o domingo. Además, se matiza que, salvo circunstancias excepcionales, los horarios de los partidos de segunda división de fútbol facilitarán la emisión de todos los partidos incluidos en el Lote 3 en un mismo canal si conviene a los intereses del adjudicatario.
- (87) Cuando la jornada se celebre entre semana, LNFP aporta como horarios indicativos los martes, miércoles y jueves entre las 19:30 horas y 22:00 horas.
- (88) En agosto, estas bandas horarias pueden retrasarse a las 19:00 horas y a las 23:00 horas.
- (89) En cuanto a los partidos, LNFP los comunicará a los adjudicatarios una vez que se produzca el sorteo del calendario oficial de Liga de primera y segunda división de fútbol al inicio de cada temporada.
- (90) La selección de los partidos se producirá de la siguiente forma:
- Para los partidos de primera división de fútbol, será el adjudicatario del lote 4 o 7, según corresponda, quien decidirá el partido que desea emitir para cada jornada. En segundo lugar, elegirá el adjudicatario del lote 1 su partido y el resto de partido se emitirán en el Canal LaLiga Primera o por el adjudicatario del lote 5 o 7, según corresponda.
 - Para los partidos de segunda división de fútbol, será el adjudicatario del lote 4 o 7 quien decida el partido que desea emitir para cada jornada y, en segundo lugar, el adjudicatario del lote 3.
- (91) El adjudicatario en primera selección deberá comunicar la elección con una antelación mínima de 4 semanas, mientras que el adjudicatario del lote 3 deberá comunicar su selección de partidos a los 3 días desde que LNFP

comunique la selección del adjudicatario que tiene los derechos de emisión en primera selección¹⁵.

- (92) En cuanto a la programación y selección de partidos de Copa de S.M. el Rey de fútbol, LNFP establece que estos se celebrarán los martes, miércoles y jueves a las 19:00 horas, 20:30 horas; 21:00 horas, 21:30 horas y excepcionalmente, a las 18:00 horas.

III.4. Producción de contenidos

- (93) LNFP establece, en el punto 3.3.3 del borrador de bases que la entidad o quien ésta designe producirá todos los partidos y resúmenes, al menos, en formato HD.

- (94) Al igual que LNFP había hecho para procedimientos de licitación anteriores, la entidad prevé distintos rangos de producción según el tipo de partido y los precios de cada uno de los distintos tipos de producción vienen fijados en el Anexo I que acompaña el borrador de oferta y se incrementarán según el IPC para cada temporada posterior a la 2019/2020.

- Producción “El Clásico”, partidos de fútbol que enfrentan a Fútbol Club Barcelona y Real Madrid Club de Fútbol.
- Producción A: partidos de Fútbol Club Barcelona y Real Madrid Club de Fútbol en primera división o Copa de S.M. el Rey de fútbol.
- Producción A SIMULCAST 4KHDSI: partidos de Fútbol Club Barcelona y Real Madrid Club de Fútbol con terceros clubes de primera división de fútbol.
- Producción B: otros 4 partidos de primera división y dos de Copa de S.M. el Rey (dieciseisavos, octavos, cuartos y semifinales) de fútbol, siempre que no sean disputados por Fútbol Club Barcelona o Real Madrid Club de Fútbol.
- Producción C: 4 partidos de primera división y el resto de partidos de Copa de S.M. el Rey de fútbol no incluidos en otra categoría.
- Producción D: 3 partidos de segunda división de fútbol.
- Producción E. 8 partidos de segunda división y los partidos de segunda y tercera eliminatoria de Copa de S.M. el Rey de fútbol.
- Resúmenes: elaboración y entrega de la señal de los resúmenes del lote 2.
- Otros costes vinculados a la producción.

¹⁵ En cualquier caso, LNFP establece que en última instancia la facultad para fijar horarios le corresponde a ella en virtud de la Ley 10/1990, de 15 de octubre, del Deporte, y del convenio de coordinación vigente con la RFEF. Estas facultades serán ejercidas de forma objetiva, no discriminatoria y en interés de la competición. Además, LNFP muestra su voluntad de tener en cuenta las propuestas de horarios de los adjudicatarios por orden de prioridad de elección.

- (95) El borrador de bases también prevé que LNFP se reserve el derecho de modificar al alza el nivel de producción de los partidos, en cuyo caso, se requerirá el acuerdo del adjudicatario si éste tiene que asumir el coste de esa producción.
- (96) Para la emisión de los contenidos, los adjudicatarios quedan obligados a cumplir con el reglamento para la retransmisión televisiva y con el protocolo vigente para entrevistas e intervenciones de periodistas¹⁶.
- (97) LNFP producirá la señal, como mínimo de 2 partidos por jornada en calidad 4K, entre ellos, todos los partidos del lote 4 y los restantes partidos que disputen el Real Madrid Club de Fútbol y el Fútbol Club Barcelona. Esta señal estará disponible para los adjudicatarios (o sublicenciarios) que lo soliciten, independientemente de que puedan utilizar o no dicha calidad.
- (98) Además, LNFP también suministrará la señal en calidad 4K para los adjudicatarios del lote 8 que estén interesados.
- (99) También se ofrecen datos en el borrador de oferta acerca del pago de los costes de producción y del centro de entrega de la señal, así como de los nuevos medios técnicos que permitirán mejorar la producción televisiva y cuyo coste asume LNFP.

III.5. Derechos adicionales de los adjudicatarios

- (100) Junto a lo establecido anteriormente, los adjudicatarios de cada lote dispondrán de una serie de derechos adicionales a los que integran en cada uno de los lotes que LNFP tiene intención de licitar:
- Imágenes de los partidos de Liga o Copa de S.M. el Rey de fútbol de la temporada en curso o anteriores, según corresponda a los adjudicatarios para la promoción de los contenidos
 - Imágenes fijas de un partido para promocionar la explotación de los derechos audiovisuales. Éstas deberán mostrar a 7 o más jugadores de distintos clubes, siempre que la promoción se centre en las competiciones y no sobre las imágenes individuales de un jugador.
- (101) Estos derechos se aplican a partidos enteros o resúmenes emitidos en exclusiva, con excepción del lote 10.
- (102) Por otra parte, LNFP establece que los adjudicatarios de los lotes 1, 3, 4, 5, 6, 7 y 8 tendrán la posibilidad de emitir en tecnología de realidad virtual u otras, siempre que lo soliciten a LNFP.

III.6. Publicidad, promoción y patrocinio

- (103) Los adjudicatarios y, en su caso, el/los sublicenciario/s, quedan obligados a:

¹⁶ Este protocolo se incorpora como Anexo II del borrador de bases sometido a informe previo.

- Identificar las competiciones de LNFP incluyendo el logo de la entidad organizadora y su patrocinar principal en cualquier medio y/o soporte¹⁷. Lo mismo aplica para Copa de S.M. el Rey de fútbol.

En caso de que LNFP designara un patrocinador principal distinto a los actuales¹⁸ durante el plazo de vigencia de la cesión de derechos objeto del presente proceso de licitación, deberá notificarlo a los adjudicatarios y lo establecido se aplicará para ese nuevo patrocinador principal desde el inicio de la temporada siguiente a la notificación por parte de LNFP.

- Ningún adjudicatario podrá entrar en conflicto con los 5 principales patrocinadores de LNFP *“que, en ningún caso, serán prestadores de servicios de comunicación audiovisual”*.

LNFP comunicará al inicio de cada temporada quienes son sus patrocinadores principales.

Además, a efectos aclaratorios, la entidad licitante aclara en el borrador de bases que *“se entenderá por “conflicto” la asociación de la retransmisión de los partidos y resúmenes con marcas competidoras de los patrocinadores principales de LaLiga, de forma que pueda entenderse que dichas marcas patrocinan LaLiga o sus competiciones”*. Ahora bien, ello no implica que los adjudicatarios no puedan contratar publicidad respecto de los sectores o categorías de producto que actúen como patrocinadores de LNFP.

- En los contratos que LNFP firme con los adjudicatarios, se dispondrá la aparición de su logo en las emisiones, así como el de su patrocinador principal.
- En los lotes que contengan partidos para su retransmisión en directo o diferido, el adjudicatario deberá reservar a favor de LNFP:
 - 4 espacios para la promoción de las competiciones y sus patrocinadores de 30 segundos antes del inicio de cada partido, al finalizar la primera parte, al inicio de la segunda parte y al final del partido.
 - En cada una de las autopromociones de los programas de los partidos o canales emitidos un máximo de 10 segundos de espacio para la promoción de las competiciones y/o los patrocinadores de LNFP.

Estos contenidos serán proporcionados por LNFP

¹⁷ Se ponen como ejemplos en el borrador de bases las aplicaciones móviles, actos públicos, productos oficiales o campañas promocionales.

¹⁸ Actualmente son “Liga Santander” para la primera división del campeonato nacional de Liga y “Liga 1/2/3” para la segunda división. No se establece un patrocinador para Copa de S.M. el Rey.

- En la explotación de los resúmenes en abierto, el adjudicatario deberá reservar a favor de LNFP
 - Antes y al final de cada bloque de programación dedicado a resúmenes, 2 espacios de 30 segundos para promoción de LNFP y/o sus patrocinadores. En caso de que no hubiera interrupción, 2 espacios para promoción de las competiciones y sus patrocinadores de 30 segundos cada 60 minutos o fracción.
 - En las autopromociones, 10 segundos para la promoción de las competiciones y sus patrocinadores.
 - Las imágenes y los resúmenes no pueden ser alterados y, en particular, el adjudicatario no podrá modificar ningún aspecto de:
 - Las cortinillas previas y posteriores a las repeticiones.
 - La imagen del reloj, del resultado, de la repetición 360º y/o de las estadísticas y datos del partido.
 - La publicidad perimetral que aparezca durante la retransmisión.

Tampoco se podrá insertar ningún tipo de publicidad en los partidos, con las excepciones de la inserción por parte del adjudicatario de la identificación del canal y de la identificación del operador que retransmite la señal en última instancia.

- Los adjudicatarios podrán emitir publicidad dentro de los siguientes límites:
 - Inmediatamente antes de los espacios reservados a LNFP, antes de la salida de los jugadores al campo de juego que, a título indicativo, se producirá 4 minutos antes del inicio del juego de la primera parte y 1 minuto antes del inicio del juego de la segunda parte.
 - Inmediatamente después de los espacios reservados a LNFP que se emitirán, tras la entrada de los jugadores al túnel de vestuarios al finalizar la primera parte (aproximadamente 1 minuto tras el pitido del final de esa primera parte) y al finalizar las entrevistas flash sobre el césped que se emiten en directo (indicativamente 4 minutos tras el pitido final de la segunda parte de los partidos).

(104) Además, el borrador de bases establece, a efectos de publicidad, que LNFP se compromete a implementar una campaña de promoción de las competiciones en medios tradicionales y digitales a nivel nacional, con el objeto de darles una mayor visibilidad y relevancia, mediante una inversión propia de 10 millones de euros.

