

**INFORME SOBRE LA PROPUESTA DE
LA LIGA NACIONAL DE FÚTBOL
PROFESIONAL PARA LA
COMERCIALIZACIÓN DE LOS
DERECHOS DE EXPLOTACIÓN DE
CONTENIDOS AUDIOVISUALES DEL
CAMPEONATO NACIONAL DE LIGA
EN MERCADOS INTERNACIONALES
PARA LAS TEMPORADAS 2026/27 A
2032/33**

INF/CNMC/316/25

8 de enero de 2026

www.cnmc.es

CONTENIDO

1. Antecedentes	4
2. Contenido de la propuesta objeto de informe previo	4
2.1. Descripción de los contenidos audiovisuales	5
2.2. Derechos excluidos, condiciones de publicidad y criterios de adjudicación	6
2.3. Obligaciones de información y colaboración.....	8
3. Valoración del documento de condiciones de comercialización de los derechos de explotación de contenidos	10
3.1. Atribución y comercialización de derechos más allá del Real Decreto-Ley 5/2015.....	10
3.2. Derechos ofertados y obligaciones de colaboración	12
3.3. Requisitos para la presentación de ofertas y requisitos de adjudicación	13
4. Conclusiones	14

INFORME SOBRE LA PROPUESTA DE LA LIGA NACIONAL DE FÚTBOL PROFESIONAL PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE LOS DERECHOS DE EXPLOTACIÓN DE CONTENIDOS AUDIOVISUALES DEL CAMPEONATO NACIONAL DE LIGA EN MERCADOS INTERNACIONALES PARA LAS TEMPORADAS 2026/27 A 2032/33.

INF/CNMC/316/25 LNFP LIGA INTERNACIONAL

CONSEJO. SALA DE COMPETENCIA

Presidenta

D^a. Cani Fernández Vicién

Consejeros

D^a. Pilar Sánchez Núñez

D. Rafael Iturriaga Nieva

D. Pere Soler Campins

D^a María Vidales Picazo

Secretario de la Sala

D. Miguel Bordiú García-Ovies

En Madrid, a 8 de enero de 2026

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 12 de diciembre de 2025, de elaboración del informe previo a la comercialización de los derechos de explotación de contenidos audiovisuales del Campeonato Nacional de Liga en mercados no pertenecientes al EEE para las temporadas 2026/27 a 2032/33, 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/316/25

INFORME SOBRE LA PROPUESTA DE LA LIGA NACIONAL DE FÚTBOL PROFESIONAL PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE LOS DERECHOS DE EXPLOTACIÓN DE CONTENIDOS AUDIOVISUALES DEL CAMPEONATO NACIONAL DE LIGA EN MERCADOS INTERNACIONALES PARA LAS TEMPORADAS 2026/27 A 2032/33.

INF/CNMC/316/25 LNFP – LIGA – MERCADO INTERNACIONAL

1. ANTECEDENTES

- (1) Con fecha 12 de diciembre de 2025 tuvo entrada en la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (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 del Campeonato Nacional de Liga, en mercados internacionales situados fuera del EEE, para las temporadas 2026/27 a 2033/33. 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 (Real Decreto-ley 5/2015).
- (2) La solicitud de informe de la LNFP, de 12 de diciembre de 2025, se acompaña de un documento consistente en las bases de la oferta.

2. CONTENIDO DE LA PROPUESTA OBJETO DE INFORME PREVIO

- (3) Mediante el escrito presentado a la CNMC el 12 de diciembre 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 del Campeonato Nacional de Liga en mercados internacionales, situados fuera del EEE.
- (4) Las temporadas ofertadas son de 2026/27 hasta un máximo de siete temporadas según el territorio, pudiendo por tanto alcanzar hasta la 2032/33.
- (5) El proceso de licitación se recoge en un documento denominado “Procedimiento de solicitud de ofertas: comercialización de los derechos de explotación de contenidos audiovisuales del Campeonato Nacional de Liga en varios territorios internacionales. Temporadas 2026/27 y siguientes”. Este documento será designado en adelante como PRO.

