

**INFORME SOBRE LA PROPUESTA DE  
LA LIGA NACIONAL DE FÚTBOL  
PROFESIONAL PARA LA  
COMERCIALIZACIÓN DE LOS  
DERECHOS DE EXPLOTACIÓN DE  
CONTENIDOS AUDIOVISUALES DE  
LA COPA DE SM EL REY EN ESPAÑA  
Y ANDORRA PARA LAS  
TEMPORADAS 2025/26 Y 2026/27**

**INF/CNMC/207/25**

25 de septiembre de 2025

**[www.cnmc.es](http://www.cnmc.es)**

## CONTENIDO

|                                                                                                                                 |           |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>1. Antecedentes .....</b>                                                                                                    | <b>4</b>  |
| <b>2. Contenido de la propuesta objeto de informe previo .....</b>                                                              | <b>4</b>  |
| 2.1. Descripción de los contenidos audiovisuales .....                                                                          | 5         |
| 2.2. Condiciones de explotación de los contenidos audiovisuales.....                                                            | 10        |
| 2.3. Procedimiento para la presentación de ofertas .....                                                                        | 11        |
| 2.4. Procedimiento de adjudicación de los lotes 1 y 6 .....                                                                     | 13        |
| 2.5. Condiciones generales aplicables a todos los lotes .....                                                                   | 14        |
| <b>3. Valoración del documento de condiciones de comercialización de los<br/>    derechos de explotación de contenidos.....</b> | <b>15</b> |
| 3.1. Atribución y comercialización de derechos más allá del Real<br>Decreto-Ley 5/2015.....                                     | 16        |
| 3.2. Derechos ofertados y obligaciones de colaboración .....                                                                    | 18        |
| 3.3. Requisitos para la presentación de ofertas y requisitos de<br>adjudicación .....                                           | 20        |
| <b>4. Conclusiones .....</b>                                                                                                    | <b>22</b> |

**INFORME SOBRE LA PROPUESTA DE LA LIGA NACIONAL DE FÚTBOL PROFESIONAL PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE LOS DERECHOS DE EXPLOTACIÓN DE CONTENIDOS AUDIOVISUALES DE LA COPA DE SM EL REY EN ESPAÑA Y ANDORRA PARA LAS TEMPORADAS 2025/26 Y 2026/27.**

**INF/CNMC/207/25 LNFP COPA DEL REY NACIONAL**

**CONSEJO. SALA DE COMPETENCIA**

**Presidenta**

D<sup>a</sup>. Cani Fernández Vicién

**Consejeros**

D<sup>a</sup>. Pilar Sánchez Núñez

D. Rafael Iturriaga Nieva

D. Pere Soler Campins

D<sup>a</sup> María Vidales Picazo

**Secretario de la Sala**

D. Miguel Bordiú García-Ovies

En Madrid, a 25 de septiembre de 2025

Vista la solicitud de la Liga Nacional de Fútbol Profesional (LNFP), que tuvo entrada en la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) el 14 de agosto de 2025, de elaboración del informe previo a la comercialización de los derechos de explotación de contenidos audiovisuales de la Copa de SM El Rey en España y Andorra para las temporadas 2025/26 y 2026/27, en virtud de lo establecido en el artículo 4 del Real Decreto-ley 5/2015, de 30 de abril, de medidas urgentes en relación a la comercialización de los derechos de explotación de contenidos audiovisuales de las competiciones de fútbol profesional, con su redacción vigente, la **SALA DE COMPETENCIA** acuerda emitir el siguiente informe.

## **INF/CNMC/207/25**

# **INFORME SOBRE LA PROPUESTA DE LA LIGA NACIONAL DE FÚTBOL PROFESIONAL PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE LOS DERECHOS DE EXPLOTACIÓN DE CONTENIDOS AUDIOVISUALES DE LA COPA DE SM EL REY EN ESPAÑA Y ANDORRA PARA LAS TEMPORADAS 2025/26 Y 2026/27.**

## **INF/CNMC/207/25 LNFP – COPA DE SM EL REY – MERCADO NACIONAL**

### **1. ANTECEDENTES**

- (1) Con fecha 29 de agosto de 2025 tuvo entrada en la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (en adelante CNMC) solicitud de la Liga Nacional de Fútbol Profesional (LNFP) de elaboración de informe previo a la comercialización de los derechos de explotación de contenidos audiovisuales de la Copa de SM El Rey, en España y Andorra, para las temporadas 2025/26 y 2026/27. Este informe se solicita en virtud de lo establecido en el artículo 4 del Real Decreto-ley 5/2015, de 30 de abril, de medidas urgentes en relación con la comercialización de los derechos de explotación de contenidos audiovisuales de las competiciones de fútbol profesional (en adelante, Real Decreto-ley 5/2015).
- (2) La solicitud de informe de la LNFP, de 29 de agosto de 2025, se acompaña de un documento consistente en las bases de la oferta y un total de tres anexos (numerados como anexos 1, 2 y 6).

### **2. CONTENIDO DE LA PROPUESTA OBJETO DE INFORME PREVIO**

- (3) Mediante el escrito presentado a la CNMC el 29 de agosto de 2025, la LNFP solicita el informe previo al que alude el artículo 4 del Real Decreto-ley 5/2015 para la comercialización de los derechos de explotación de contenidos audiovisuales de la Copa de SM El Rey en España y Andorra.
- (4) Pese a que esta competición es organizada por la Real Federación Española de Fútbol (RFEF), la comercialización puede ser llevada a cabo por la LNFP en virtud del artículo 8 del Real Decreto-ley 5/2015.
- (5) Las temporadas ofertadas son 2025/26 y 2026/27.
- (6) El proceso de licitación se recoge en un documento denominado “Procedimiento de solicitud de ofertas: comercialización de los derechos de explotación de contenidos audiovisuales de la Copa de SM El Rey (excepto la final)”. Este documento será designado en adelante como PRO.

- (7) A continuación, se realiza un resumen del contenido principal del PRO, atendiendo al literal del texto, que posteriormente será objeto de valoración.