III.7. Propiedad

- (105) En el punto 3.3.6 del borrador de bases, LNFP establece que los adjudicatarios no tendrán derecho sobre las imágenes de los partidos, íntegramente, en resúmenes o clips, excepto los derechos derivados de cada lote y que se recogen en el borrador de bases presentado, tal y como se han expuesto anteriormente en este informe.
- (106) A partir del 30 de junio de 2022, esto es, una vez expiren los contratos de cesión de derechos audiovisuales derivados de la solicitud de ofertas de LNFP, los adjudicatarios estarán obligados a devolver o destruir (según disponga LNFP) cualquier material generado como consecuencia de los derechos de los lotes adjudicados.
- (107) Además, una vez concluido el plazo de vigencia de la cesión de derechos, LNFP, *“dada su condición de productor de los Partidos y Resúmenes objeto del presente procedimiento, ostentará la totalidad de los derechos de propiedad intelectual sobre todos los contenidos y grabaciones audiovisuales (archivos) que se hayan generado, pudiendo ser explotados en cualquier medio...en un ámbito territorial mundial por el periodo de máxima vigencia de tales derechos”*, sin perjuicio de los derechos de uso no exclusivo de los clubes o sociedades anónimas deportivas.

III.8. Obligaciones de información

- (108) De cara a, entre otras cosas, a comprobar que los adjudicatarios *“realizan una correcta explotación de los Lotes y en conocer durante la duración de los Contratos la evolución del mercado de explotación de contenidos audiovisuales”*, LNFP establece, en el punto 3.3.7 del borrador de bases, una serie de obligaciones de información a los adjudicatarios (o sublicenciarios) de los lotes que pueden resumirse de la siguiente forma:

- Cifras de audiencia de la retransmisión.

Las cifras se presentarán minuto a minuto, por edad, género, provincia y, cuando sea posible, por código postal. Asimismo, se aportará este desglose por tipo de sistema de distribución de la señal y dispositivo.

Las métricas para esta segmentación en el caso de televisión lineal serán la audiencia media del partido o resumen y el número de espectadores que conectaron en algún momento con la emisión.

Para el caso de los partidos o resúmenes recibidos por internet, las métricas se desglosarán en datos por cada tipo de dispositivo, *“detallando cuando se realiza el casting o mirroring con alguno de ellos”*. Para cada uno de los dispositivos, se deberá identificar: (i) el número de usuarios únicos de cada partido o resumen; (ii) tiempo medio de visionado por usuario; (iii) número total de dispositivos diferentes que accedieron a cada emisión; y (iv) número de IPs diferentes que accedieron a cada tipo de partido o resumen desglosado según el dispositivo.

En el caso de los contenidos del lote 9, las cifras de audiencia deberán ser aportadas (i) según el número de visitas de la página concreta en la que se aloje el clip; (ii) el número de usuarios únicos de la página en la que se aloje el clip; (iii) el número de visualizaciones de cada clip; (iv) duración de cada clip; (v) tiempo medio de visualización de cada clip; y (vi) distribución geográfica del número de IPs por provincia y código postal, si es posible. En caso de que la IP no esté en España, se deberá indicar el país de procedencia.

Todas estas cifras de audiencia, deberán ser aportadas en un plazo de 7 días naturales desde la finalización de cada partido o emisión.

- Cifras de abonados.

Los adjudicatarios deberán aportar las cifras de abonados mensuales de los partidos o canales que se emitan en los lotes 4 a 8 y 10¹⁹, desglosando cifras de abonados por edad, género, provincia y, siempre que sea posible por código postal, ya sean abonados a televisión fija o móvil a través de cualquiera de los sistemas de distribución. Además, deberán aportar datos desglosados por paquete comercial convergente por el que los contenidos fueron contratados.

También deberán aportar los datos mensuales de altas y bajas, desagregados por paquetes de contratación que incluyan los contenidos licitados por LNFP, y deberán indicar el precio de venta al abonado de cada uno de los paquetes con altas y bajas.

Aportarán cifras del número total de dispositivos diferentes a través de los que los usuarios se conectaron, en algún momento del mes, con los partidos o resúmenes de los citados lotes licitados por LNFP, así como el número total de IPs diferentes que contactaron con dichos canales. La entidad licitante, solicita, asimismo, que la cifra de IPs esté desglosada según el dispositivo.

Las cifras de abonados deberán incluir de forma diferenciada en número de usuarios que acceden al contenido a partir de una única suscripción, incluyendo el tipo de dispositivo en el que se accede en segundo o tercer lugar de forma simultánea.

Por último, el adjudicatario deberá aportar las cifras de abonados que utilicen portabilidad y los territorios del uso de esa portabilidad por provincia y, cuando sea posible, por código postal.

Estos datos serán proporcionados el día 15 (o el siguiente día hábil) de cada mes y LNFP administrará la plantilla en la que deben remitirse los datos.

- Actualización de la información comercial que incluya contenidos de los lotes 4 a 8. Para ello, el adjudicatario enviará mensualmente una

¹⁹ Siempre que el lote 4 sea adjudicado a un operador de televisión de pago y siempre que el lote 7 sea adjudicado.

actualización con las nuevas tarifas de los paquetes que incluyan estos lotes de derechos.

(109) De cara al cumplimiento de todas estas obligaciones de información, LNFP establece que los adjudicatarios deberán respetar la normativa de defensa de la competencia y que mantendrá la confidencialidad de las cifras de audiencia y abonados.

III.9. Condiciones de pago

(110) En el punto 3.3.8 del borrador de bases, LNFP establece cómo se deben efectuar los pagos por parte de los adjudicatarios de los lotes, así como las penalizaciones en caso de retraso en los mismos.

(111) Adicionalmente, LNFP establece que, desde el momento en que se produzca el incumplimiento, la entidad tendrá derecho a exigir al adjudicatario que suspenda la emisión de los partidos hasta la satisfacción de las cantidades adeudadas o la constitución de una garantía bancaria solidaria al primer requerimiento a favor de LNFP por las cantidades pendientes hasta la finalización del contrato.

(112) Finalmente, se establece que el adjudicatario renunciará a cualquier beneficio a reclamar compensación entre los importes adeudados por el adjudicatario a LNFP y las reclamaciones que pudiera formular “*sean cuales sean los motivos alegados contra LaLiga*”

III.10. Procedimiento para la presentación de ofertas

(113) En el borrador de bases se recogen una serie de hitos del procedimiento de presentación y valoración de ofertas muy similares a los que ya se informó en el “Informe relativo a la propuesta de la LNFP de condiciones para la comercialización centralizada de los derechos audiovisuales de campeonato nacional de fútbol en las temporadas 2016/2017 a 2018/2019”, aprobado por el Consejo de la CNMC el 4 de noviembre de 2015, si bien no se incluye ningún tipo de fecha en el documento remitido por LNFP el 19 de marzo de 2018.

(114) En cualquier caso, LNFP señala que el calendario permitirá a los adjudicatarios “*desarrollar sus campañas promocionales y/o de captación de abonados con la anticipación suficiente*”.

(115) Por otra parte, LNFP considera que, con la presentación de las ofertas, el candidato se compromete a respetar el conjunto de requisitos y disposiciones de las bases de la oferta.

• Requisitos de los candidatos

(116) Cada candidato²⁰ deberá presentar un “Informe de Presentación del Candidato”, junto con una carátula resumen que se adjunta como Anexo III del borrador de bases y que permita comprobar el cumplimiento de (i) los requisitos generales exigidos a cualquier candidato; (ii) los requisitos de

²⁰ También pueden presentarse en UTE.

solvencia económica y financiera; (iii) los requisitos de solvencia técnico-profesional y (iv) una declaración responsable.

○ *Requisitos generales*

(117) Según el borrador de bases, puede presentarse al proceso de licitación cualquier persona jurídica española o extranjera que tenga capacidad de obrar y proporcione el certificado de inscripción en el registro mercantil correspondiente y copia de las últimas cuentas anuales del candidato y de su empresa matriz

○ *Requisitos de solvencia económico financiera*

(118) El candidato deberá acreditar un volumen de negocios para cada uno de los lotes objeto de licitación:

- Lote 1: 15 millones de euros
- Lotes 2 y 6: 5 millones de euros
- Lote 3: 3 millones de euros
- Lotes 4 y 5: 20 millones de euros
- Lotes 7 y 8: 40 millones de euros
- Lotes 9 y 10: 2 millones de euros

○ *Requisitos de solvencia técnico-profesional*

(119) El candidato deberá acreditar, al menos, uno de los siguientes requisitos²¹:

- La prestación de servicios de comunicación audiovisuales en televisión en abierto o de pago en los últimos 3 años.
- La prestación de servicios de comunicaciones electrónicas en los últimos 3 años.
- Cuando resulte aplicable, previsión del formato y programación de los contenidos del lote y de su explotación comercial.
- Una plantilla profesional igual o superior a 25 empleados.
- Medios propios suficientes para explotar los lotes adjudicados.

○ *Declaración responsable*

(120) En el modelo incluido como Anexo IV del borrador de bases, el candidato deberá confirmar que no se encuentra incurso en ninguna de las causas señaladas en el punto 4.2.4 del borrador de bases.

(121) Debe tenerse en cuenta que las cláusulas excluyentes que LNFP establece en su borrador de bases están incluidas en las prohibiciones de contratar para las administraciones públicas establecidas por el artículo 71 de la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público, por la que se

²¹ En caso de ofertas presentadas por personas jurídicas dominantes de un grupo de sociedades, se tendrán en cuenta todas las sociedades del Grupo a efectos de valoración de la oferta.

transponen al ordenamiento jurídico español las Directivas del Parlamento Europeo y del Consejo 2014/23/UE y 2014/24/UE, de 26 de febrero de 2014²².

- **Contenido de las ofertas**

- (122) Cada oferta estará conformada por (i) el “Informe de Presentación del Candidato”, que incluirá la información desarrollada en el punto anterior de este informe y (ii) la oferta económica para cada uno de los lotes en los que el candidato esté interesado.
- (123) La oferta económica se deberá completar según el formulario incluido por LNFP en el Anexo V del borrador de bases y ésta deberá incluir el precio propuesto por el candidato sin impuestos.
- (124) Aunque el Anexo V del borrador de bases parece sugerir que los candidatos presentarán un precio fijo para cada lote en el que estén interesados, lo cierto es que el punto 4.2.5 del borrador de bases determina que *“se valorará positivamente que en la remuneración de los Lotes se incluyan mecanismos de remuneración variable vinculados a la evolución de los abonados y las mejoras ofrecidas en el calendario de pago”*.
- (125) Por otra parte, de cara a evitar que un mismo adjudicatario pueda adquirir más de dos lotes con contenidos exclusivos fuera del marco previsto por el Real Decreto-ley 5/2015, el borrador de bases establece que éste debe indicar una prelación entre ellos, procediendo LNFP a readjudicar los lotes exclusivos que no hubieran podido adjudicarse a la mejor oferta a la segunda mejor oferta en estos casos.
- (126) Para esta readjudicación se exige que la segunda oferta supere el precio de reserva y que el precio ofertado fuera similar al de la primera oferta, esto es *“cuando el diferencial entre la mejor Oferta y las siguientes sea inferior al 10% de la mejor Oferta”*.