- (6) 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

- (7) El PRO describe los contenidos a los que pueden optar los candidatos. En concreto, los derechos son los siguientes:
- Todos los partidos de la competición, en particular: todos los partidos de Primera División del Campeonato Nacional de Liga; todos los partidos de Segunda División del Campeonato Nacional de Liga; y todos los partidos de "play-offs" del Campeonato Nacional de Liga.
 - Programas soporte: programas especiales durante "El Clásico", programas especiales sobre la competición, resúmenes y cualquier otro programa soporte alternativo o sustituto que sea producido y entregado por la LNFP.
 - Paquete de clips, breves resúmenes de los partidos de y sobre la competición.
 - Canal LALIGATV, con contenido 24/7 producido en HD.
 - LALIGA's Content Hub, un portal digital dedicado en su totalidad a proporcionar contenido audiovisual de la competición, disponible para todos los licenciarios que quieran proporcionar la retransmisión de la competición en los territorios.
- (8) Los contenidos audiovisuales descritos en este documento podrán ser emitidos a través de televisión en abierto y/o de pago, mediante cualquier formato de distribución (red terrestre, cable, satélite, Internet -incluyendo Apps y formato OTT-, etc.).
- (9) En cuanto a los territorios, los contenidos audiovisuales se comercializan de forma separada en distintos lotes geográficos. En la versión remitida a la CNMC se aclara que los distintos lotes geográficos podrán ser ofertados de forma separada, es decir, en distintos momentos temporales y con una composición territorial diferente, bien con un número menor o mayor de territorios por cada lote, bien de forma individualizada.
- (10) Estos lotes son:
- Sudamérica: comercialización a partir de la temporada 2026/27
 - Turquía: comercialización a partir de la temporada 2027/28
 - Islandia: comercialización a partir de la temporada 2027/28
 - Asia: comercialización a partir de la temporada 2027/28

- Norteamérica: comercialización a partir de la temporada 2025/26¹
 - Islas del Pacífico: comercialización a partir de la temporada 2027/28.
- (11) El PRO detalla que los lotes geográficos descritos en el apartado anterior se comercializarán por un plazo variable, dependiendo del territorio en cuestión, con una duración desde una hasta siete temporadas.
- (12) Los adjudicatarios de cada uno de los lotes podrán sublicenciar su explotación, siempre que cuenten con la autorización previa y expresa de la LNFP. La autorización podrá ser denegada en los siguientes supuestos:
- El potencial sublicenciario haya contraído una deuda con la 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 la LNFP en una situación de riesgo reputacional con motivo, por ejemplo, de la emisión en su plataforma de contenidos audiovisuales inadecuados socialmente.
 - El potencial sublicenciario haya sido condenado o esté siendo investigado 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.
- (13) El PRO incluye también un calendario indicativo de jornadas para Primera División, Segunda División y los “play-off” de ascenso a Primera División.

2.2. Derechos excluidos, condiciones de publicidad y criterios de adjudicación

- (14) El PRO señala que todos los contenidos audiovisuales que no se hayan otorgado explícitamente deben entenderse excluidos, si bien la LNFP se reserva el derecho a su comercialización en un momento posterior. Entre los derechos que no forman parte del PRO se incluyen a título enunciativo y no limitativo:
- Contenido disponible vía “streaming” a los efectos de realizar apuestas.
 - Explotar la difusión a través de radio.
 - Uso comercial de datos, estadísticas u otro contenido similar.

¹ En el documento remitido a la CNMC se hace referencia a la temporada 2025/26, si bien el título del PRO señala que los procedimientos de comercialización comenzarían a partir de la temporada 2026/27.