## **2.1. Descripción de los contenidos audiovisuales**

- (8) Tras una introducción en que se expone que la comercialización por parte de la LNFP obedece a la posibilidad de encomienda prevista en el artículo 8 del Real Decreto-Ley 5/2015, el PRO describe los lotes a los que pueden optar los candidatos.
- (9) En concreto, los lotes son los siguientes:
- Lote 1:
    - a. Lote 1 opción A: Los ciento dieciséis partidos de la competición (excluyendo la fase previa y la final), en directo y en exclusiva, para su emisión residencial en canales de pago o en abierto. Las semifinales deberán ser en abierto en todo caso<sup>1</sup>.
    - b. Lote 1 opción B: Catorce partidos de la competición (excluyendo la fase previa y la final) que incluyen partidos desde la primera ronda hasta las semifinales, en directo y en exclusiva, para su emisión residencial en canales lineales (ondas hertzianas, TDT) en abierto (con la emisión de las semifinales, en cualquier caso, en co-exclusividad con las Opciones C y D).
    - c. Lote 1 opción C: Ciento seis partidos de la competición (excluyendo la fase previa y la final) que incluyen partidos desde la primera ronda hasta las semifinales), en directo y en exclusiva para su emisión residencial en canales de pago o en abierto, según el partido (en co-exclusividad con ciertos partidos incluidos en las Opciones B y D).
    - d. Lote 1 opción D: Catorce partidos de la competición (excluyendo la fase previa y la final) que incluyen partidos desde la primera ronda hasta las semifinales, en directo y en exclusiva, para su emisión residencial en formato digital (a través de Internet) en abierto (con la emisión de las semifinales, en cualquier caso, en co-exclusividad con las Opciones B y C).
  - Lote 2: Resúmenes con una duración de ciento treinta y cinco segundos en diferido y en no exclusiva, de sesenta y cuatro partidos, para su emisión en abierto (sin perjuicio de la comercialización de este mismo contenido

---

<sup>1</sup> Según lo dispuesto en el artículo 146.3.d de la Ley 13/2022, de 7 de julio, General de Comunicación Audiovisual.

audiovisual de forma simultánea como derechos accesorios en el Lote 1 (Opción A, B, C y D).

- Lote 3: Resúmenes con una duración de ciento treinta y cinco segundos, en diferido y en no exclusiva de sesenta y cuatro partidos, para su emisión en canales de pago (sin perjuicio de la comercialización de este mismo contenido audiovisual de forma simultánea como derechos accesorios en el Lote 1 (Opción A, B, C y D)).
- Lote 4: Los veinte partidos de la fase previa territorial en directo y en no exclusiva, para su emisión en canales de pago o en abierto.
- Lote 5: Resúmenes con una duración de ciento treinta y cinco segundos en diferido y en no exclusiva de sesenta y cuatro partidos, para su emisión en medios digitales (sin perjuicio de la comercialización de este mismo contenido audiovisual de forma simultánea como derechos accesorios en el Lote 1 (Opción A, B, C y D) y Lote 3).
- Lote 6: Sesenta y cuatro partidos de la competición (excluyendo la fase previa y la final) que incluyen partidos desde la primera ronda hasta las semifinales, en directo y en exclusiva, para su emisión no residencial en establecimientos públicos<sup>2</sup>.

(10) El PRO incluye las siguientes aclaraciones respecto al contenido de las distintas opciones del lote 1:

- Todas las opciones: su contenido también podrá emitirse en diferido y en no exclusiva, incluyéndose además la posibilidad de su difusión bajo demanda
- Lote 1 opción A: En el caso de adjudicación de la opción A, no se adjudicarán las siguientes opciones B, C y D. El contenido de este lote será emitido de manera simultánea por el adjudicatario del lote 6 (establecimientos públicos).
- Lote 1 opción B: Todos los partidos de este lote se emitirán de manera simultánea por el adjudicatario del lote 1, opción D, en formato digital y por el adjudicatario del lote 6.
- Lote 1 opción C: Las semifinales de la competición serán emitidas también, en su caso, por el adjudicatario de la opción B (en abierto en canales lineales) y el adjudicatario de la opción D (en abierto digital); y además el contenido de este lote será emitido de manera simultánea por el adjudicatario del lote 6.

---

<sup>2</sup> Entendiéndose como tales: bares, locales de apuestas, cafeterías, restaurantes, hoteles, cárceles, cuarteles, hospitales, gimnasios, entre otros, así como medios de transporte (por ejemplo, trenes, autobuses, etc.) que ofrezcan la posibilidad de emitir los contenidos audiovisuales incluidos en el lote como una actividad accesoria a su actividad principal

- Lote 1 opción D: Todos los partidos de este lote se emitirán de manera simultánea por el adjudicatario del lote 1, opción B, en canales lineales (ondas hertzianas, TDT) en abierto y por el adjudicatario del lote 6 (establecimientos públicos). Asimismo, las semifinales de la competición serán emitidas también, en su caso, por el adjudicatario de la opción B (en abierto en canales lineales) y el adjudicatario de la opción C (en canales de pago).
- (11) Adicionalmente, se describen una serie de derechos accesorios de que disponen que los adjudicatarios del lote 1 (en cualquiera de sus opciones) y el lote 6. Estos derechos son: resúmenes accesorios de 135 segundos producidos por la LNFP<sup>3</sup>; cinco mini-clips por partido que forme parte de su respectivo lote; imágenes de no juego; clips cortos y largos; entrevistas previas y post-partido; imágenes de los partidos de la temporada en curso de la competición, relativos al partido de cada ronda que forme parte de su opción, o imágenes de archivo de las que disponga LALIGA para ser utilizadas a modo de tráileres publicitarios destinados a la promoción de los contenidos adjudicados; imágenes fijas, fotografías o fotomontajes de un partido para promocionar la explotación de los derechos audiovisuales por parte del adjudicatario de su opción. Estos derechos se comercializan, en todo caso, en régimen de no exclusividad.
- (12) Por lo que se refiere a los lotes 2, 3 y 5, los resúmenes serán producidos por la LNFP o quien ésta designe y podrán emitirse una vez finalizado el último partido de cada uno de los días del encuentro disputado. Según el PRO, el precio y las condiciones de adquisición de los resúmenes para la temporada 2025/26 se establecen en el apartado 3.4 (calendario de pagos) y el anexo 6 (precios de los lotes excepto el 1 y 6). Los adjudicatarios no podrán modificar el contenido de los resúmenes entregados, si bien, por motivos de programación podrá acortar hasta en un 20% el contenido.
- (13) En cuanto al lote 4, todos los operadores que estén interesados en este lote podrán presentar su oferta para un solo partido, o para varios partidos dentro de los seis días naturales anteriores a la celebración de los encuentros. Los partidos del lote 4 que no se hubieran adjudicado podrán ser emitidos en directo por los clubs/SADs participantes en la competición y cuando así se hubiera llegado a un acuerdo por las Federaciones Autonómicas de los clubs participantes en dicho encuentro y por la RFEF. Los adjudicatarios se comprometen a enviar a la LNFP un resumen de cada partido emitido en un plazo no superior a cuarenta y cinco minutos tras su finalización, que podrá ser emitido en las plataformas de la LNFP.
- (14) El PRO describe el formato de la competición en el anexo 1, e incluye un calendario con fechas orientativas. Los partidos se disputarán en dos franjas,

---

<sup>3</sup> Adicionalmente, el adjudicatario podrá elaborar sus propios resúmenes de los partidos de su lote, y se compromete a entregar a la LNFP una licencia de uso y explotación de las mejores imágenes, las cuales pasarán a formar parte de los archivos de la LNFP para su uso propio.

orientativamente entre las 19:00 y 22:00 horas, en martes, miércoles o jueves, aunque puede ser en fin de semana si la competición así lo dispone. Se expone que la final del campeonato está expresamente excluida del procedimiento<sup>4</sup>.