III.11. Procedimiento para la asignación de lotes

- (127) En el punto 4.3 del borrador de bases, LNFP desarrolla el procedimiento para la solicitud de ofertas y la asignación de los derechos audiovisuales.
- (128) Como ya se ha explicado anteriormente, el borrador de bases no recoge las fechas concretas en las que se desarrollará el proceso de licitación y adjudicación, lo que incide en determinados aspectos del procedimiento de asignación de lotes.
- (129) LNFP publicará (se desconoce en qué fecha) la oferta en una sección específica de su página web y enviará una comunicación a tal efecto a las principales agencias de comunicación y medios de comunicación de España.

²² De hecho, son menos exigentes que las prohibiciones de contratar establecidas en el citado artículo 71 de la Ley 9/2017.

- (130) Desde la fecha de publicación de las bases, LNFP ofrecerá un plazo, que podría ser de 14 días hábiles desde la publicación de las bases²³, a todos los candidatos para que formulen las consultas que estimen pertinentes en relación con las mismas.
- (131) El borrador de bases no establece exactamente qué medio podrán utilizar los interesados para formular estas cuestiones, aunque sí apunta que podría habilitarse una dirección de correo electrónico por parte de LNFP.
- (132) Una vez formuladas las consultas, LNFP tendrá un plazo para contestar las cuestiones formuladas por los operadores (podrían ser 3 días hábiles²⁴) y éstas serán publicadas en la página web de la entidad licitante sin desvelar la identidad del operador que formuló cada consulta.
- (133) Los candidatos deberán presentar sus ofertas en la sede del Consejo Superior de Deportes en formato físico y en un pen drive dentro de un sobre sellado debidamente identificado, en el que se incluirán la oferta económica y el informe del candidato, en sobres cerrados y debidamente identificados.
- (134) El plazo de presentación de ofertas no está cerrado en el borrador de bases dirigido por LNFP a la CNMC para la elaboración del presente informe previo, pero se apunta por la entidad licitante un plazo indicativo de 4 semanas desde de la publicación de la solicitud de ofertas.
- (135) En la fecha prevista para la apertura de los sobres (no se establece en el borrador de bases), se comprobará que los candidatos reúnen los requisitos exigidos por LNFP para resultar adjudicatarios de los lotes de derechos audiovisuales objeto de licitación y, una vez eliminados todos aquellos candidatos que no reúnan los requisitos exigidos por LNFP, se procederá a la apertura de las ofertas económicas presentadas para cada lote, en orden ascendente.
- (136) La oferta económica “será el criterio principal para elegir al Adjudicatario”, siempre que se superen los precios de reserva, junto con los criterios técnico-profesionales del candidato, que podrán ser determinantes para la adjudicación en caso de ofertas económicas “*similares*”²⁵.
- (137) Para la adjudicación de los lotes 4, 5 y 7, al ser éstos lotes alternativos, se comparará la suma de las ofertas económicas más elevadas recibidas por los lotes 4 y 5 con la oferta económica más elevada recibida para el lote 7, siempre que se superen los precios de reserva. La oferta económica más elevada será la finalmente adjudicada, siguiendo los criterios de ofertas económicas “*similares*” ya establecidos en otros puntos del borrador de bases.

²³ Este plazo no se cierra en el borrador de bases enviado a la CNMC para informe previo por parte de LNFP.

²⁴ Este plazo no se cierra en el borrador de bases enviado a la CNMC para informe previo por parte de LNFP.

²⁵ Como ya se ha explicado anteriormente, LNFP considera que una oferta económica es similar cuando el diferencial entre la mejor oferta y las siguientes sea inferior al 10%.

- (138) Una vez evaluadas las ofertas económicas, LNFP procederá a la adjudicación provisional de los lotes²⁶ y esta decisión será comunicada a todos los candidatos y hecha pública.
- (139) En caso de existir empate en la evaluación realizada a dos candidatos, LNFP comunicará la situación a éstos y les invitará a mejorar sus ofertas en el plazo de 3 días hábiles para solucionar el empate²⁷.
- (140) Tras la adjudicación provisional se firmarán los contratos de comercialización y, en caso de que esta adjudicación provisional no pudiera hacerse efectiva, LNFP anulará esta adjudicación y, en su caso, procederá a la adjudicación a la segunda mejor oferta recibida por el lote o a la publicación de una nueva solicitud de ofertas para el lote no adjudicado.
- (141) Las adjudicaciones en caso de que concurren causas sobrevenidas en lo relativo a la capacidad de obrar del candidato o relativas a las prohibiciones de contratar establecidas en las bases permitirán la rescisión de los contratos, igual que ocurre con causas de fuerza mayor, aunque es cierto que LNFP podría permitir a los adjudicatarios que continuaran con la ejecución del contrato por el tiempo indispensable para evitar perjuicios al interés público.

III.12. Precio de reserva

- (142) LNFP fijará un precio de reserva para cada uno de los lotes 1 a 3 y 6 a 10 para las tres temporadas que cubre el proceso de licitación.
- (143) Además, fijará un precio de reserva conjunto para los lotes 4 y 5 que coincidirá con el precio de reserva individual del lote 7.
- (144) Todos estos precios de reserva se fijarán, según el borrador de bases, atendiendo a criterios *“tales como el precio de comercialización de lotes similares a los recogidos en las presentes bases para temporadas anteriores actualizando dicho precio... se tendrá en cuenta... el precio de lotes similares en países con fútbol como primer deporte y rentas per cápita y poblaciones equiparadas a las españolas”*
- (145) Los precios de reserva se depositarán en la sede del Consejo Superior de Deportes en un plazo que podría ser 2 semanas después de la publicación de la convocatoria de las ofertas, quien velará por la confidencialidad de los mismos.
- (146) Estos precios de reserva sólo se comunicarán a los candidatos del lote o lotes en los que no se alcance esta oferta económica mínima. En estos casos, LNFP podrá adjudicar el lote a la mejor oferta o iniciar el proceso de comercialización subsidiaria que se describe en el siguiente punto del informe.

²⁶ En principio, el mismo día de finalización de la presentación de ofertas, antes de las 24:00 horas.

²⁷ Junto con estas previsiones, LNFP establece que informará al órgano competente de cualquier indicio de concertación y se compromete a preservar en la adjudicación los principios de equidad, transparencia, competitividad y no discriminación.

III.13. Comercialización subsidiaria de los lotes

- (147) Para los lotes 1 a 3, LNFP convocará una segunda ronda de solicitud de ofertas entre los candidatos y les concederá un plazo mínimo de 48 horas para que formulen nuevas ofertas económicas.
- (148) Cada lote se adjudicará a la mejor oferta económica, siempre que se alcance el precio de reserva. En caso de que éste no se alcanzara, LNFP podrá optar entre (i) adjudicar el lote a la mejor oferta económica o (ii) celebrar un nuevo concurso en un plazo de 2 meses.
- (149) Para los lotes 4 a 10, LNFP realizará una nueva convocatoria para presentar nuevas ofertas económicas a cada lote igual a la descrita anteriormente para los lotes 1 a 3. En caso de que se alcance el precio de reserva, se adjudicará a la mejor oferta económica recibida.
- (150) Ahora bien, en caso de que este precio de reserva no se alcance, el borrador de bases establece que LNFP podrá optar entre: (i) adjudicar el lote a la mejor oferta económica; (ii) proceder a la comercialización del contenido del lote de forma no exclusiva y (iii) celebrar un nuevo concurso en el plazo de 2 meses.
- (151) En caso de que se optara por la segunda de las opciones (comercialización no exclusiva), LNFP indica que ésta se hará en condiciones equivalentes para todos los operadores.

III.14. Otras disposiciones

- (152) El borrador de bases incluye, además de lo establecido anteriormente, otra serie de estipulaciones relacionadas con el proceso de explotación de los derechos audiovisuales licitados bajo el epígrafe condiciones generales y cuyo contenido se expone someramente en el presente punto del informe:
- LNFP se reserva el derecho a modificar las condiciones de las bases, en particular la configuración de los lotes o incluso cancelar el procedimiento de comercialización cuando las circunstancias así lo aconsejen, respetando, en todo caso, los principios de transparencia, competencia y no discriminación entre candidatos.
 - LNFP no será responsable de los gastos en los que incurran los candidatos en la preparación y presentación de las ofertas.
 - Obligación del adjudicatario de explotar los derechos, salvo causas de fuerza mayor.
 - Puesta a disposición para LNFP, en los lotes para emisión de pago, de 10 suscripciones a los contenidos que incluyan en lote de derechos adjudicados, para que LNFP realice un seguimiento del cumplimiento de las obligaciones del adjudicatario.
 - Obligación de colaboración en materia de integridad.
 - Obligaciones de colaboración con la política anti piratería.
 - Obligación de colaboración en la estrategia digital de LNFP.

- Obligación de colaboración en la estrategia de comunicación y promoción y publicidad de LNFP.
- Otras disposiciones generales: acuerdo completo, responsabilidad, responsabilidad penal, confidencialidad, legislación aplicable y resolución de conflictos.

IV. VALORACIÓN BORRADOR DE BASES

(153) Al igual que se ha hecho en procedimientos anteriores relacionados con la emisión del informe previo al que alude el Real Decreto-ley 5/2015, la CNMC considera que la forma más sencilla de apreciar el cumplimiento o no de las condiciones de comercialización a las que alude el artículo 4.4 del Real Decreto-ley 5/2015, así como valorar su ajuste a los principios de libre competencia, es seguir de una manera más o menos sistematizada el borrador de bases de acuerdo con cada una de las ocho letras que componen el citado artículo.

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

(154) 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.

(155) La CNMC considera, sin perjuicio de comentarios posteriores en relación con determinados aspectos de los lotes de derechos, que **LNFP cumple con lo establecido en el apartado a) del artículo 4.4 del Real Decreto-ley 5/2015.**

(156) Tal y como se ha expuesto anteriormente, cada uno de los lotes recoge el tipo de derechos objeto del mismo, el tipo de operadores que pueden acceder a los mismos y, en caso de que estos no se adjudiquen, también se establecen sistemas que, bien aplicados, permiten establecer qué tipo de operador puede acceder a los contenidos audiovisuales de Liga y Copa de S.M. el Rey de fútbol que LNFP tiene intención de comercializar.

(157) Ahora bien, existen pequeñas erratas o matices que deben introducirse por parte de LNFP de cara a concretar el contenido exacto de cada uno de los lotes.

(158) Por ejemplo, en relación con el partido de primera división de fútbol en abierto al que se refiere el lote 1, LNFP establece en el punto 3.1.2.1 (i) del borrador de bases que será la entidad licitante la que designará el partido del lote 1 con una antelación de 10 días naturales a su celebración.

