



COMISIÓN NACIONAL DE LOS
MERCADOS Y LA COMPETENCIA

**INFORME SOBRE LA PROPUESTA DE
LA REAL FEDERACIÓN ESPAÑOLA
DE FÚTBOL PARA LA
COMERCIALIZACIÓN DE LOS
DERECHOS DE EXPLOTACIÓN DE
CONTENIDOS AUDIOVISUALES DE
LA COPA DE SM LA REINA Y LA
SUPERCOPA DE ESPAÑA FEMENINA
EN PAÍSES DE EUROPA Y RESTO
DEL MUNDO EN LAS TEMPORADAS
2025/26 A 2027/28**

INF/CNMC/249/25

05 de noviembre de 2025

www.cnmc.es

CONTENIDO

1. Antecedentes	4
2. Contenido de la propuesta objeto de informe previo	4
2.1. Objeto y descripción de la competición.....	5
2.2. Condiciones de emisión y publicidad	6
2.3. Otros derechos y propiedad intelectual	7
2.4. Presentación de ofertas	8
3. Valoración del documento de condiciones de comercialización de los derechos de explotación de contenidos	9
3.1. Atribución y comercialización de derechos más allá del Real Decreto- Ley 5/2015	10
3.2. Derechos ofertados y requisitos publicitarios	12
3.3. Requisitos para la presentación de ofertas y requisitos de adjudicación	12
4. Conclusiones	13

INFORME SOBRE LA PROPUESTA DE LA REAL FEDERACIÓN ESPAÑOLA DE FÚTBOL PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE LOS DERECHOS DE EXPLOTACIÓN DE CONTENIDOS AUDIOVISUALES DE LA COPA DE SM LA REINA Y LA SUPERCOPA DE ESPAÑA FEMENINA EN PAÍSES DE EUROPA Y RESTO DEL MUNDO EN LAS TEMPORADAS 2025/26 A 2027/28.

INF/CNMC/249/25 RFEF COPA DE LA REINA SUPERCOPA FEMENINA EEE E 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 Barcelona, a 5 de noviembre de 2025

Vista la solicitud de la Real Federación Española de Fútbol (RFEF), que tuvo entrada en la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) el 13 de octubre de 2025, de elaboración del informe previo a la comercialización de los derechos de explotación de contenidos audiovisuales de la Copa de SM La Reina y de la Supercopa de España femenina en países de Europa y resto del mundo para las temporadas 2025/26 a 2027/28, 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/249/25

INFORME SOBRE LA PROPUESTA DE LA REAL FEDERACIÓN ESPAÑOLA DE FÚTBOL PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE LOS DERECHOS DE EXPLOTACIÓN DE CONTENIDOS AUDIOVISUALES DE LA COPA DE SM LA REINA Y LA SUPERCOPA DE ESPAÑA FEMENINA EN PAÍSES DE EUROPA Y RESTO DEL MUNDO EN LAS TEMPORADAS 2025/26 A 2027/28.

INF/CNMC/249/25 RFEF – COPA DE SM LA REINA Y SUPERCOPA FEMENINA – EEE E INTERNACIONAL

1. ANTECEDENTES

- (1) Con fecha 13 de octubre de 2025 tuvo entrada en la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (en adelante CNMC) solicitud de la Real Federación Española de Fútbol (RFEF) de elaboración de informe previo a la comercialización de los derechos de explotación de contenidos audiovisuales de la Copa de SM La Reina y la Supercopa de España femenina, en países europeos y del resto del mundo, para las temporadas 2025/26 a 2027/28. 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 RFEF, de 13 de octubre de 2025, se acompaña de un documento consistente en las bases de la oferta y dos anexos.