(15) En cuanto a la posibilidad de sublicencia, el PRO establece que los lotes 2, 3 y 5 no podrán ser sublicenciados. Los adjudicatarios de los lotes 1 (opción A, B, C y D), 4 y 6 sí podrán sublicenciar total o parcialmente la explotación de su contenido con autorización previa y expresa de la LNFP, que podrá denegar la sublicencia cuando:

- El potencial sublicenciario haya contraído una deuda con LNFP (o sus filiales) y/o existan procedimientos judiciales que se encuentren en curso en relación con el citado impago de cantidades adeudadas.
- El potencial sublicenciario ponga a LNFP en una situación de riesgo reputacional con motivo, por ejemplo, de la emisión en su plataforma de contenidos audiovisuales inadecuados socialmente como, por ejemplo, contenidos relacionados con el racismo o violencia extrema.
- El potencial sublicenciario haya sido condenado por sentencia firme por incumplimientos de la normativa de propiedad intelectual o cualquier otra normativa relacionada con la explotación de contenidos audiovisuales.
- El potencial sublicenciario proponga un formato de explotación de los contenidos audiovisuales contrario a lo establecido en el presente procedimiento.

(16) El PRO incluye un apartado de derechos excluidos y uso de imágenes por parte de la RFEF, la LNFP y los clubes/SAD participantes, que podrán hacer uso de ciertas imágenes de los partidos de la competición en las condiciones que se detallan a continuación:

- Imágenes en el entorno audiovisual de la RFEF, LALIGA y los Clubes/SADs de la competición: La RFEF, la LNFP y en su caso, y los Clubes o Sociedades Anónimas Deportivas (S.A.D.) participantes en la competición podrán emitir en diferido el encuentro a partir de las 12:00 horas después de su finalización, siempre que lo hagan directamente a través de un canal de distribución propio dedicado temáticamente a la actividad deportiva del club o entidad participante, que tenga licencia de televisión en TDT, OTT o app. También podrán publicar clips y/o highlights de imágenes en sus plataformas digitales oficiales, imágenes de la previa y el post partido y cinco miniclip en semi-

---

<sup>4</sup> El procedimiento para la comercialización de los derechos audiovisuales de la final no puede ser encomendado a la LNFP según el artículo 8.2.a del Real Decreto-Ley 5/2015. La RFEF ha remitido los procedimientos a la CNMC, cuya evaluación se encuentra en los INF/CNMC/207/25 (para el mercado nacional y Andorra) e INF/CNMC/212/25 (para territorios del EEE y resto del mundo).



directo. Además, con la finalidad principal de promocionar la competición y para los partidos de la competición posteriores a la fase previa, la RFEF y la LNFP tendrán el derecho a hacer uso de todos los partidos de la competición, en régimen de no exclusividad:

- a. Sitios web, aplicaciones, plataformas digitales y otros:
    - i. Imágenes de partido, imágenes previa y post-partido, imágenes de partido de no juego.
  - b. Redes sociales oficiales de la RFEF y la LNFP: imágenes de partido, imágenes de partido de no juego, mini-clips en semi-directo e imágenes previa y post partido.
- Derechos de los clubes/SAD de conformidad con el RDL 5/2015: cada club o entidad en cuyas instalaciones se celebre un acontecimiento deportivo, tendrá el derecho a explotar los siguientes derechos:
    - a. 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 temáticamente a la actividad deportiva del Club/SAD.
    - b. La emisión en directo, dentro de las instalaciones de cada Club/SAD en las que se desarrolle el partido, de la señal audiovisual televisiva correspondiente a dicho acontecimiento.
  - Patrocinadores, colaboradores o socios comerciales de la RFEF y de los Clubes/SADs: los patrocinadores, colaboradores o socios comerciales de las la RFEF dispondrán, por cada jornada, de imágenes de hasta tres minutos de duración en total, con independencia del número de patrocinadores, colaboradores o socios.
  - Breves resúmenes informativos emitidos por operadores audiovisuales de conformidad con la LGCA.
- (17) Además, el adjudicatario se compromete a entregar a la LNFP una licencia de uso y explotación de las mejores imágenes que hubieran sido grabadas con los referidos medios propios no más tarde de las veinticuatro horas siguientes a la grabación de las mismas, las cuales pasarán a formar parte de los archivos de LALIGA para su uso propio.
- (18) En cuanto a la producción de los contenidos, el PRO establece que la producción audiovisual de estos lotes será llevada a cabo por la LNFP -o por quien ésta designe- asumiendo su coste, o por el adjudicatario en el caso del lote 1, opciones A, B y C, con sus propios medios y asumiendo su coste. En el caso de que el adjudicatario asigne a la LNFP la producción audiovisual, asumiendo su coste el adjudicatario, dicha producción se basará en las tarifas orientativas de

mercado, que figuran en el anexo 3, el cual no ha sido facilitado a la CNMC. Por último, se determina que los adjudicatarios del lote 4 deberán hacerse cargo de la producción de los partidos de este lote, asumiendo su coste.

- (19) Según el PRO, los adjudicatarios de los lotes 1 y 4 deberán cumplir con lo establecido en el Reglamento Audiovisual y de Organización de Competiciones de la RFEF, que figura en el anexo 4, no facilitado a la CNMC. Los adjudicatarios dispondrán de derecho de personalización del contenido audiovisual, el cual se limitará única y exclusivamente a la posibilidad de personalizar sus emisiones durante el juego únicamente mediante el uso de locuciones y comentarios, pudiendo añadir cámaras de personalización y apariciones de sus locutores, narradores, redactores y comentaristas únicamente en la previa, entretiempo y post partido.
- (20) Finalmente, se establece que la producción de los partidos en directo de la competición será llevada a cabo de conformidad con los estándares de calidad y las condiciones técnicas operativas y cualquier otro requisito establecido en el anexo 2.