- (159) Sin embargo, en el punto 3.3.1 del mismo borrador de bases, es decir, el apartado del borrador de bases en el que LNFP desarrolla la programación y selección de los partidos de fútbol objeto de licitación, se establece que el punto (i) que el adjudicatario del lote 1 será quien decida, en segunda selección, qué partido desea emitir en abierto y para ello deberá comunicarlo en un plazo de 3 días después de que el adjudicatario en primera selección haya elegido el partido de primera división del campeonato nacional de Liga que quiere emitir (lo que se deber producir 4 semanas antes de la celebración del evento deportivo).
- (160) Por lo tanto, en la medida en que existe una discrepancia fundamental en relación a cuándo debe el adjudicatario del lote 1 de derechos elegir el partido de primera división que quiere emitir, la CNMC considera que **LNFP debería unificar el contenido y establecer un único sistema y un único parámetro temporal en relación con esta selección del partido de primera división en abierto**. Asimismo, sería deseable que fuese el adjudicatario el que realizase esta selección, dentro de las reglas establecidas en el borrador de bases, dado que, de lo contrario, se podría producir un tratamiento inequitativo injustificado entre los distintos adjudicatarios de los lotes, puesto que los adjudicatarios de los lotes 3 y 4 sí que tendrían la posibilidad de hacer por sí mismos la elección prevista en sus lotes.
- (161) Una situación similar sucede en relación con el **derecho a utilizar imágenes de partidos anteriores de la temporada en curso para la realización de reportajes**.
- (162) Este derecho aparece reconocido en determinados lotes relacionados con la segunda división del campeonato nacional de Liga de fútbol (lotes 3 y 6) y, sin embargo, LNFP no contempla este mismo derecho a los adjudicatarios de los lotes relacionados con la primera división del campeonato nacional de Liga de fútbol (lotes 1, 4, 5 y 7), sin indicar ni justificar por qué en el caso de segunda división sí se prevé la emisión de reportajes con imágenes de partidos anteriores de la temporada en curso, y no cabe esta posibilidad en el caso de los lotes de primera división de fútbol, aun cuando su contenido es muy similar y, en el caso del lote 4, también incluye partidos de segunda división.
- (163) En esta línea, en el lote 1 de derechos, a diferencia de lo que ocurre en otros lotes, como por ejemplo el lote 3, también destinado a operadores de televisión en abierto no se reconoce el derecho del operador adjudicatario a realizar reportajes y, por ello, no se incluye expresamente el derecho a utilizar imágenes de partidos anteriores de la temporada en curso.
- (164) Esta asimetría de tratamiento podría ser inequitativa, en la medida que no se justifica, y es inconsistente con el propio borrador de bases, toda vez que el derecho de acceso a estas imágenes previas se regula, aunque con ciertos matices, con carácter general para todos los adjudicatarios en el punto 3.3.4 del borrador de bases, si bien sólo con fines promocionales.

- (165) Por todo ello, la CNMC considera que **debe reformularse el acceso a imágenes de partidos anteriores de la temporada en curso para la elaboración de reportajes en términos análogos a todos los lotes de derechos o bien justificar adecuadamente por qué este contenido es específico para algunos lotes, mientras que para otros no está reconocido.**
- (166) Por otra parte, en el **lote 4** de derechos (partido de primera y segunda división del campeonato nacional de Liga de fútbol en primera selección) se establece que el operador adjudicatario deberá **emitir los partidos en lengua cooficial en aquellas Comunidades Autónomas que la tengan reconocida.**
- (167) Esta posibilidad que es ampliamente utilizada por los operadores de televisión de pago no puede ser cumplida por aquellos operadores de televisión en abierto que emitan en el ámbito nacional. Éstos realizan sus emisiones únicamente en castellano y, por ello, podrían no ser aptos para la emisión de estos contenidos.
- (168) La CNMC considera que **LNFP podría exigir esta condición a aquellos operadores que estén en condiciones de cumplirla, pero no con carácter general a cualquier operador de televisión interesado, lo que podría restringir el acceso al lote a una parte muy sustancial de los operadores de televisión en abierto y, por tanto, incurrir en una discriminación injustificada a la luz del artículo 4.4 del Real Decreto-ley 5/2015 y del artículo 2 de la LDC.**
- (169) Por todo ello, se recomienda a LNFP reformular aquellos aspectos del borrador de bases que, como los indicados, pueden inducir a errores interpretativos por parte de los adjudicatarios en cuanto al verdadero alcance de los derechos a los que se accede con cada lote de contenidos audiovisuales licitados, así como generar problemas de tratamiento inequitativo o discriminatorio entre adjudicatarios o potenciales adjudicatarios.

IV.2. Adecuación del borrador de bases al artículo 4.4.b) del Real Decreto-ley 5/2015

- (170) El Real Decreto-ley 5/2015 establece que la comercialización centralizada de derechos de Liga y Copa de S.M. El Rey de fútbol 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.
- (171) El artículo 20.1 de la Ley 7/2010 indica que el Consejo Estatal de Medios Audiovisuales debe fijar mediante decisión motivada un catálogo con vigencia bienal donde se recojan los acontecimientos de interés general para la sociedad que han de emitirse por televisión en abierto y con cobertura estatal, estableciéndose para ello un elenco de posibles

acontecimientos de interés general para la sociedad sobre los que se deberá escoger²⁸.

- (172) Entre ellos se encuentra “e) *Un partido por jornada de la Liga Profesional de Fútbol de la Primera División, designado por ésta con una antelación mínima de 10 días.*”
- (173) Ahora bien, en la medida en que todavía no se ha aprobado ningún tipo de catálogo, resulta de aplicación lo establecido en la disposición transitoria sexta de la Ley 7/2010, en la que se establece que “*Hasta tanto no se apruebe por el Consejo Estatal de Medios Audiovisuales el catálogo de acontecimientos de interés general para la sociedad, 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.*”
- (174) Tal y como se ha expuesto anteriormente, al analizar el contenido de cada uno de los lotes que conforman el borrador de bases que LNFP ha sometido a informe previo, el lote 1 cumple con el requisito establecido en la disposición adicional sexta de la Ley 7/2010, al reservar a los operadores de televisión en abierto un partido de primera división todas las jornadas del campeonato nacional de Liga.
- (175) Adicionalmente, la propia LNFP establece en sus bases que, en caso de que el lote 1 no pudiera ser adjudicado en una primera ronda de solicitud de ofertas, el contenido de este lote (así como el contenido de los lotes 2 y 3) volvería a licitarse para los operadores de televisión en abierto, de tal forma que no se desvirtúa lo establecido en la Ley 7/2010.
- (176) Ahora bien, la CNMC considera que el borrador de bases presentado por LNFP no cumple con otras condiciones de comercialización de los derechos audiovisuales de Liga y Copa de S.M. el Rey derivados de la Ley 7/2010 y, en particular, de lo relativo a los derechos derivados de la aplicación del artículo 19.3 de la citada norma.
- (177) El citado artículo fue modificado por el propio Real Decreto-ley 5/2015, determinándose que:
- “3. 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*

²⁸ Según la disposición adicional duodécima de la Ley 3/2013, de 4 de junio, «*corresponde al Ministerio de la Presidencia aprobar el Catálogo de acontecimientos de interés general para la sociedad a que se refiere el artículo 20.1 de la Ley 7/2010, de 31 de marzo, previa consulta a los prestadores del servicio de comunicación audiovisual y a los organizadores de las competiciones deportivas*».

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.”

(178) La CNMC ha tenido ocasión de analizar el alcance concreto del artículo 19.3 de la Ley 7/2010 en varias ocasiones²⁹.

(179) En particular, la Resolución del Consejo de la CNMC de 14 de enero de 2016 determinó que

*“A este respecto se debe recordar que **el derecho de acceso a los estadios** del campeonato de fútbol nacional se encuadra dentro del artículo 19.3 LGCA y que según el literal de este artículo, **no se condiciona el mismo a un segundo ámbito o supuesto.** (...)*

“Teniendo en cuenta que la determinación del evento al que aplica los 90 segundos, como se verá en el siguiente apartado, no es pacífico entre las partes dado que caben diferentes interpretaciones sobre el mismo, y que la interpretación que realiza la LNFP tampoco viene recogida en el literal del artículo 19.3 de la LGCA, debe concluirse que la exigencia de la previa aceptación de dicha interpretación como condicionante para el ejercicio del derecho de acceso previsto en el artículo 19.3 no está justificada. Este requisito no es un mandato general de cumplimiento de la LGCA que, por ejemplo, sucedió en la temporada pasada donde las instrucciones de acreditación de los estadios, remitidas por la LNFP, se limitaban a establecer que los prestadores debían dar cumplimiento a la LGCA. (...)

“Este condicionante impuesto por la LNFP establece un requisito subjetivo e interpretativo que va más allá del literal del artículo y sobre el que MEDIASET

²⁹ Resolución de la Sala de Supervisión Regulatoria 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 marzo, General de la Comunicación Audiovisual (<https://www.cnmc.es/expedientes/cfdtsa001015>) y Resolución de la Sala de Supervisión Regulatoria 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 (<https://www.cnmc.es/expedientes/cfdtsa01215>).

*discrepa. Dicha discrepancia que, como se analiza en el siguiente apartado es razonable y que corresponde a esta Comisión dirimir, no puede limitar o supeditar el acceso a los estadios del campeonato de nacional de fútbol profesional, **pues este derecho está reconocido a los medios de comunicación en el artículo 19.3 de la LGCA, con independencia de que se emita o no un breve resumen informativo.** (...)*³⁰

- (180) En definitiva, el derecho recogido en el artículo 19.3 de la Ley 7/2010 no es un derecho renunciabile por los medios de comunicación y no puede condicionarse por LNFP más allá de los límites definidos por el propio cumplimiento de la Ley 7/2010 y, en su caso, por la CNMC.
- (181) Ahora bien, del análisis de las condiciones de comercialización que LNFP ha sometido a informe previo de la CNMC, se deduce que, en los casos del lote 2 (resúmenes en abierto), lote 4 (un partido en directo en primera selección tanto para primera como para segunda división), lote 5 (Canal LaLiga Primera o contenido equivalente), Lote 6 (Canal LaLiga Segunda o su contenido equivalente), Lote 7 y Lote 8 (Canal LaLiga TV) obligan a los adjudicatarios a renunciar a los derechos reconocidos en el artículo 19.3 de la Ley 7/2010 al constituir su contenido “*un derecho más pormenorizado del derechos de acceso a acontecimientos de gran interés*”.
- (182) Sin embargo, esta CNMC considera que, en línea con lo manifestado en Resoluciones precedentes, tal derecho se configura como irrenunciabile. Lo relevante en estos casos no sólo es el derecho de acceso a las imágenes por un periodo determinado (90 segundos), sino también preservar el que los medios de comunicaciones puedan acceder a los estadios de fútbol para ejercer su derecho a la información y es en este último punto en el que LNFP puede incurrir en una vulneración del contenido de la Ley 7/2010, al impedir este acceso a los estadios sobre la base de que los minutos de información a los que pueden acceder los adjudicatarios de los lotes son superiores al mínimo establecido por la Ley 7/2010.
- (183) Es más, cuando se regula en el borrador de bases el acceso a los estadios, las condiciones establecidas para los operadores de televisión de pago y para los operadores de televisión en abierto también son diferentes.
- (184) Así, para el acceso a los estadios por parte de los operadores de televisión de pago, el borrador de bases establece una serie de medios técnicos que no resultan exigibles a los operadores de televisión en abierto.
- (185) Adicionalmente, cuando se analizan las limitaciones de acceso a los operadores de televisión en abierto se observa que, en estos casos, es la propia LNFP quien emitirá una señal en directo en caso de que estos operadores quisieran elaborar sus propios resúmenes (en este caso no informativos)³¹, lo que, de forma indirecta, podría implicar la negación por parte de LNFP del acceso a los estadios a estos adjudicatarios.