2. CONTENIDO DE LA PROPUESTA OBJETO DE INFORME PREVIO

- (3) Mediante el escrito presentado a la CNMC el 13 de octubre de 2025, la RFEF 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 La Reina y la Supercopa de España femenina en varios países europeos y del resto del mundo.
- (4) Las temporadas ofertadas son 2025/26, 2026/27 y 2027/28.
- (5) El proceso de licitación se recoge en un documento denominado “Bases para la presentación de ofertas para la comercialización de los derechos audiovisuales para las siguientes competiciones de fútbol femenino en el ámbito de europeo e internacional: La Copa de S.M. la Reina de las temporadas, 2025/2026, 2026/2027 y 2027/2028; y de la Supercopa de España Femenina de las

temporadas 2025/2026, 2026/27 y 2027/2028.” 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. Objeto y descripción de la competición

- (7) La RFEF ofrece la opción de presentar ofertas por los dos lotes descritos a continuación. Los lotes se ofrecen por países y regiones conforme se indica en el anexo 1. Se podrá realizar una oferta por el Lote A, el lote B o bien ambos lotes.
- (8) Concretamente, los dos lotes son:
- Lote A – Copa de SM La Reina. Incluye los siguientes partidos en directo: dos partidos de tercera ronda en exclusiva; dos partidos de octavos de final en exclusiva; dos partidos de cuartos de final en exclusiva; cuatro partidos de semifinales en exclusiva; y el partido de la Final de la Copa de S.M. la Reina en exclusiva. Es obligatorio la emisión en directo de los once partidos. El adjudicatario tendrá derecho a la emisión en diferido en régimen de exclusiva.
 - Lote B – Supercopa de España. Incluye tres partidos en directo correspondientes a la Supercopa de España femenina, en exclusiva.
- (9) Los operadores deberán garantizar la emisión en directo. La retransmisión se realizará en abierto o cerrado¹. Se incluyen los derechos de *betting* y *fast betting* data. También se aclara que la exclusividad se refiere a la emisión de los partidos en directo y en diferido de todos los partidos de las competiciones, exclusividad que no afecta al derecho de los clubes participantes y, en su caso, a la RFEF para poder grabar imágenes.
- (10) La exclusividad tampoco impedirá que los clubes participantes en un partido puedan emitir en diferido en su integridad y/o en versiones resumidas o fragmentadas, siempre que lo hagan en un canal de distribución propio dedicado temáticamente a la actualidad deportiva del club o entidad participante.
- (11) El adjudicatario podrá sublicenciar los derechos previa autorización de la RFEF. Al solicitar autorización para la sublicencia se indicará con detalle el canal y las audiencias del mismo, y dicha solicitud deberá realizarse como mínimo 10 días naturales antes de la fecha de emisión de los partidos que se desean sublicenciar. La RFEF contestará a la solicitud de sublicencia o cesión en el plazo

¹ Mediante una señal de televisión tradicional (TDT) o bien a través de cable, satélite, ondas hertzianas, ADSL o IPTV, Internet (incluido el formato OTT), wifi, tecnologías 3G, 4G y generaciones futuras, portales móviles, páginas web, y/o en streaming, así como cualquier otro sistema o modalidad existente o que se desarrolle en el futuro y en cualquier dispositivo.

de 5 días naturales a contar desde que reciba la documentación completa requerida al licenciatarario.

- (12) La RFEF podrá denegar la sublicencia motivadamente en los siguientes casos:
- Si el potencial sublicenciatarario ha contraído una deuda con la RFEF y/o existen procedimientos judiciales que se encuentren en curso en relación con el impago de las citadas cantidades.
 - Riesgo reputacional de la RFEF en caso de canales que emitan contenidos socialmente inadecuados.
 - El potencial sublicenciatarario proponga un formato de explotación de los derechos contrario a lo establecido en estas bases.
 - El potencial sublicenciatarario se encuentre en las causas de exclusión recogidas en el PRO.