## **2.2. Condiciones de explotación de los contenidos audiovisuales**

- (21) El PRO incluye una serie de condiciones de publicidad, promoción y patrocinio. En concreto, el adjudicatario dispone del derecho y la obligación de utilizar la marca de la RFEF en general, y la específica de la competición, y una designación (incluido el logotipo compuesto) a los efectos de promoción y anunciar la retransmisión de la misma. También deberá usar el nombre de la RFEF, así como la denominación de la competición, el logotipo de la RFEF y de la competición, la “mosca” permanente, y la “mosca” para cada una de las repeticiones de las emisiones que sean facilitadas por la RFEF. Los adjudicatarios de los distintos lotes deberán conocer y cumplir el Programa de Patrocinio de la RFEF en los términos que se identifican en el anexo 5, no facilitado a la CNMC.
- (22) No se admitirá incluir signos distintivos que hagan referencia a las eliminatorias que no cumplan con el formato y/o las indicaciones expresas marcadas por la RFEF.
- (23) También se incluyen obligaciones de información, según las cuales los adjudicatarios de los Lotes estarán obligados a proporcionar a la LNFP varios datos<sup>5</sup>.

---

<sup>5</sup> En concreto, cifras de audiencia de la retransmisión de cada uno de los partidos incluidos en cada lote, detalladas minuto a minuto y con detalle de cada pista de audio de la emisión por

- (24) Por último, en cuanto a los derechos de propiedad, el PRO establece que los adjudicatarios de los lotes en abierto no tendrán derecho alguno sobre las imágenes de los partidos, resúmenes o resúmenes accesorios de su lote, excepto por aquellos derechos de emisión y explotación audiovisual descritos en el presente procedimiento. Los adjudicatarios deberán conceder a la LNFP una licencia de uso y explotación de los derechos derivados de las posibles grabaciones que los adjudicatarios realicen con sus propios medios autorizados por la LNFP, así como personalizaciones de los contenidos adjudicados durante el máximo tiempo legalmente permitido hasta que pase a dominio público.
- (25) Además, transcurrido el plazo de vigencia del correspondiente contrato de comercialización, los adjudicatarios estarán obligados a devolver o destruir, según decida la LNFP, cualquier material generado como consecuencia de la explotación del lote adjudicado, así como cualquier información que posea en virtud del contrato de comercialización, que pueda dar lugar a un uso indebido de derechos audiovisuales más allá de la duración del correspondiente contrato. Del mismo modo, una vez concluido el plazo de vigencia del contrato de comercialización, la LNFP ostentará los derechos derivados de su condición de productor de los contenidos audiovisuales objeto del procedimiento.

### 2.3. Procedimiento para la presentación de ofertas

- (26) Según el PRO, la presentación de una oferta por un candidato supone la plena y estricta adhesión al conjunto de requisitos y disposiciones previstos en este procedimiento. En este sentido, las ofertas presentadas por los candidatos son firmes, incondicionales e irrevocables. Los candidatos no podrán presentar ofertas condicionadas, *“de conformidad con lo establecido en el RDL 5/2015”*.
- (27) Podrán presentar ofertas las uniones de empresas que se constituyan temporalmente al efecto (UTEs u otra forma jurídica similar) y, en caso de resultar adjudicatarias, podrán emitir simultáneamente los derechos adquiridos. La duración de las uniones temporales de empresas será coincidente con la del contrato de comercialización que se formalice tras la adjudicación, con una duración al menos hasta su extinción. Los requisitos de solvencia exigidos en este Procedimiento se aplicarán a los socios de la UTE o forma jurídica similar considerados colectivamente como una sola empresa.
- (28) En cuanto a los requisitos generales para los candidatos, podrá participar en el procedimiento toda persona jurídica, española o de cualquier otra nacionalidad que tenga capacidad de obrar, y proporcione la siguiente información:

---

edad, género, provincia y siempre que técnicamente sea posible por código postal. Asimismo, se aportará ese mismo desglose por tipo de sistema de distribución de la señal y dispositivo.

- Certificado actualizado de inscripción en el Registro Mercantil del candidato, otorgado por el Registro Mercantil correspondiente o documento equivalente.
  - Copia de las últimas cuentas anuales auditadas del candidato y de su empresa matriz.
  - En su caso, certificado de estar al corriente de sus obligaciones tributarias con la Agencia Estatal de la Administración Tributaria (AEAT) y con la Seguridad Social.
- (29) Por su parte, en relación con la solvencia económica y financiera del candidato, deberá acreditar, en referencia a sus últimas cuentas anuales auditadas, o de su empresa matriz, un volumen anual de negocios en al menos uno de los últimos tres años igual o superior a un millón de euros para cada lote, excepto para el lote 1, que será de 20 millones de euros. En el caso de empresas de nueva creación, en lugar del requisito descrito en el párrafo anterior, se solicitará un aval bancario solidario a primer requerimiento, por una entidad de calidad crediticia de *rating* “A”.
- (30) También se establecen requisitos técnico-profesionales y de distribución únicamente para los lotes 1 (en todas sus opciones) y 6. Según el PRO, estos requisitos son opcionales y se usarán con la finalidad de valorar la estrategia empresarial a desarrollar por el candidato si resulta finalmente elegido adjudicatario. La acreditación de estos requisitos se realizará mediante una memoria o documento similar donde se detalle:
- La distribución universal del contenido audiovisual del lote 1 (con su respectiva opción) y/o el lote 6 dentro del territorio durante la vigencia del contrato de comercialización.
  - Descripción del espectro de suscriptores o usuarios al que va a dirigirse el contenido audiovisual del lote 1 (con su respectiva opción) y/o el lote 6, estableciendo los objetivos de audiencia/usuarios que se esperan obtener, proporcionando incluso un objetivo cuantitativo estimado por temporada.
- (31) Los candidatos deberán proporcionar un formulario de declaración responsable en el que conste que:
- No ha sido condenado mediante sentencia firme por delitos de falsedad, contra el patrimonio y contra el orden socioeconómico, cohecho, malversación, tráfico de influencias, revelación de secretos, uso de información privilegiada, delitos contra la Hacienda Pública y la Seguridad Social, delitos contra los derechos de los trabajadores o por delitos relativos al mercado y a los consumidores.
  - No ha solicitado la declaración de concurso, no ha sido declarado insolvente en cualquier procedimiento, no se ha declarado en concurso, no está sujeto a

intervención judicial y no ha sido inhabilitado conforme a la normativa concursal aplicable sin que haya concluido el período de inhabilitación fijado en la sentencia de calificación del concurso.