³⁰ Negrita introducida por la CNMC.

³¹ Ver en este sentido lo estableció por LNFP en el borrador de bases para el lote 1.

(186) De esta forma, **LNFP estaría impidiendo la posibilidad de que los adjudicatarios realicen sus propios resúmenes informativos al margen de las imágenes suministradas por la propia LNFP lo que, a juicio de esta CNMC, incide de manera directa en el derecho a la información de este tipo de acontecimientos deportivos protegido por la Ley General de Comunicación Audiovisual, lo que podría dar lugar a un incumplimiento de la citada norma³².**

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

(187) Tal y como se ha expuesto anteriormente, LNFP regula en el borrador de bases la programación y selección de partidos tanto para el campeonato nacional de Liga en primera y segunda división de fútbol (punto 3.3.1 del borrador de bases) como, en caso de que finalmente pudiera comercializarse conjuntamente con estas competiciones, el de Copa de S.M. el Rey de fútbol (punto 3.3.2 del borrador de bases).

(188) Ahora bien, el hecho de que se incluyan las franjas horarias en las que se disputarán los partidos puede, a juicio de esta Comisión, no ser suficiente de cara a que los adjudicatarios puedan valorar las condiciones horarias y de emisión para cada uno de los eventos comercializados, tal y como exige el artículo 4.4 c) del Real Decreto-ley 5/2015.

(189) En particular, con respecto a los partidos de primera selección correspondientes al lote 4, el borrador de bases establece que los relativos a la primera división del campeonato nacional de Liga de fútbol se disputarán, con carácter general en sábado o domingo a las 16:15 horas o a las 20:45 horas. Estas franjas horarias se encuentran dentro de las franjas horarias generales que LNFP señala para el resto de partidos de primera división.

(190) Podría parecer que el adjudicatario del lote 4 tiene reconocido expresamente el derecho de selección prioritaria de horarios, pero, a la luz de las disposiciones del borrador de bases remitido por LNFP a la CNMC para la elaboración del presente informe, esto no es así.

(191) En el mismo apartado donde se regulan los aspectos de programación y selección de los partidos, LNFP establece que es la entidad organizadora de la competición la encargada de determinar los horarios finales de los partidos que componen cada jornada del campeonato y que, cuando así sea posible, podrá atender a las exigencias de los candidatos de cara a la fijación de los horarios.

(192) Esta previsión debe unirse a la configuración de los lotes 5 (canal LaLiga Primera o su contenido equivalente) y 8 (Canal LaLiga TV). Del contenido y configuración de la explotación de estos dos lotes se deduce lo siguiente:

³² Cosa distinta sería que los adjudicatarios no quisieran de manera voluntaria hacer efectivo estos derechos de acceso regulados en el artículo 19.3 de la Ley 7/2010, cuestión que ya fue abordada por el Consejo de la CNMC en su Resolución de 14 de enero de 2016.

- (i) que las franjas horarias de cada partido tienen que ser independientes y que no cabe superposición, porque si no sería imposible retransmitir en directo toda la jornada de primera división (lote 8), (ii) que LNFP puede ser la entidad productora y editora del canal de primera división y, (iii) que, en caso de no adjudicación de alguno de estos 2 lotes, LNFP prevé la posibilidad de comercializar por ella misma ambos canales.
- (193) Estas circunstancias podrían implicar que LNFP favoreciese el contenido de sus propios canales de televisión, obviando las preferencias por los horarios expresadas por el adjudicatario del lote 4, lo que podría incidir de manera directa en la valoración económica del citado lote, toda vez que los candidatos de los citados lotes pueden considerar que no tiene el mismo valor comercial emitido un partido en sábado o en domingo o que no tiene el mismo valor comercial la franja horaria de las 16:15 horas que la de las 20:45 horas.
- (194) Estas circunstancias, que no son tenidas en cuenta para el adjudicatario del lote 4, sin embargo, sí se establecen para el adjudicatario del lote 3 (2 partidos de segunda división de fútbol en abierto) a quien LNFP reserva el derecho, si así conviene a sus intereses, de fijar los horarios para que el operador pueda emitir estos partidos en un mismo canal.
- (195) Esta prelación en cuanto a la elección de horarios resulta paradójica en relación con el adjudicatario del lote 4 quien, pese a tener derecho a realizar la primera selección de partido, no tiene prelación en cuanto a la elección del horario y, además, puede ver cómo la franja horaria en la que se dispute el partido se vea afectada por la disputa de otro partido de segunda división, bien sea vía lote 3, bien sea vía lote 6 (canal LaLiga Segunda o su contenido equivalente).
- (196) En efecto, el borrador de bases dispone que el partido del adjudicatario del lote 4 se disputará entre las 12:00 y 13:00 horas del sábado o domingo, mientras el resto de la jornada se disputará, entre otras franjas horarias, entre las 12:00 y las 14:00 horas del sábado o domingo, concediendo un mayor margen de maniobra a los adjudicatarios de aquellos lotes que no tienen derecho de primera selección.
- (197) Adicionalmente, la información disponible en relación con los horarios de Copa de S.M. el Rey de fútbol tampoco permite a los operadores audiovisuales saber bajo qué condiciones horarias se disputarán los partidos en directo a los que se refieren el lote 1, ya que LNFP se limita a consignar diversas franjas horarias y el marco de martes a jueves con la salvaguarda de poder modificar estos horarios.
- (198) Por lo tanto, de cara a cumplir con lo establecido en el artículo 4.4.c) del Real Decreto-ley 5/2015, esta CNMC considera que, **al menos, deben precisarse las condiciones que permitan la determinación de horarios por parte de los adjudicatarios**, en especial los relativos al lote 4, ya que ello resulta esencial para que los candidatos puedan valorar las

posibilidades de explotación comercial del contenido del citado lote y, por tanto, valorar la oferta económica a presentar.

- (199) A juicio de la CNMC, la no corrección de estas deficiencias podría poner en riesgo los principios de libre competencia en el marco de la implementación del procedimiento de adjudicación de los lotes configurado por LNFP y de la explotación de dichos lotes.
- (200) Asimismo, debería corregirse la franja de explotación de los partidos de segunda división del campeonato nacional de Liga de fútbol del lote 4, ya que sólo se da 1 hora para la explotación del contenido en vez de las 2 horas que parecen tener los operadores adjudicatarios de los lotes 3 y 6 para la misma franja horaria.
- (201) Una valoración análoga a la expuesta cabe realizar en caso de que finalmente LNFP pueda explotar los partidos de Copa de S.M. el Rey de fútbol, ya que, con la redacción actual, difícilmente el adjudicatario del lote 1 puede establecer cuáles son los horarios de las semifinales de la citada competición, dada la variedad de franjas horarias establecidas en el punto 3.3.2 del borrador de bases.

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

- (202) Como ya se expuso en el “Informe relativo a la propuesta de la LNFP de condiciones para la comercialización centralizada de los derechos audiovisuales de campeonato nacional de fútbol en las temporadas 2016/2017 a 2018/2019” aprobado por el Consejo de la CNMC el 4 de noviembre de 2015³³, los criterios que el Real Decreto-ley 5/2015 exige para la adjudicación de los derechos audiovisuales de Liga y Copa de S.M. el Rey son cinco:
- 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
- (203) Pese a no tener todavía las fechas en las que LNFP tiene previsto desarrollar el proceso de solicitud de ofertas, éste, a juicio de la CNMC, sí reúne la primera de las características enunciadas por el artículo 4.4.d) del Real Decreto-ley 5/2015, es decir, la de su publicidad.
- (204) Tal y como se ha expuesto en el apartado de este informe dedicado al desarrollo del borrador de bases presentado por la LNFP para informe

³³ INF/DC/001/15, disponible en: <https://www.cnmc.es/file/125515/download>

previo, la entidad prevé realizar una comunicación a través de diversos medios del inicio del proceso de licitación y hacer públicos tanto los resultados como, en su caso, las eventuales dudas (y las aclaraciones realizadas por LNFP) que los candidatos pudieran tener en relación con las bases publicadas por LNFP.

- (205) Además, las bases se publicarán en una sección específica de la página web de LNFP, por lo que todos los candidatos tendrán acceso a los datos de la licitación en igualdad de condiciones y en integridad de términos.
- (206) En todo caso, los plazos implícitos previstos en los apartados 4.3.2 y 4.3.3 del borrador de bases pueden ser insuficientes, en la medida que LNFP se da 19 días hábiles para publicar la contestación de las consultas, pero el plazo para presentar las ofertas sería de 4 semanas (20 días hábiles o menos).
- (207) Por ello, para garantizar el cumplimiento del principio de publicidad, LNFP debería dejar un margen razonable (al menos 5 días hábiles), entre la publicación de la contestación de las consultas y la fecha límite de presentación de ofertas.
- (208) De todas maneras, el hecho de que el procedimiento sea público, no implica que se cumplan el resto de principios enunciados por el artículo 4.4.d) del Real Decreto-ley 5/2015.
- (209) Al valorar la descripción de los lotes objeto de la licitación ya se han apuntado determinadas deficiencias que podrían tener incidencia en la propia calificación del procedimiento de solicitud de ofertas como objetivo, por lo que no se van a volver a reiterar valoraciones ya expresadas en este informe con carácter previo.
- (210) Adicionalmente, en el “Informe relativo a la propuesta de la LNFP de condiciones para la comercialización centralizada de los derechos audiovisuales del campeonato nacional de fútbol en las temporadas 2016/2017 a 2018/2019” aprobado por el Consejo de la CNMC el 4 de noviembre de 2015, la CNMC ya tuvo ocasión de pronunciarse acerca de determinados aspectos de aquella licitación que deberían haberse modificado para lograr una licitación más procompetitiva que la elegida por la entidad licitante.
- (211) Puesto que algunas de estas consideraciones generales también resultan de aplicación al presente caso, esta Comisión considera necesario reiterar lo previamente manifestado mediante la remisión a lo señalado en el informe de 8 de noviembre de 2015 y, en aras de una mejor comprensión del contenido novedoso del presente borrador de bases, no incidir en aspectos de oportunidad ya señalados en aquél³⁴.

³⁴ Como por ejemplo, el establecimiento de un precio de reserva global, la licitación de lotes de derechos según tecnología, las características que deben reunir los candidatos o la existencia de derechos reservados a favor de LNFP.