2.2. Condiciones de emisión y publicidad

- (13) Según el PRO, la RFEF o la compañía que ésta designe facilitará a cada operador internacional la señal en directo de cada uno de los partidos. Los costes técnicos derivados del envío de la señal en directo desde la localización que establezca la RFEF en España hasta el operador internacional deberán ser asumidos por este último. El adjudicatario abonará esos costes directamente a la compañía indicada por la RFEF que será la prestadora del servicio.
- (14) El adjudicatario podrá personalizar la producción entregada por la RFEF de acuerdo con sus preferencias mediante el uso de locuciones, comentarios y apariciones de sus locutores, narradores y comentaristas. No obstante, el Adjudicatario entiende que cualquier derecho relativo a la propiedad intelectual de dicha personalización se regulará de acuerdo con la Cláusula de Propiedad Intelectual que rige la oferta.
- (15) Con el fin de promover y publicitar sus retransmisiones, el adjudicatario dispone del derecho no exclusivo y la obligación de utilización de uso del nombre de la RFEF, así como la denominación de la competición; el logotipo de la RFEF y de la competición; y el logotipo de la competición en la cortinilla para el pase de las repeticiones.
- (16) Todos los signos distintivos de las competiciones y/o de la RFEF y/o de los clubs de los que vaya a hacer uso el adjudicatario para la promoción y/o retransmisión de las competiciones serán facilitados por la RFEF, y/o aprobados expresamente por esta Real Federación antes de su divulgación y/o publicación. No se admitirá incluir signos distintivos que hagan referencia a las competiciones o a la RFEF,

que no cumplan con el formato y/o las indicaciones expresas marcadas por la RFEF. No se podrá hacer uso de los signos distintivos de los clubs.

- (17) Los adjudicatarios no podrán formalizar ningún acuerdo publicitario con entidades que puedan suponer una amenaza para la reputación de la RFEF, incluyendo, pero no limitándose a: compañías con antecedentes dudosos (tales como estados financieros débiles, condenadas por soborno, piratería y/u otros delitos), y/o compañías que participan en la fabricación de armas.
- (18) De igual modo, el operador no podrá designar ningún patrocinador de programaciones o contenidos relacionados con la competición que pueda entrar en conflicto con los patrocinadores de la RFEF y/o de la competición, ni de forma que se pudiera entender que patrocinan a la RFEF, la competición y/o los clubs de la competición.
- (19) En lo que se refiere a la publicidad virtual, el adjudicatario reconoce que la RFEF podrá utilizar dichos instrumentos para reproducir anuncios digitales con fines publicitarios. Como tal, el adjudicatario se compromete a no modificar el contenido del instrumento digital, salvo en el caso de que el anuncio mostrado sea contrario a las disposiciones legales aplicables del territorio autorizado del adjudicatario.

2.3. Otros derechos y propiedad intelectual

- (20) En el PRO se establece que la adjudicación se hará sin perjuicio de los siguientes derechos
 - La RFEF, en su caso, y los clubs o Sociedades Anónimas Deportivas (S.A.D.) participantes podrán emitir en diferido el encuentro a partir de las 24 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.
 - La RFEF y los clubs que disputen los partidos tanto en calidad de equipo local como en calidad de equipo visitante podrán elaborar clips de imágenes en sus perfiles oficiales de las redes sociales, aplicaciones, canales de la marca RFEF o de los clubs en plataformas digitales (YouTube y similares) y página web oficiales de los clubs. Dicha utilización estará restringida hasta cinco minutos de duración en total, y su publicación posterior a la finalización del partido. Dichos resúmenes podrán ser publicados en todo el mundo.
 - La RFEF se reserva el derecho a autorizar a que los patrocinadores y/o proveedores oficiales de las competiciones puedan utilizar imágenes de la misma en las propias plataformas del patrocinador para promocionar su asociación con la competición.

- (21) La RFEF y los clubs participantes podrán hacer uso del derecho de archivo de todos los partidos de la competición y de cualquier archivo digital entre ellos los tokens o NFTs.
- (22) Según el PRO, la RFEF es cotitular, junto a los clubs, de todos los derechos de propiedad intelectual de la competición. Una vez concluido el plazo de vigencia del contrato de comercialización, en su caso la RFEF y los Clubs/SAD participantes ostentarán 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 o soporte, sin limitación alguna en un ámbito territorial mundial por el período de máxima vigencia de tales derechos.
- (23) Quedan excluidos del proceso los derechos que no se otorguen expresamente en este proceso de recepción de ofertas. A modo de ejemplo, el PRO menciona la explotación en otros territorios, los videojuegos, la realidad virtual, realidad aumentada, el metaverso y los derechos de *scouting*.