- Está al corriente en el cumplimiento de las obligaciones tributarias o de Seguridad Social impuestas por las disposiciones vigentes aplicables, en los términos que reglamentariamente se determine.
- Está al corriente del cumplimiento de sus obligaciones vencidas, líquidas y exigibles con la LNFP.

- (32) Se incluye un calendario con los hitos del procedimiento, en el que destaca que el plazo de finalización de presentación de ofertas se producirá cuatro semanas después de la publicación del procedimiento. Por su parte, el plazo de subsanación de defectos u omisiones será de entre tres y cinco días laborables tras el inicio de la valoración de ofertas.

## **2.4. Procedimiento de adjudicación de los lotes 1 y 6**

- (33) La LNFP fijará un precio de reserva individual para el lote 1, opción A; un precio de reserva global para el lote 1, opciones B, C y D; y un precio de reserva para el lote 6. Serán depositados en la sede del Consejo Superior de Deportes (CSD) en la fecha prevista, quien velará por su confidencialidad hasta el día de la apertura de sobres. Según el PRO, los precios de reserva han sido fijados atendiendo a criterios de mercado, tales como el precio de comercialización de lotes similares, en competiciones profesionales similares, adjudicados en temporadas anteriores, así como el precio de lotes similares en países donde el fútbol es el primer deporte y rentas per cápita y poblaciones equiparadas a las españolas.
- (34) En lo que respecta a la evaluación de la oferta económica, se comenzará por identificar las ofertas económicas recibidas de cada candidato, identificando para qué lote y opción (en el caso del Lote 1) se han presentado ofertas. A continuación, se calculará el importe medio por temporada a partir de las cuantías económicas totales ofertadas para cada temporada objeto del procedimiento. Una vez calculado el importe medio por temporada, se procederá a incluir la valoración adicional que, en su caso, haya obtenido aquel candidato o candidatos que mejor hayan acreditado el cumplimiento de los requisitos técnico-profesionales y de distribución. En este sentido, se procederá a incrementar el valor de la oferta económica de cada opción (en el caso del lote 1) u lote (en el caso del lote 6) hasta un 10% sobre su oferta económica inicial en el caso de que el candidato acredite los requisitos. Por último, se compararán los importes obtenidos para cada opción (en el caso del lote 1) o lote (en el caso

del lote 6) tras incluir, en su caso, la valoración adicional procedente de la evaluación de los requisitos técnico-profesionales y de distribución.

- (35) Una vez finalizada la evaluación del lote 1 (y sus respectivas opciones) y del lote 6 se comprobará si las ofertas presentadas superan su respectivo precio de reserva. De ser así, se procederá a la adjudicación provisional, bien de la opción A o bien de las opciones B, C y D, del Lote 1, la que sea más elevada; y del lote 6.
- (36) El PRO también recoge que, en cumplimiento de lo dispuesto en el artículo 4.4 g) del RDL 5/2015, en caso de que un candidato resultara adjudicatario de más de dos lotes, y sin que concurren los requisitos normativos que permitiesen dicha adjudicación, el candidato tendrá derecho a comunicar una prelación de opciones (en el caso del lote 1) o lotes (en el caso de incluir el lote 6), para ser adjudicadas, procediendo la LNFP, respecto a aquellas opciones o lote (en el caso del lote 6) que no puedan ser adjudicadas a dicha mejor oferta, a la readjudicación a la segunda mejor oferta.
- (37) En el caso de que no se alcance el precio de reserva, el órgano de control para la gestión de los derechos audiovisuales podrá:
- Optar por proceder a la adjudicación del Lote mejor valorado, incluyendo sus distintas opciones en el caso del lote 1;
  - Celebrar una nueva ronda, tras la comunicación del precio de reserva; o
  - Proceder a la comercialización no exclusiva de los contenidos audiovisuales
- (38) En el caso de que alguna opción (en el caso del lote 1) o lote (en el caso del lote 6) quedasen desiertos, la LNFP procederá a celebrar una nueva ronda, tras la comunicación del precio de reserva de dicho lote.

## **2.5. Condiciones generales aplicables a todos los lotes**

- (39) La LNFP se reservará el derecho de modificar las condiciones de este procedimiento y, en particular, la configuración de los lotes o incluso su cancelación en cualquier momento si el desarrollo del mismo y las circunstancias del mercado así lo aconsejan. En todo caso, la LNFP respetará a lo largo de todo el procedimiento los principios de transparencia, competencia y no discriminación entre los Candidatos.
- (40) El adjudicatario deberá, siempre y cuando lo ampare y permita la normativa que le resulte aplicable, de proporcionar asistencia razonable y cooperación a la LNFP en materias vinculadas a integridad, incluyendo facilitar la información que legalmente pueda suministrar relacionada con su actividad de apuestas en las competiciones de la LNFP que sea irregular o sospechosa y colaborar, en la



medida que le sea posible y permitido con cualquier investigación llevada a cabo por la LNFP relativa a presuntos casos de amaños de partidos.

- (41) El PRO incluye extensas obligaciones de colaboración en materia de lucha contra la piratería. Se citan, de forma no exhaustiva:
- Aplicación de sistemas DRM (“Digital Rights Management”), rotación de claves, sistemas y medidas para la prevención de la captura de imagen y audio, diferenciación de claves entre diferentes calidades de audio y vídeo.
  - Ayuda a la LNFP para acreditar o justificar documentalmente la carencia de licencia de terceros no autorizados legalmente, así como la limitación de los derechos de aquellos que autorizados exploten abusiva y fraudulentamente los contenidos que le pudieran haber sido licenciados, así como intervenir como perjudicado en los procedimientos judiciales que frente a éstos se insten o en los procedimientos instados por la LNFP.
  - Marcado de la señal en origen, asumiendo su coste, mediante la inclusión de su logo en todas las emisiones que distribuyan a sus clientes.
  - Los adjudicatarios se comprometen a compartir y aplicar frente al fraude audiovisual la inteligencia y experiencia de los departamentos de fraude de los adjudicatarios, constituyendo al efecto una plataforma / asociación desde la que se efectúen, anualmente, al menos tres iniciativas / propuestas normativas en materia de lucha frente al fraude audiovisual, un estudio relativo al impacto y percepción del fraude audiovisual a nivel nacional y una contribución en materia educativa, comprometiéndose a dotar económicamente de forma razonable dicha plataforma por partes iguales con los integrantes de dicha plataforma y con la participación de la LNFP.
- (42) El/Los adjudicatario/s deberá/n coordinar con la LNFP durante toda la duración del contrato su estrategia de comunicación y promoción, en medios propios o de terceros, de la competición, encaminada a dotarla de mayor relevancia y valor.