- (212) En todo caso, esta CNMC desea destacar que los criterios solvencia requeridos por LNFP para presentar ofertas pueden ser desproporcionados o estar injustificados, sin perjuicio de que su incidencia práctica pueda ser limitada, dadas las características de los principales potenciales demandantes.
- (213) En particular, los criterios de solvencia económica establecidos en los distintos lotes son desproporcionados entre sí, teniendo en cuenta los precios de adjudicación de los lotes equivalentes en el ciclo previo. Adicionalmente, LNFP en ningún momento justifica de forma suficiente su proporcionalidad para asegurar una correcta explotación de los derechos. Asimismo, LNFP no concreta el año o años de referencia en los que se tendría que cumplir este criterio, si se debe cumplir en términos medios o mínimos, etc.
- (214) En lo que respecta a los criterios de solvencia técnicos (en los que sólo se exige que se cumpla uno de ellos), tampoco se justifica la proporcionalidad de cada uno de ellos para asegurar una correcta explotación de los derechos y, en algunos casos, su contenido es excesivamente indeterminado (i.e. qué se entiende por medios propios suficientes).
- (215) Sin perjuicio de lo anterior, en el presente documento, la CNMC analizará únicamente aquellos aspectos relacionados con el borrador de bases presentado por LNFP el 19 de marzo de 2018 que inciden directamente en el ámbito concreto del Real Decreto-ley 5/2015 y en la aplicación de la normativa de competencia, pero no en otros de diseño general del proceso de licitación, a los que ya se hizo profusa referencia en el informe de 4 de noviembre de 2015 y respecto de los que se hace aquí íntegra remisión.
- (216) Así, en cuanto a la transparencia del procedimiento, esta CNMC considera que **hay determinados aspectos del borrador de bases que permiten a LNFP valoraciones cuyos criterios no pueden ser conocidos por los candidatos.**
- (217) El primer lugar, el punto 4.2.5 del borrador de oferta al desarrollar cómo deben los candidatos presentar la oferta económica indica que *“Se valorará positivamente que en la remuneración de los Lotes se incluyan mecanismos de remuneración variable vinculados a la evolución de los abonados y las mejoras ofrecidas en el calendario de pagos”*.
- (218) Cuando se analizan los criterios de valoración que LNFP utilizará para determinar qué candidatos resultan finalmente adjudicatarios de los derechos audiovisuales licitados, el punto 4.3.4 del borrador de bases determina que la oferta económica *“será el criterio principal para elegir al Adjudicatario”*, siempre que se superen los precios de reserva.
- (219) Ahora bien, al margen del criterio de introducir un precio variable, no se establece ningún otro tipo de criterio adicional que LNFP vaya a tener en consideración.
- (220) El análisis conjunto de ambas previsiones muestra un incumplimiento del requisito de transparencia exigido por el artículo 4.4.d) del Real Decreto-ley

5/2015 y, en su caso, podría dar lugar a una infracción de la normativa de competencia, toda vez que puede situar a unos operadores (los de televisión en abierto) en una situación de desventaja competitiva sobre otros por el mero hecho de no tener abonados.

- (221) La introducción de este criterio, además, debería ser desarrollada más pormenorizadamente por parte de LNFP, ya que, a juicio de esta CNMC, **no toda remuneración variable vinculada a la evolución de los abonados debería ser válida a efectos de valoración.**
- (222) Así, la CNMC considera que sólo deberían aceptarse mejoras en la oferta económica basadas en este criterio cuando los candidatos puedan realizar estas estimaciones sobre una base homogénea y cierta para evitar distorsiones en cuanto a este tipo de mejoras y, por ende, valoraciones incorrectas o dispares por parte de la entidad licitante de este tipo de previsiones.
- (223) Adicionalmente, deben precisarse de manera exacta por parte de LNFP **qué otros criterios**, al margen de la remuneración variable o mejoras en el calendario de pagos, van a ser tenidos en cuenta por la entidad para determinar qué candidato resulta adjudicatario de los derechos.
- (224) No sólo deberían identificarse estos otros criterios, sino que, sobre todo, LNFP debería concretar el peso de cada uno de estos criterios en la valoración global de las ofertas y las fórmulas de evaluación objetiva y no discriminatoria de cada uno de estos criterios, para que los candidatos puedan conocer exactamente cómo se valoran los distintos conceptos y elaborar sus ofertas en un entorno transparente y objetivo, que permita a todos los operadores competir en igualdad de condiciones.
- (225) Ello resulta especialmente relevante porque, en numerosas ocasiones, el borrador de oferta establece que estos criterios adicionales se pueden valorar por LNFP de cara a la adjudicación “*ofertas económicas equivalentes*”, esto es, aquellas con un diferencial inferior al 10%.
- (226) Si se toma como parámetro de comparación las ofertas económicas que resultaron adjudicatarias de los derechos audiovisuales de las temporadas 2015/2016 a 2017/2018, la diferencia en los montos económicos podría oscilar en una horquilla de hasta 75 millones de euros en el caso del partidazo (actual lote 4) y de 190 millones de euros en el caso del resto de partidos de primera división (actual lote 5).
- (227) Dada la diferencia económica que puede existir en las denominadas por la entidad licitante ofertas equivalentes, la CNMC considera que **si la oferta económica no va a ser el único criterio de valoración de las ofertas utilizados por LNFP se deberían desarrollar de forma pormenorizada los requisitos de valoración adicionales, indicando el peso de cada uno de ellos en la valoración global y las fórmulas de puntuación objetivas y no discriminatorias de cada criterio**, para permitir una concurrencia competitiva de todos los operadores en iguales condiciones y evitar la aplicación por LNFP, en última instancia, de criterios inequitativos

y discriminatorios que podrían llevar, no sólo a un incumplimiento de lo dispuesto en el artículo 4.4.d) del Real Decreto-ley 5/2015, sino también a un incumplimiento de la normativa de defensa de la competencia por parte de LNFP.

- (228) En segundo lugar, la CNMC también considera que son incompatibles con el criterio de transparencia las previsiones del borrador de bases relativas a la falta de pago por parte de los operadores dentro de los periodos recogidos en el propio documento.
- (229) En este sentido, LNFP establece que en el momento en el que se produzca un incumplimiento en los pagos, la entidad podrá elegir entre obligar al adjudicatario a suspender la emisión de los partidos hasta la satisfacción de las cantidades adeudadas o sus intereses o bien exigir la constitución al incumplidor de una garantía bancaria solidaria.
- (230) La CNMC considera que LNFP debe aplicar los mismos criterios a todos los incumplidores y no dejar a su propia voluntad aspectos tan importantes como las consecuencias en caso de incumplimiento por parte de los adjudicatarios.
- (231) Esto es especialmente relevante por cuanto la entidad puede optar por impedir que el adjudicatario continúe explotando el contenido audiovisual o no, lo que, en caso de ser aplicado de manera injustificada o de manera diferente para situaciones iguales podría dar lugar a una vulneración del artículo 2 de la LDC al situar a unos operadores en desventaja competitiva frente a otros sobre la base de unas condiciones inequitativas y discriminatorias.
- (232) Por ello, a juicio de la CNMC, **LNFP debería establecer de manera clara cuáles son las consecuencias para los adjudicatarios en caso de incumplimiento en los pagos**, considerando la CNMC que sólo en los casos más graves de incumplimiento debería utilizarse la solución más drásticas de las establecidas en el borrador de bases, esto es, la suspensión de la emisión de los contenidos.
- (233) Estos aspectos de falta de transparencia en cuanto al diseño del borrador de bases pueden tener, tal y como se ha expuesto, consecuencias directas de cara a la implementación de un procedimiento competitivo y basado en la no discriminación entre operadores
- (234) Ahora bien, el aspecto del borrador de bases que esta CNMC considera que introduce más distorsiones a la competencia es la configuración de los lotes 4, 5 y 7.
- (235) Si bien el aspecto de la condicionalidad entre lotes se abordará en un punto posterior de este informe, sí debe hacerse en este punto una precisión sobre las condiciones en las que la configuración del proceso de licitación puede afectar a los principios enumerados en el artículo 4.4 d) del Real Decreto-ley 5/2015, así como a la normativa de competencia.

- (236) La CNMC ya tuvo ocasión de pronunciarse acerca de la configuración del precio de reserva llevada a cabo por LNFP en la convocatoria para la solicitud de ofertas para la explotación de los derechos audiovisuales de retransmisión de partidos de la primera y segunda división del campeonato nacional de Liga y Copa de S.M. el Rey de fútbol para las temporadas 2016/2017 a 2018/2019.
- (237) Esta nueva convocatoria mantiene un sistema de configuración del **precio de reserva** similar al ya informado por la CNMC en su informe de 4 de noviembre de 2015, por lo que debe aquí hacerse remisión a lo ya establecido en el punto V.4.3 del “Informe relativo a la propuesta de la LNFP de condiciones para la comercialización centralizada de los derechos audiovisuales de campeonato nacional de fútbol en las temporadas 2016/2017 a 2018/2019”.
- (238) Sin embargo, sí procede realizar un análisis del precio de reserva establecido para los lotes 4 y 5 del borrador de bases sometido a informe previo.
- (239) Tal y como se ha expuesto al analizar el contenido del documento remitido por LNFP a la CNMC el 19 de marzo de 2018, todos los lotes cuentan con un precio de reserva individual excepto los citados lotes 4 y 5.
- (240) A estos, según el punto 4.4 del borrador de bases, a estos lotes 4 y 5 les corresponde un precio de reserva conjunto que es, al mismo tiempo, el fijado para el lote 7.
- (241) Cuando se analiza el contenido de ambos lotes individuales se observa que el lote 4 es un lote al que pueden acceder como candidatos los operadores de televisión en abierto y los operadores de televisión de pago, mientras que el lote 5 se configura como un lote limitado a los operadores de televisión de pago.
- (242) A juicio de la CNMC, la existencia de un precio de reserva conjunto elimina de facto la posible concurrencia competitiva de los operadores de televisión en abierto para el lote 4, ya que éstos únicamente pueden valorar económicamente una parte del contenido del precio de reserva, quedando la valoración del lote 5 en manos de los operadores de televisión de pago, quienes, a la luz del contenido de estos 2 lotes sí pueden pujar por el conjunto de ambos contenidos, tanto a través de la presentación de una oferta al lote 7, como con la presentación de ofertas individuales para cualquiera de los dos lotes de derechos de contenido más atractivo, ya que recogen la totalidad de los partidos de primera división del campeonato de Liga de fútbol.
- (243) Pero es que, además, se configura un precio de reserva común cuando el contenido del lote 7 no es el mismo que el de los lotes 4 y 5, individualmente considerados.
- (244) En efecto, tal y como se ha expuesto en el apartado dedicado al desarrollo del borrador de bases, en caso de que finalmente se adjudicase el lote 7, el partido de segunda división de fútbol en primera selección que aparece

incluido como contenido en el lote 4 quedaría fuera del ámbito de explotación del operador adjudicatario y, por tanto, desde un punto de vista objetivo, resulta imposible que se configure un precio de reserva igual para contenidos diferentes.