- Difusión de la señal en determinados espacios exteriores, sin perjuicio del derecho del adjudicatario para la retransmisión de los contenidos audiovisuales en establecimientos públicos.
 - Autorización de licencia y uso de coleccionables digitales con tecnología blockchain para su compra vía Web, móvil o plataformas digitales que puedan incluir, entre otros, una secuencia de imágenes destacables de un partido.
- (15) Asimismo, sin perjuicio del régimen de exclusividad, la LNFP y los Clubes/SADs que la integran podrán hacer uso de los partidos y ciertas imágenes de los partidos de la competición en las siguientes condiciones:
- Canales oficiales de los Clubes/SADs: emisión en diferido del encuentro disputado en su estadio a partir de la finalización de cada jornada; 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; emisión de imágenes de su partido de cada jornada con una duración máxima de noventa segundos una vez terminado el partido; y las imágenes de su encuentro, de un máximo de ciento ochenta segundos, a partir de la finalización del último partido de ese día de la jornada,
 - Webs, Apps y museos oficiales de los Clubes/SADs: podrán utilizar las imágenes de su partido de cada jornada con una duración de hasta tres minutos en total, a partir de la finalización del último de los partidos del día de la jornada en que se dispute su partido.
 - Cuentas oficiales de los Clubes/SADs en redes sociales: podrán utilizar las imágenes de su partido de cada jornada en sus cuentas oficiales/perfiles oficiales de redes sociales con una duración de hasta noventa segundos.
 - "News Access": La difusión de extractos para su cesión a operadores de televisión y/o agencias de noticias que operen a nivel multinacional, para su inclusión en programas informativos, sin perjuicio del derecho y la obligación del adjudicatario de suministrar dichos extractos de los partidos a terceros en su respectivo país para su emisión en programas de información general, en la medida que así sea establecido en su jurisdicción.
 - Plataformas oficiales de la LNFP: la difusión de clips y partidos de Segunda División en sus medios oficiales (página web, plataformas, aplicaciones, etc.), así como en canales con la marca de LALIGA en redes sociales.
 - Imágenes de la LNFP dentro de los estadios y que no sean parte de los partidos, únicamente en canales, webs oficiales, apps, museos y usos oficiales de los Clubes/SADs de la LNFP.

- (16) El PRO establece que todos los partidos, programas soporte y resúmenes semanales serán producidos por la LNFP como mínimo en formato HD. Además, se incluyen una serie de obligaciones de emisión:
- Primera División: el adjudicatario deberá emitir, de forma íntegra y lineal, en su canal principal al menos cinco partidos en directo en duración total por cada jornada. Adicionalmente, todos los partidos de Primera División serán emitidos de forma íntegra, en directo, a través de internet en los sitios web designados, apps designadas y/o en la OTT designada.
 - Segunda División: deberá emitirse de forma íntegra y lineal en cualquiera de las plataformas designadas, Apps designadas y/o OTT designada al menos cinco partidos en directo por cada jornada.
 - "Play-offs": deberán emitirse de forma íntegra y lineal, en cualquiera de las plataformas designadas y/o en la OTT designada al menos la mitad (tres de seis) de los partidos en directo.
- (17) En cuanto a las condiciones de publicidad, promoción y patrocinio, el PRO establece que los adjudicatarios se comprometerán a incorporar en sus difusiones carátulas de entrada y salida de patrocinadores oficiales y avances de programación de los partidos que se vayan a retransmitir.
- (18) En lo referente a los criterios de adjudicación, el PRO detalla que la adjudicación de los contenidos audiovisuales se realizará en función del interés de los operadores audiovisuales en los contenidos audiovisuales. Según el PRO, la LNFP respetará los principios de objetividad, transparencia y no discriminación, incluyendo como criterio principal el valor económico que ofrezcan los operadores interesados.