### **3. VALORACIÓN DEL DOCUMENTO DE CONDICIONES DE COMERCIALIZACIÓN DE LOS DERECHOS DE EXPLOTACIÓN DE CONTENIDOS**

- (43) El objeto de este informe es la valoración por la CNMC, tal como se establece en el art. 4.3, párrafo segundo del Real Decreto-ley 5/2015, de la propuesta de condiciones de comercialización conjunta de los derechos audiovisuales de las competiciones de fútbol previstas en dicha norma, en este caso la Copa de SM El Rey.

- (44) Las condiciones de comercialización objeto de este informe afectan al territorio nacional, más allá de que el territorio relevante engloba también a Andorra.
- (45) El presente informe no tiene por objeto valorar la compatibilidad de las condiciones de comercialización con los artículos 1, 2 y 3 de la Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia y 101 y 102 del Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea (TFUE), sin perjuicio de que la CNMC pueda en un momento posterior, de oficio o tras una denuncia, investigar la compatibilidad con la normativa de competencia de las actuaciones que finalmente lleve a cabo la LNFP en relación con la comercialización de estos derechos audiovisuales.
- (46) En este sentido, la CNMC realiza las siguientes observaciones a las condiciones de comercialización presentadas por la LNFP para informe previo, no pudiendo valorarse la documentación no recibida.

### **3.1. Atribución y comercialización de derechos más allá del Real Decreto-Ley 5/2015**

- (47) El Real Decreto-Ley 5/2015 establece en su artículo 1.1 su objeto (énfasis añadido)

*El objeto de este real decreto-ley es establecer las normas para la comercialización de los derechos de explotación de contenidos audiovisuales de competiciones futbolísticas...*

*Dichos contenidos audiovisuales comprenden los eventos que se desarrollen en el terreno de juego, incluyendo las zonas del recinto deportivo visibles desde el mismo, desde los dos 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 emisión tanto en directo como en diferido, en su integridad y en versiones resumidas o fragmentadas, destinados a su explotación en el mercado nacional y en los mercados internacionales.*

- (48) En este sentido, la apropiación de la condición de productor por parte de la LNFP (apartado 2.4.3 del PRO) o de la entidad que ella designe no es conforme con la normativa. Si bien se da la opción de que el adjudicatario del lote 1 asuma la condición de productor, la aplicación del Real Decreto-Ley no da lugar a que esto sea una mera posibilidad, sino una obligación. Las entidades organizadoras tienen encomendada la labor de comercializar los derechos, pero no la condición de productoras de contenido audiovisual, máxime si, como en este caso, no se trata de una competición organizada por la LNFP sino por la RFEF.
- (49) De igual modo, tampoco estaría amparada la pretensión de la LNFP de que “*una vez concluido el plazo de vigencia del contrato de comercialización, LALIGA ostentará los derechos derivados de su condición de productor de los contenidos audiovisuales objeto del presente Procedimiento*”, pues carece de tal condición de productor.



- (50) Adicionalmente, se introducen determinadas limitaciones injustificadas al adjudicatario cuando el PRO señala en su apartado 2.4.4:

*El/Los Adjudicatario/s de los Lotes 1 y 4, al tener el derecho accesorio a la personalización del contenido adjudicado, de conformidad con LALIGA o con la entidad que esta designe para llevar a cabo la producción, deberá/n abonar dicha personalización a precios de mercado.*

*(...)*

*Asimismo, el/los Adjudicatario/s del/ de los Lotes 1 y 4 se comprometerá/n a que la personalización de la producción sea realizada de forma positiva, evitando dañar la imagen de la Copa de S.M. El Rey, Clubes/SADs, jugadores, entrenadores y público. En el caso de que se vulnerara estos principios, LALIGA/RFEF lo comunicará al Adjudicatario para que no reincida en su incumplimiento, pudiendo solicitar el relevo de aquellos locutores, narradores, comentaristas y redactores que hayan incumplido los principios citados.*

*(...)*

Todas estas restricciones a la personalización del contenido limitan la libertad de empresa del adjudicatario, no se encuentran amparadas por el Real Decreto-Ley, introducen una gran incertidumbre respecto a su capacidad de actuación y pueden afectar a su capacidad de obtener valor en los derechos adquiridos, por lo que se recomienda su eliminación.

- (51) Respecto a la titularidad de los derechos el Real Decreto-Ley señala en su artículo 2:

*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.*

*(...)*

*3. Sin perjuicio de las facultades de las entidades comercializadoras, el club o entidad en cuyas instalaciones se dispute un acontecimiento deportivo de las competiciones a que se refiere el artículo 1 se reservará la explotación de los siguientes derechos:*

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

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

*4. Los derechos audiovisuales no incluidos en el ámbito de aplicación de este real decreto-ley podrán ser explotados y comercializados individualmente por los clubes o entidades participantes, directamente o a través de terceros.*

- (52) La literalidad del Real Decreto-ley 5/2015 (artículo 2 apartados 1, 2 y 4) establece que los clubes son titulares de los derechos audiovisuales (con la carga de la cesión de las facultades de comercialización conjunta de los derechos audiovisuales recogidos en el segundo párrafo del artículo 1.1 del Real Decreto-

ley) y la LNFP solo puede valerse de ellos si los clubes los ceden en virtud de acuerdos contractuales, siempre que dichos acuerdos respeten la normativa de competencia. La CNMC ya se manifestó sobre este particular, entre otros, en los informes INF/DC/062/19, INF/DC/094/19, INF/DC/118/19, INF/DC/229/22, INF/DC/080/24, INF/CNMC/108/25 e INF/CNMC/208/25.