- (245) Por lo tanto, esta CNMC considera que con **la configuración del precio de reserva conjunto para los lotes 4 y 5 se estaría incurriendo en una discriminación entre operadores no permitida por el artículo 4.4.d) del Real Decreto-ley 5/2015**, ya que los operadores de televisión en abierto pueden quedar excluidos de facto del proceso de licitación del contenido del lote 4 de derechos.
- (246) **Adicionalmente, esta discriminación podría suponer una infracción del artículo 2 de la LDC**, dado que la discriminación se centra en el contenido más atractivo para los operadores de televisión en España y, por tanto, aquel que tiene mayores posibilidades de explotación comercial.
- (247) Por último, no puede obviarse el hecho de que LNFP no ha definido de manera clara cómo se producirá la adjudicación subsidiaria de los lotes en caso de que éstos no puedan ser adjudicados en una primera ronda de ofertas.
- (248) En este sentido, el borrador de bases presentado por LNFP para que esta CNMC formule informe previo, no indica de manera indubitativa cuáles son los pasos que la entidad dará si no logra adjudicar en primera ronda los lotes de derechos audiovisuales objeto de informe.
- (249) En el caso de los lotes 1 a 3, destinados exclusivamente para operadores de televisión en abierto, la entidad prevé elegir entre dos posibles opciones, o bien adjudicar el lote a la mejor oferta económica, aunque no se alcance el precio de reserva o bien volver a convocar un proceso de licitación.
- (250) Esta falta de concreción de LNFP en cuanto a las medidas a adoptar en caso de no adjudicación del lote en primera ronda introducen un importante elemento distorsionador de la concurrencia competitiva entre los operadores interesados.
- (251) Se presupone que el precio de reserva fijado por LNFP es la oferta económica mínima bajo la que la entidad adjudicaría el contenido de los lotes. Sin embargo, la propia entidad puede decidir unilateralmente cambiar este criterio económico o bien lanzar una nueva solicitud de ofertas de resultado incierto, ya que no se conocen los criterios que la entidad utilizará para esta nueva valoración, al tener que ser desarrollados ad hoc para ese caso concreto.
- (252) Esta distorsión en las condiciones competitivas de la oferta también se produce en el resto de lotes (4 a 10), ya que LNFP puede decidir, a su sólo criterio, si finalmente adjudica el lote a la mejor oferta económica, aunque no alcance el precio de reserva, proceder a la comercialización directa del lote de forma no exclusiva o bien celebrar un nuevo concurso.

- (253) La valoración ante esta indeterminación no puede ser otra que negativa. De hecho, la CNMC ya estableció en el “Informe relativo a la propuesta de la LNFP de condiciones para la comercialización centralizada de los derechos audiovisuales de campeonato nacional de fútbol en las temporadas 2016/2017 a 2018/2019” que este tipo de indeterminaciones pueden tener efectos sobre la concurrencia de los licitadores en igualdad de condiciones³⁵.
- (254) Así, en aquel informe se puso de manifiesto que, desde el punto de vista de introducir las menores distorsiones posibles al procedimiento de adjudicación, para los derechos reservados por la Ley 7/2010 a los operadores de televisión en abierto, lo lógico sería adjudicarlos a la mejor oferta económica, mientras que para los derechos destinados a operadores de televisión de pago, la solución más procompetitiva sería su comercialización de forma no exclusiva si éstos no alcanzan el precio de reserva.
- (255) Por lo tanto, esta CNMC considera que **LNFP debería corregir las situaciones de incertidumbre en relación con la adjudicación subsidiaria de los lotes de cara a cumplir con los principios recogidos en el artículo 4.4.d) del Real Decreto-ley 5/2015.**

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

- (256) Esta CNMC considera que el borrador de bases presentado por LNFP sí vincula el contenido de los lotes 4, 5 y 7 y, por lo tanto, **no cumple con lo dispuesto en el artículo 4.4.e) del Real Decreto-ley 5/2015.**
- (257) Como se ha apuntado en el apartado anterior, la adjudicación individualizada de los lotes 4 y 5 depende únicamente de si se alcanza un precio mayor para cada uno de estos lotes que el que se alcanzaría para el lote 7 de manera individualizada, lo que, de forma incuestionable, vincula el contenido de estos tres lotes de derechos.
- (258) La configuración de un único precio de reserva conjunto para los lotes 4 y 5 que, además coincidiría con el del lote 7, refuerza esta característica de condicionamiento y vinculación entre los citados lotes.
- (259) Además de aspectos como la discriminación entre operadores, al que ya se ha hecho mención anteriormente, la vinculación entre estos lotes resulta especialmente dañina de cara a mantener el principio de concurrencia competitiva en la licitación, ya que la explotación de la casi integridad de los derechos de emisión de la primera división del campeonato nacional de Liga de fútbol para clientes residenciales es el contenido licitado más atractivo comercialmente para los operadores de televisión en España.

³⁵ Ver punto V.4.3 del citado informe en el que se desarrollan los mecanismos de adjudicación subsidiarios para los derechos futbolísticos licitados por LNFP para las temporadas 2015/2016 a 2017/2018.

(260) A juicio de esta CNMC, LNFP debería modificar la configuración de la licitación en este sentido y eliminar el lote 7, por las distorsiones competitivas que este puede provocar, no sólo por incumplir el Real Decreto-ley 5/2015, sino también porque la utilización del mismo en los términos redactados actualmente en el borrador de bases puede dar lugar a un incumplimiento de la normativa de competencia, al distorsionar la adjudicación de los lotes 4 y 5 del mismo procedimiento y beneficiar injustificadamente a los operadores de televisión de pago frente a los operadores de televisión en abierto.

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

(261) El borrador de bases cumple con lo dispuesto en el artículo 4.4.f) del Real Decreto-ley 5/2015, en la medida en que únicamente abarca tres temporadas, de la 2019/2020 a 2021/2022.

(262) Ahora bien, como ya se desarrolló en el Informe relativo a la propuesta de la LNFP de condiciones para la comercialización centralizada de los derechos audiovisuales de campeonato nacional de fútbol en las temporadas 2016/2017 a 2018/2019, LNFP debe tener en cuenta lo previsto en el artículo 4.1 del Real Decreto-ley 5/2015, es decir:

“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”.

(263) Por ello, resulta especialmente relevante tener en cuenta de cara al momento de licitar los derechos audiovisuales de Liga y Copa de S.M. el Rey de fútbol lo establecido por los tribunales de justicia, la CNMC y sus organismos predecesores, en relación a lo que debe entenderse por temporada a efectos de aplicar este concepto a la adquisición de derechos audiovisuales de las competiciones futbolísticas de Liga y Copa de S.M. El Rey³⁶.

(264) En definitiva, de cara al cumplimiento de lo dispuesto por las autoridades de competencia y, por tanto, para el cálculo de lo que debe entenderse por temporada, LNFP deberá tener en cuenta lo dispuesto en los citados precedentes en relación con la definición del concepto temporada, para adecuar la salida al mercado de estos derechos a lo dispuesto en el Real Decreto-ley 5/2015 y la normativa de competencia.

(265) Sin perjuicio de que la fecha efectiva de la salida al mercado de estos derechos no se ha establecido en el borrador de bases remitido, la CNMC

³⁶En aquel informe se citaban expresamente la Resolución del Consejo de la CNC de 14 de abril de 2010 en el expediente S/0006/07 (<http://www.cnmc.es/es-es/cnmc/ficha.aspx?Num=S%2f0006%2f07&ambito=Conductas>), así como diversos pronunciamientos adoptados por la CNC y CNMC en el marco de la vigilancia de la citada Resolución (<http://www.cnmc.es/es-es/cnmc/ficha.aspx?Num=VS%2f0006%2f07&ambito=Vigilancia> y <http://www.cnmc.es/es-es/cnmc/ficha.aspx?Num=SNC%2f0021%2f12&ambito=Sancionadores+Ley+30>).

considera, de acuerdo con esos mismos precedentes³⁷, que la misma no puede efectuarse con una antelación excesiva, superior a una temporada, y, por tanto, LNFP debería esperar a la finalización de la temporada en curso para iniciar el proceso de contratación de estos derechos y no distorsionar indebidamente la capacidad competitiva de los operadores de televisión en España.

(266) En este sentido, una antelación superior a un año en la comercialización de los derechos obliga a los operadores de televisión a planificar inversiones muy significativas en un contexto de excesiva incertidumbre sobre cuál va a ser la situación real del mercado cuando se inicia la explotación de los derechos.

(267) Adicionalmente, LNFP no ha justificado adecuadamente por qué sería necesaria una antelación superior a un año en la comercialización del nuevo ciclo de derechos, especialmente cuando en la comercialización del ciclo previo (2016/2017 a 2018/2019), que se inició en noviembre de 2015, con una antelación inferior a un año, no se han puesto de manifiesto problemas para conseguir la comercialización efectiva de los derechos antes del inicio efectivo de la primera temporada, incluso cuando para determinados derechos (clips, partidos de televisión en abierto) fue necesario que LNFP realizara nuevas solicitudes de ofertas, al quedar las primeras desiertas.

(268) Asimismo, la propia incertidumbre de LNFP sobre si su solicitud de ofertas va a incluir o no la Copa de S.M. el Rey de fútbol, invita a este operador a evitar una antelación excesiva en la emisión de esta solicitud de ofertas, especialmente si se tiene en cuenta que RFEF se encuentra actualmente en periodo electoral para renovar su junta directiva, lo que dificulta que pueda llegar a acuerdos con LNFP en un corto plazo.

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

(269) A priori, tal y como establece el borrador de bases, todos los operadores tienen derecho a pujar por cualquiera de los lotes ofertados por LNFP siempre que reúnan las características exigidas por LNFP³⁸.

(270) Además, en el punto 4.2.5 del borrador de bases, LNFP establece un mecanismo por el que, si un candidato resultara, aplicando los criterios de adjudicación, adjudicatario de más de dos lotes, se procedería a la reasignación de aquellos lotes menos deseados por el candidato, ya que aquellos que pujan a más de dos lotes deben establecer una prelación entre los mismos.

³⁷ En particular, la Resolución de 14 de abril de 2010 de la extinta Comisión Nacional de la Competencia en el expediente S/0006/07. Disponible en https://www.cnmc.es/sites/default/files/34944_3.pdf

³⁸ Como ya se ha explicado anteriormente, hay lotes reservados para operadores de televisión en abierto y lotes reservados para operadores de televisión de pago, así como para operadores de televisión por Internet.

- (271) La CNMC considera que la introducción de un lote, como el 7, que recoge el contenido de dos lotes individuales, desvirtúa la previsión del artículo 4.4.g) del Real Decreto-ley 7/2015, ya que, a la luz de los datos obrantes en el borrador de bases, con la concurrencia a dos lotes (lote 7 y lote 6) un mismo adjudicatario está en disposición de acaparar para sí la práctica totalidad de los derechos del campeonato de Liga de fútbol, tanto en primera como en segunda división, y la Copa de S.M. el Rey de fútbol, de manera exclusiva en lo que se refiere a los clientes residenciales, que son, con diferencia, la principal fuente de demanda de estos contenidos.
- (272) Es cierto que en la descripción del lote 7 LNFP establece que, en principio, el candidato adjudicatario de este lote no podrá adquirir ningún otro, pero la salvedad de que esta situación sólo se producirá en caso de que existieran ofertas económicas equivalentes a la presentada por el adjudicatario del lote 7, elimina de facto en la mayor parte de los casos la limitación a que un mismo operador no pueda resultar adjudicatario del lote 7 y de otro lote adicional.
- (273) Por ello, la CNMC considera que **el borrador de bases no cumple con los requisitos establecidos por el Real Decreto-ley 5/2015** y, además, depende de cómo se sustancie finalmente el procedimiento de adjudicación de lotes, **puede suponer un incumplimiento de la normativa de defensa de la competencia al permitir que determinados operadores, especialmente los operadores de televisión de pago, puedan acaparar el núcleo principal de los derechos licitados**, con un sistema de adjudicación que permite la discriminación entre operadores y limita la capacidad competitiva de los mismos, propiciando la acumulación de derechos en una única entidad.