2.3. Obligaciones de información y colaboración

- (19) Según el apartado 2.12 del PRO, el/los adjudicatario/s deberá/n proporcionar a la LNFP la siguiente información:
- Cifras de audiencia de cada uno de los partidos por edad, género y territorio. Esta información será proporcionada para cada sistema de distribución de la señal.
 - En el caso de emisión lineal, las métricas aportadas serán la audiencia media del partido y el número de espectadores que contactaron en algún momento con la emisión.
 - En el caso de cifras de audiencia en OTT, se aportarán datos relativos a los intervalos de consumo.

- Cifras de abonados mensuales de los canales en los que se emitan los partidos en cada territorio, indicando los datos de alta y baja, así como referencia a las políticas multidispositivo aplicables.
 - Precios que públicamente accesibles que abonan los consumidores finales para tener acceso a los contenidos audiovisuales.
 - Lista de los acuerdos de distribución de los canales del adjudicatario con terceras plataformas.
- (20) Por otra parte, el apartado 3 establece que 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.
- (21) El PRO incluye extensas obligaciones de colaboración en materia de lucha contra la piratería, fraude audiovisual y uso irregular. 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.
- (22) 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

- (23) 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 el Campeonato Nacional de Liga.
- (24) Las condiciones de comercialización objeto de este informe afectan a varios territorios internacionales no pertenecientes al EEE. Por consiguiente, no le son de aplicación los artículos 4.2, 4.3 primer párrafo y 4.4 del Real Decreto-ley 5/2015. Con carácter específico, en lo que se refiere al artículo 4.5 del Real Decreto-ley 5/2015, las condiciones de comercialización en los mercados internacionales se deben ajustar a la obligación de hacer públicas estas condiciones y ofrecer a través de la web información actualizada sobre los contratos de comercialización vigentes. Al mismo tiempo, la norma dispone que las condiciones se someterán a informe previo de la CNMC.
- (25) 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.
- (26) En este sentido, la CNMC realiza las siguientes observaciones a las condiciones de comercialización presentadas por la LNFP para informe previo.

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

- (27) 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.

- (28) En este sentido, la condición de productora que se atribuye la LNFP en el apartado 2.10 del PRO excede lo dispuesto en la normativa. Como se desprende de la norma citada en el párrafo precedente, el Real Decreto-ley 5/2015 no ampara que la condición de productor recaiga sobre la entidad organizadora (ni sobre otra entidad por ella designada), que únicamente tiene asignada la función de comercialización conjunta de los partidos de la competición.
- (29) 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.

- (30) 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.
- (31) Ello debe tenerse en cuenta a la hora de considerar los derechos excluidos del procedimiento de comercialización, que figuran en el apartado 2.3 del PRO y han sido resumidos en los párrafos (14) y (15) del presente informe, por el que se atribuye a la LNFP derechos que forman parte exclusivamente de los clubes participantes en la competición.

3.2. Derechos ofertados y obligaciones de colaboración

- (32) El PRO establece una serie de obligaciones de emisión, resumidas en el párrafo (16) del presente informe, que pueden inducir a error a los adjudicatarios. Así, se sostiene que el adjudicatario deberá emitir, *“de forma íntegra y lineal, en su canal principal al menos cinco partidos en directo en duración total por cada jornada. Adicionalmente, todos los partidos de Primera División serán emitidos de forma íntegra, en directo, a través de internet en los sitios web designados, apps designadas y/o en la OTT designada”*. Respecto de esto cabe mencionar, en primer lugar, que la redacción da a entender que los adjudicatarios deberán tener tanto un canal de emisión lineal como un sitio web, app u OTT, por lo que no podrían resultar adjudicatarios quienes solo dispongan de uno de los dos medios de emisión. En segundo lugar, es necesario valorar si la obligación para los operadores a través de internet de emitir todos los partidos de Primera División es proporcionada o si pudiera ser suficiente, como en el caso de las emisiones en canal lineal, con la emisión de al menos cinco partidos por cada jornada.
- (33) Por otro lado, 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.
- (34) 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 3.2 del PRO). La redacción del apartado es particularmente imprecisa, pues hace referencia a la obligación de adoptar, *“al menos”*, hasta doce medidas diferentes². 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.
- (35) Por su parte, el apartado 3.2.1 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

² 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

injustificada en la estrategia legal y el normal funcionamiento corporativo de un tercero, puede llevarle a asumir gastos que sean lesivos para sus intereses, especialmente para empresas extranjeras si son procedimientos que vayan a desarrollarse en España, y excede el ámbito de aplicación del Real Decreto-Ley 5/2015.