- (53) Por ello, supone una clara apropiación de derechos que la LNFP incluya las entrevistas y ruedas de prensa si no ha habido cesión expresa por parte de los clubes (apartado 2.3.1 del PRO).
- (54) Aparte, en sede de derechos excluidos de la oferta (apartado 2.3 del PRO), la LNFP se atribuye otros derechos no amparados por el Real-Decreto Ley 5/2015. Así, respecto de la pretensión de que la LNFP, la RFEF y los clubes que disputen los partidos puedan publicar clips y/o *highlights* de imágenes en sus perfiles oficiales, y que tal *“utilización estará restringida hasta un máximo de ciento treinta y cinco segundos (135’)<sup>6</sup> de cada partido (sin contar prolegómenos, repeticiones ni imágenes después del pitido final), y para su publicación una vez finalizado el último partido de cada día de jornada”* cabe señalar que, por un lado, y respecto de los clubes, no corresponde a la LNFP determinar la forma de explotación o comercialización de los derechos no incluidos en el proceso de venta centralizada y, por otro lado, supone de nuevo una explotación de derechos por parte de la LNFP no prevista en el RDL. Lo mismo cabe decir sobre el párrafo por el cual *“La RFEF, LALIGA y los Clubes y/o S.A.D. podrán ofrecer cinco (5) miniclips en semidirecto que contendrán imágenes del partido, pero no goles, de un máximo de quince segundos (15’’) y con la obligación de promocionar el operador que esté emitiendo el partido en directo”*.
- (55) Finalmente, el PRO establece que en su apartado 2.2.5 que *“El Adjudicatario se compromete a entregar a LALIGA, conforme a lo establecido en el apartado 3.5, una licencia de uso y explotación de las mejores imágenes, en formato de compactado, que hubieran sido grabadas con los referidos medios propios no más tarde de las veinticuatro (24) horas siguientes a la grabación de las mismas, las cuales pasarán a formar parte de los archivos de LALIGA para su uso propio en la distribución internacional y en sus entornos digitales en las condiciones establecidas en el apartado 2.6”*. De nuevo, este derecho de archivo no está contemplado en el Real Decreto-Ley.

### 3.2. Derechos ofertados y obligaciones de colaboración

- (56) Se valora positivamente la existencia de varios lotes, lo que favorece la competencia y es consistente con el artículo 4.4.g del Real Decreto-ley 5/2015. De igual modo, se valora positivamente que el procedimiento se limite a dos

---

<sup>6</sup> Errata en el original

temporadas, lo que permite que el mercado de los derechos audiovisuales ofertados no quede cerrado durante un periodo de tiempo excesivamente largo.

- (57) Los lotes referidos a la elaboración de resúmenes establecen un resumen de 135 segundos, cuando la LGCA impone la creación de un resumen de 90 segundos. Sería conveniente analizar el valor añadido de incluir 45 segundos más.
- (58) Por otra parte, el PRO impone al adjudicatario una serie de obligaciones de colaboración con la LNFP que resultan desproporcionadas. De forma no exhaustiva, se señalan a continuación algunas de estas obligaciones.
- (59) Se ha de asegurar la necesidad y proporcionalidad de las obligaciones impuestas en materia de geo-bloqueo y restricción de copia (y otras análogas, apartado 6.5 del PRO). La redacción del apartado es particularmente imprecisa, pues hace referencia a la obligación de adoptar, “*al menos*”, hasta doce medidas diferentes<sup>7</sup>. Ello da a entender que la necesidad de imponer estas doce medidas, cuya proporcionalidad con el fin pretendido debe evaluarse, es un mínimo que cumplir y la LNFP tiene la facultad de exigir todavía más medidas, con el correspondiente coste asociado al adjudicatario.
- (60) Por su parte, el apartado 6.1.1<sup>8</sup> del PRO establece una serie de obligaciones generales de suministro de información, marcado e implementación de seguridad de los contenidos que resultan excesivos, en particular conjugándolos con las obligaciones que ya existen en otros apartados del PRO, como las analizadas en el párrafo anterior. La LNFP llega incluso a exigir del adjudicatario “*intervenir como perjudicado en los procedimientos judiciales que frente a éstos se insten o en los procedimientos instados por LALIGA*”, lo que supone una intromisión injustificada en la estrategia legal y el normal funcionamiento corporativo de un tercero, puede llevarle a asumir gastos que sean lesivos para sus intereses, y excede el ámbito de aplicación del Real Decreto-Ley 5/2015.
- (61) De igual modo, la obligación de que el adjudicatario constituya una plataforma/asociación “*desde la que se efectúen, anualmente, al menos tres (3) iniciativas / propuestas normativas en materia de lucha frente al fraude audiovisual, un (1) estudio relativo al impacto y percepción del fraude audiovisual a nivel nacional y una (1) contribución en materia educativa, comprometiéndose a dotar económicamente de*

---

<sup>7</sup> Aplicación de sistemas DRM (“Digital Rights Management”), rotación de claves, sistemas y medidas para la prevención de la captura de imagen y audio, diferenciación de claves entre diferentes calidades de audio y vídeo, sistemas anti-vpn y geobloqueo (nivel aplicativo y nivel CDN), marcado de señal en origen, medidas de doble factor de autenticación, marcación de señal en CDN, marca de agua visibles para la identificación de usuarios (“fingerprint”), validación de medios de pago siempre y cuando el contenido no se emita en abierto, medidas de protección a nivel de CDN (CAS – “Conditional Access System”), así como implementar medidas para verificar la ubicación de sus abonados

<sup>8</sup> Errata en el original, dado que se enmarca dentro del apartado 6.5

*forma razonable dicha plataforma*” resulta desproporcionada y constituye una nueva carga económica para el adjudicatario que excede el ámbito del procedimiento de comercialización.

- (62) Asimismo, la imposición de que *“Los Adjudicatarios, con independencia de encontrarse establecidos o no en el territorio, se comprometen, voluntaria, expresa y directamente, y sin necesidad de intervención judicial, a acordar el bloqueo inmediato de aquellos dominios, subdominios, direcciones IP y páginas web que, por vulnerar los derechos de propiedad intelectual y otros derechos afines, les sean notificados por LALIGA o por la entidad por ésta designada”* conlleva una inseguridad jurídica que el adjudicatario no tiene por qué asumir, en tanto que constituye a la LNFP en juez de la eventual vulneración de un derecho de propiedad intelectual, facultad de la que la LNFP evidentemente carece.
- (63) El PRO incluye una serie de obligaciones de información cuya justificación y proporcionalidad debería evaluada. En concreto, el apartado 3.3 recoge una serie de cifras y datos que el adjudicatario debe proporcionar, recogidos en el párrafo (23) de este informe. La cesión de estos datos es innecesaria a los efectos de la comercialización del Real Decreto-Ley 5/2015 y puede afectar a información confidencial de importancia para el adjudicatario, lo que a su vez podría ser relevante para la aplicación de normativa de competencia.
- (64) Finalmente, respecto de las condiciones de publicidad y patrocinio, se valora positivamente que el PRO no incluya reservas de espacios publicitarios a favor de los patrocinadores de la competición que han sido criticadas por la CNMC en previos informes por ser restrictivas de la libertad de empresa y de la capacidad de rentabilización económica del operador adquirente de los derechos y por no basarse en ninguna circunstancia objetiva admisible<sup>9</sup>. Sin embargo, se establece (apartado 3.2 del PRO) que *“los Adjudicatarios de los distintos Lotes deberán conocer y cumplir el Programa de Patrocinio de la RFEF en los términos que se identifican en el ANEXO 5”*. Este Anexo no ha sido facilitado a la CNMC. De forma preventiva, se recuerda que debe cumplir con los principios expuestos por esta CNMC en los informes citados, y debe ser conocido por los candidatos antes de que presenten sus ofertas.