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

- (274) Finalmente, el Real Decreto-ley 5/2015 exige que las entidades comercializadoras establezcan un plazo suficiente para que los operadores interesados puedan gestionar con la suficiente antelación los derechos audiovisuales y los puedan comercializar de una manera adecuada.
- (275) Como se ha expuesto anteriormente, LNFP no ha establecido en el borrador de bases un plazo cierto de cara al desarrollo del procedimiento de comercialización de los derechos audiovisuales de Liga y Copa de S.M. el Rey.
- (276) Ahora bien, tal y como se ha apuntado anteriormente, parece que los hitos temporales que la entidad tiene previsto aplicar son similares a los ya utilizados en el proceso de licitación de estos mismos derechos para las temporadas 2016/2017 a 2018/2019.
- (277) Los términos de este proceso y su adecuación al Real Decreto-ley 5/2015 y a la normativa de competencia ya fueron objeto de análisis por la CNMC en el "Informe relativo a la propuesta de la LNFP de condiciones para la comercialización centralizada de los derechos audiovisuales de

campeonato nacional de fútbol en las temporadas 2016/2017 a 2018/2019” aprobado por el Consejo de la CNMC el 4 de noviembre de 2015.

- (278) En el citado informe se estableció que *“Con los datos actualmente disponibles, la CNMC considera que no cabe hablar de un incumplimiento por parte de LNFP del artículo 4.4.h) del Real Decreto-ley 5/2015, aunque sí que debería cerrarse el plazo en que LNFP dará su respuesta a aquellos operadores que soliciten aclaración (...)”*.
- (279) Por lo tanto, en la medida en que, en este borrador de bases, LNFP habría solucionado los problemas indicados por la CNMC en su informe de 4 de noviembre de 2015 y **siempre que se mantengan los plazos e hitos indicativos que LNFP sugiere en el borrador de bases enviado a la CNMC** para la elaboración del informe previo al que alude el artículo 4.3 del Real Decreto-ley 5/2015, **se considera que la parte cumple con lo establecido en el artículo 4.4.h) del citado real decreto-ley.**

IV.9. Otros aspectos del borrador de bases

- (280) Finalmente, la CNMC no puede dejar de destacar otros aspectos del borrador de bases que podrían ser incompatibles con el Real Decreto-ley 5/2015 o con la normativa de competencia.
- (281) En primer lugar, el borrador de bases desarrolla unas **obligaciones de información** por parte de los operadores a LNFP que, a juicio de la CNMC, son desproporcionadas con respecto a lo que debería exigir el mero seguimiento de las competiciones.
- (282) La CNMC ya se pronunció el 4 de noviembre de 2015 acerca de cómo consideraba que debían sustanciarse las obligaciones de información en este tipo de casos, por lo que, al ser los argumentos actuales sustancialmente iguales a los citados en el informe precedente, se considera necesario reiterarlos en el presente documento, mediante la remisión a lo que se estableció en aquel en relación con las obligaciones de información³⁹.
- (283) Tampoco se considera proporcionado que LNFP imponga a los operadores adjudicatarios cómo deben realizar la **comercialización de los contenidos**, especialmente si éstos deben comercializarse de manera empaquetada o independiente.
- (284) A juicio de la CNMC, las fórmulas para la explotación comercial del contenido deben quedar en manos de los operadores adjudicatarios. Como se ha explicado anteriormente, todos los operadores adjudicatarios tienen una serie de obligaciones comerciales para con los patrocinadores de LNFP y con la propia entidad, que ya introducen limitaciones en la explotación comercial de los derechos audiovisuales de los lotes 4 a 7.

³⁹ Ver párrafos 233 a 237 del “Informe relativo a la propuesta de la LNFP de condiciones para la comercialización centralizada de los derechos audiovisuales de campeonato nacional de fútbol en las temporadas 2016/2017 a 2018/2019”.

- (285) Por ello, no es aceptable y resulta desproporcionado que la entidad licitante decida también cómo debe comercializarse el contenido ya que no están en la misma situación competitiva aquellos operadores que, al poder prestar servicios convergentes de comunicaciones electrónicas y televisión de pago, han optado por comercializar distintos productos de manera convergente que aquellos que, al no disponer de este tipo de productos, optan por otras formas de comercialización.
- (286) Si LNFP considera que debe darse acceso a cualquier cliente residencial a los contenidos futbolísticos objeto de licitación, podría haber optado por su adjudicación no exclusiva y ser ella misma quien comercialice los canales de derechos y sus contenidos de manera no exclusiva y sin necesidad de empaquetarlos con otros servicios.
- (287) Una vez que LNFP renuncia voluntariamente a esa posibilidad, resulta desproporcionado que exija a los adjudicatarios de televisión de pago hacer una comercialización OTT no vinculada con el resto de su oferta, en la medida que eso distorsiona excesivamente su capacidad para comercializar y rentabilizar de forma autónoma los contenidos adquiridos.
- (288) En cuanto a las **obligaciones de emisión de patrocinios y espacios publicitarios** que el borrador de bases de LNFP establece en su apartado 3.3.5 para los adjudicatarios de los distintos lotes, debe apuntarse que la CNMC 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 reloj⁴⁰. En consecuencia, LNFP 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 incompatibles con la Ley 7/2010.

⁴⁰ 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 ».

V. CONCLUSIÓN

- (289) De acuerdo con lo planteado por LNFP, la valoración por la CNMC del borrador de bases presentado por LNFP únicamente abarca la licitación de los derechos de emisión del campeonato nacional de Liga y Copa de S.M. el Rey de fútbol en España para las temporadas 2019/2020 a 2021/2022.
- (290) El resto de derechos audiovisuales que deben ser comercializados conjuntamente y que no se encuentran dentro de los desarrollados en el párrafo precedente no se encuentran incluidos en esta valoración y, por tanto, en el momento en que se produzca su comercialización deberán respetar la elaboración del informe previo por parte de esta CNMC, en los términos previstos en el Real Decreto-ley 5/2015
- (291) Esta CNMC considera que el borrador de bases de LNFP cumple parcialmente con lo establecido por el artículo 4.4 del Real Decreto-ley 5/2015.
- (292) Tal y como se ha analizado anteriormente, de cara a cumplir con lo establecido en la citada norma, LNFP debería esencialmente:

- Revisar la redacción de los lotes de derechos de cara a evitar confusiones o distorsiones en cuanto a su contenido.

En particular, LNFP debería unificar la forma de selección del partido de primera división en segunda selección del lote 1 en los diversos puntos del borrador de bases, de tal manera que no quepan distintas interpretaciones en cuanto al momento temporal en el que esta selección debe producirse y quién es la entidad que determina el partido de primera división del campeonato nacional de Liga de fútbol que se emitirá en abierto, preferiblemente el propio adjudicatario.

Asimismo, LNFP debería aclarar cómo se pueden utilizar las imágenes de la temporada en curso por parte de los operadores adjudicatarios y si todos los lotes de derechos cuentan con la posibilidad de elaborar reportajes y, por tanto, acceder a un tipo de imágenes distintas a las previstas con carácter general para todos los adjudicatarios de cara a promociones.

Asimismo, deberían revisarse las obligaciones de emisión en lenguas cooficiales en el caso del lote 4, ya que, a juicio de esta CNMC, no todos los operadores de televisión en abierto están en disposición de hacer frente a esta obligación, que técnicamente es más fácil de implementar en televisión de pago.

- Revisar toda la regulación del derecho de acceso a los estadios, en los términos establecidos por la Ley 7/2010 y por la CNMC en sus resoluciones, para preservar el cumplimiento de lo dispuesto en el artículo 19.3 de la Ley 7/2010.

El mantenimiento de la redacción en los términos actuales podría dar lugar a un incumplimiento de la Ley 7/2010, al limitar injustificadamente

LNFP estos derechos de acceso a los estadios y de acceso a resúmenes informativos más allá de los proporcionados por LNFP.

- Revisar las franjas horarias en las que se disputarán los partidos de fútbol objeto de esta licitación, tanto en lo relativo para el campeonato nacional de Liga de primera y segunda división como para Copa de S.M. el Rey de fútbol, de cara a que los candidatos puedan tener más certitud sobre la determinación de horarios por parte de los adjudicatarios, tal y como exige el artículo 4.4.c) del Real Decreto-ley 5/2015.
- Revisar el propio procedimiento de adjudicación de lotes para adecuarlo a los términos del artículo 4.4.d) del Real Decreto-ley 5/2015. En particular:
 - Si la oferta económica no va a ser el único criterio de valoración de las ofertas utilizado por LNFP, la entidad debería desarrollar y valorar qué peso va a dar a la oferta económica de cara a la adjudicación de un determinado lote y qué peso van a tener esos otros criterios de valoración. Asimismo, debe desarrollar las fórmulas objetivas y no discriminatorias para la puntuación de cada oferta en relación con cada variable de valoración de las mismas.

Adicionalmente, no toda remuneración variable debe ser valorada positivamente por parte de LNFP, sino que sólo deberían tenerse en cuenta aquellas calculadas sobre una base común y real fijada por la entidad licitante, de tal manera que la valoración de este criterio no pueda ser utilizada para distorsionar el sistema de adjudicación.
 - LNFP debería establecer de manera clara cuáles son las consecuencias para los adjudicatarios en caso de incumplimiento en los pagos, limitando a los casos más graves de incumplimiento la suspensión de la emisión de los contenidos.
 - Se debe eliminar el precio de reserva conjunto de los lotes 4 y 5, de cara a evitar consecuencias como la falta de transparencia e inequidad en su determinación o la eventual discriminación entre operadores.
- Eliminar el lote 7 de derechos, dado que distorsiona injustificadamente la adjudicación de los lotes 4 y 5 del mismo procedimiento, y permite que un mismo operador de televisión de pago pueda acaparar el núcleo principal de derechos licitados por LNFP, lo que además de incumplir el artículo 4.4.e) del Real Decreto-ley 5/2015, puede dar lugar a un incumplimiento de la normativa de competencia.
- Aplicar los criterios establecidos por las autoridades judiciales y de competencia, y minimizar las distorsiones en la adjudicación de los derechos, evitando que haya una antelación superior a un año entre la

licitación de los derechos audiovisuales y el comienzo de su explotación efectiva.

- Revisar las obligaciones de información y las obligaciones de comercialización impuestas a los adjudicatarios de los lotes, ya que éstas incluyen obligaciones que van más allá de lo razonable de cara a asegurar tanto el seguimiento de la competición como la adecuada explotación de los derechos y, en su caso, podrían suponer un incumplimiento de la normativa de defensa de la competencia.
- 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 Ley 7/2010, de acuerdo con los criterios fijados en el acuerdo de 18 de enero de 2018 (CNS/DTSA/702/17).