- (36) 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 forma razonable dicha plataforma”* resulta desproporcionada y constituye una nueva carga económica para el adjudicatario que excede el ámbito del procedimiento de comercialización.
- (37) 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.
- (38) El PRO incluye una serie de obligaciones de información cuya justificación y proporcionalidad debería evaluada. En concreto, el apartado 2.12 recoge una serie de cifras y datos que el adjudicatario debe proporcionar, recogidos en el párrafo (19) 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.

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

- (39) El PRO señala que en la adjudicación de los derechos se respetarán los principios de objetividad, transparencia, y no discriminación y que se incluirá como criterio principal el valor económico ofrecido por los operadores interesados (apartado 2.13). En aras del respeto a estos principios, sería esperable que la LNFP desarrollara dentro de las condiciones de comercialización las líneas generales del procedimiento de adjudicación: presentación de ofertas, requisitos técnicos, profesionales y económicos, fase de adjudicación, etc., sin perjuicio de las especificidades propias de las

condiciones en cada país. El establecimiento de unas condiciones mínimas, que deban cumplirse en todos los casos, garantizaría el respeto a los citados principios, dado el relevante número y diversidad de países objeto de comercialización y la dificultad de conocer previamente las condiciones individuales.

- (40) Además de ello, sería deseable que las condiciones de comercialización contuvieran una mayor profusión y claridad respecto a:
- La existencia de un anuncio de apertura del procedimiento con la mayor difusión posible.
 - La existencia de un sistema de consultas con los potenciales licitadores que fueran resueltas con la mayor difusión y publicidad, por ejemplo, publicando todos esos intercambios de información en la web de la LNFP. Además, debería recogerse ya en las condiciones el plazo, que debería ser suficiente a partir del momento en que se publique el anuncio, para que los licitadores preparen las ofertas.
 - Los criterios de solvencia técnica o profesional y, en su caso, económica o financiera para acceder a la licitación, reflejando además con precisión la ponderación que se otorga a cada uno de ellos.
- (41) Finalmente, en relación con la sublicencia (apartado 2.6 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 sublicenciataria ponga a LALIGA en una situación de riesgo reputacional con motivo, por ejemplo, de la emisión en su plataforma de contenidos audiovisuales inadecuados socialmente”* o por que haya sido condenado en sentencia firme o esté siendo investigado por *“cualquier otra normativa relacionada con la explotación de contenidos audiovisuales”*. En este caso, la posibilidad de exclusión por el mero hecho de estar siendo investigado puede vulnerar la presunción de inocencia. Del mismo modo, la referencia a que existan *“procedimientos judiciales que se encuentren en curso en relación con el citado impago de cantidades adeudadas”* puede condicionar el ejercicio de derechos por parte de deudores. Por último, sería conveniente matizar que la responsabilidad de los incumplimientos que tengan origen en miembros del Consejo de Administración solo debería ser tenida en cuenta si tales incumplimientos proceden de actos derivados de su condición de consejeros.

4. CONCLUSIONES

- (42) Vista la propuesta de comercialización de los derechos de explotación de contenidos audiovisuales del Campeonato Nacional de Liga en mercados internacionales, presentada con fecha 12 de diciembre 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**.

- (43) 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.
 - Limitar las obligaciones de colaboración por parte del adjudicatario a las indispensables para la comercialización, evitando imponer cargas que resultes desproporcionadas o injustificadas.
 - Introducir disposiciones que garanticen la consecución de un procedimiento transparente y competitivo.
- (44) 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.