### **3.3. Requisitos para la presentación de ofertas y requisitos de adjudicación**

- (65) En su apartado 4, el PRO establece que *“Los Candidatos no podrán presentar Ofertas condicionadas, de conformidad con lo establecido en el RDL 5/2015”*. Sin embargo, el Real decreto-ley solo establece que las ofertas de los licitadores *“no*

---

<sup>9</sup> INF/DC/118/19, INF/DC/094/19, INF/DC/053/19, INF/DC/145/21, INF/DC/229/22, INF/DC/081/24, INF/CNMC/001/25, INF/CNMC/108/25

*podrán estar condicionadas a la adquisición de lotes o a la concurrencia de determinados eventos” (artículo 4.4.e), por lo que negar toda posibilidad de condicionalidad excede el ámbito de aplicación de la norma.*

- (66) El procedimiento de adjudicación contiene disposiciones que pueden resultar imprecisas. Así, se establece que los criterios técnico-profesionales y de distribución son de cumplimiento opcional por parte de los candidatos, pero podrán afectar a la evaluación final de la oferta con una valoración adicional de hasta el 10% sobre su oferta económica (apartado 5.2.1 del PRO). Tampoco se concreta de qué forma se llevará a cabo la evaluación de estos criterios, de qué depende que un candidato pueda alcanzar el 10% de valoración adicional o una cantidad inferior. Ello, unido a que algunos de los criterios técnico-profesionales son difícilmente cuantificables de forma objetiva (estrategia de distribución del lote, descripción del espectro de suscriptores) introduce una discrecionalidad en el procedimiento de adjudicación que debe ser evitada.
- (67) También es importante asegurar la necesidad y proporcionalidad del umbral concreto elegido de 20M€ para la solvencia económica. Si bien se valora positivamente que se pueda cumplir en al menos uno de los últimos tres años, puede resultar un umbral excesivamente alto en relación con el valor de los derechos ofertados y suponer, por tanto, una importante barrera de acceso a la competencia.
- (68) De igual modo, se valora positivamente la posibilidad de cumplir el requisito de solvencia económica mediante la presentación de un aval, si bien esta opción debería estar abierta a todas las empresas candidatas, no solo a las de nueva creación. También se debe evaluar la proporcionalidad en la obligación de que el aval esté respaldado por una entidad de calidad crediticia “A”.
- (69) Por otro lado, parece injustificado exigir un volumen de negocio concreto en aquellos lotes para los que no hay un procedimiento de adjudicación sino una venta directa de contenido. En estos casos, la existencia de precios prefijados (recogidos en el anexo 6) contraviene el principio de libre competencia establecido en el artículo 4.4.d. En un sentido semejante, la existencia de precios diferenciados para televisiones con cobertura nacional, por un lado, y televisiones autonómicas, locales y medios digitales por otro lado puede contradecir el principio de no discriminación entre licitadores recogido en el mismo artículo.
- (70) En cuanto al precio de reserva, sería positivo (para evitar incertidumbre y discrecionalidad de la LNFP) su conocimiento ex ante por parte de los operadores. Por otro lado, la posibilidad (en una primera o segunda) de elegir entre adjudicar los derechos a la mejor oferta recibida o bien convocar una nueva ronda de ofertas entre los candidatos admitidos supone una excesiva discrecionalidad. Las condiciones en las que la LNFP pudiera elegir entre una u

otra opción deberían ser objetivas y transparentes (apartado 5.8 del PRO). Por último, en caso de que se procediera a la comercialización de acuerdo con otras bases (como la LNFP señala al mencionar la comercialización de forma no exclusiva), las condiciones de comercialización deberán ser evaluadas por la CNMC.

- (71) Respecto a los plazos para presentar ofertas y de todo el procedimiento, se valora positivamente que se haya introducido un plazo de al menos cuatro semanas en el plazo para presentar ofertas.
- (72) Finalmente, en relación con la sublicencia (apartado 2.1.8 del PRO), se valora positivamente que se haya establecido un listado cerrado de causas de denegación, si bien algunas de esas causas son discrecionales. En especial las que se refieren a que *“El potencial sublicenciario ponga a LALIGA en una situación de riesgo reputacional con motivo, por ejemplo, de la emisión en su plataforma de contenidos audiovisuales inadecuados socialmente como, por ejemplo, contenidos relacionados con el racismo o violencia extrema”* o por que haya sido condenado en sentencia firme por *“cualquier otra normativa relacionada con la explotación de contenidos audiovisuales”*.

## 4. CONCLUSIONES

- (73) Vista la propuesta de comercialización de los derechos de explotación de contenidos audiovisuales de la Copa de SM El Rey en España y Andorra, presentada con fecha 29 de agosto de 2025 por la LNFP para la emisión de Informe previo, la CNMC concluye que **no cumple con determinados requisitos establecidos en el Real Decreto-ley 5/2015**.
- (74) Con el fin de adecuar la propuesta de comercialización sometida a informe a la norma y a los principios de Competencia, la LNFP debería:
- Ceñirse a las facultades que le han sido otorgadas conforme al Real Decreto-ley, esto es, la comercialización conjunta de los derechos audiovisuales incluidos en el ámbito de la norma y adecuar el contenido de la oferta de comercialización de derechos a esta facultad, en especial en lo que se refiere a la condición de productor.
  - No dar a entender que son de su propiedad y libre disposición derechos que no le otorga el Real Decreto-ley 5/2015, como derechos de emisión de los que no dispone.
  - Limitar las obligaciones de colaboración por parte del adjudicatario a las indispensables para la comercialización, evitando imponer cargas que resultes desproporcionadas o injustificadas.



- Garantizar la consecución de un procedimiento transparente y competitivo, en particular en lo referente al procedimiento de adjudicación y la evaluación de los criterios técnico-profesionales.
- (75) En todo caso, se reitera que la Propuesta de comercialización presentada por la LNFP estará sujeta a los artículos 1, 2 y 3 de la Ley 15/2007, de Defensa de la Competencia (LDC), y 101 y 102 del Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea (TFUE), en todos aquellos aspectos que excedan el amparo recogido en el Real Decreto-ley 5/2015.