2.4. Presentación de ofertas

- (24) La RFEF se reserva el derecho a rechazar cualquier oferta que esté sujeta a cualquier condición distinta a las previstas en el PRO y/o que no cumpla con los requisitos establecidos.
- (25) El PRO incluye un calendario para el procedimiento de adjudicación, que en la versión remitida a la CNMC no incorpora fechas concretas. Destaca el plazo de 21 días naturales posteriores a la publicación de las bases para la presentación de ofertas, así como el plazo de 3 días naturales concedido para la eventual subsanación.
- (26) En cuanto a los requisitos generales de los candidatos, deberán ser personas jurídicas españolas y/o extranjeras con capacidad de obrar en España, y deberán presentar la siguiente documentación: inscripción en el registro mercantil; apoderamiento o facultades del legal representante de la compañía; Documentación acreditativa de no encontrarse en concurso de acreedores en el momento de presentar la candidatura; si procede, certificado de estar al corriente de sus obligaciones tributarias con la AEAT; si procede, certificado de estar al corriente de sus obligaciones con la Seguridad social española.
- (27) Junto con ello, se aportará informe elaborado por el candidato donde consten el plan de programación de la competición incluyendo el nivel de cobertura y exposición y la experiencia de la compañía en la explotación de contenidos audiovisuales, con expresa indicación de los contenidos relacionados con el fútbol. Si la oferta se presenta por una agencia o intermediario ésta deberá elaborar un informe en el que se indique la descripción general de sus

actividades señalando de forma expresa su oferta de contenido deportivo y presentará plan de actuación que incluya la cobertura esperada por la explotación de los contenidos audiovisuales en caso de resultar adjudicatario. También presentará una oferta económica consistente en una cantidad monetaria en euros sin incluir impuestos.

- (28) En cuanto a las causas de exclusión, el PRO establece que serán: no acreditar documentalmente los requisitos, el incumplimiento de cualquiera de estos requisitos y presentar fuera de plazo la documentación señalada, salvo la que sea subsanable².
- (29) El criterio de adjudicación será la mejor oferta económica. La RFEF podrá abrir una segunda ronda de mejora de las ofertas.
- (30) En el PRO se aclara que, en el caso de producirse una oferta por uno o por más lotes individuales y una oferta por lotes agrupados por regiones sobre los mismos territorios, la RFEF realizará una comparación entre el lote individual y lote por regiones y adjudicará los derechos a la contraprestación más alta³.
- (31) Si las ofertas recibidas no cumplieran el objetivo de ser rentables económicamente, se podrá proceder a la comercialización no exclusiva de los contenidos audiovisuales ofertados o bien a cancelar el concurso. Además, la RFEF se reserva el derecho de suspender o cancelar el proceso por causa de fuerza mayor, o causa debidamente justificada o bien en caso de existir indicios de colusión entre licitadores, en cuyo caso la RFEF pondrá en conocimiento de la correspondiente autoridad de competencia y sin dilación indebida dichos ilícitos.

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

- (32) 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 presentada para la comercialización conjunta de los derechos audiovisuales de

² El documento remitido a la CNMC tiene una disposición c) adicional que señala solamente "Haber presentado". Se desconoce si se trata de una errata o de una causa adicional de exclusión que no ha sido redactada correctamente.

³ El PRO recoge la siguiente explicación: "*A modo de ejemplo, si un licitante ofrece 96 por un lote Regional y la suma del resto de lotes individuales de los mismos territorios (incluso si no hubiera una oferta en alguno de ellos) asciende a 93, la RFEF adjudicará el lote a la mejor oferta económica total*"

las competiciones de fútbol previstas en dicha norma, en este caso la Copa de SM La Reina y la Supercopa de España femenina.

- (33) Las condiciones de comercialización objeto de este informe afectan a varios territorios europeos, pertenecientes y no pertenecientes a la UE, e internacionales.
- (34) Las condiciones de comercialización objeto de este informe afectan al mercado del EEE, por lo que es de aplicación el Real Decreto-ley 5/2015, en particular en lo que se refiere a este informe, el artículo 4, relativo al contenido debido de las condiciones de comercialización conjunta, así como al deber de las entidades comercializadoras, aquí la RFEF, de solicitar informe previo de la CNMC sobre tales condiciones de comercialización. También afecta a países que se encuentran fuera del EEE, por lo que para estos últimos es de aplicación el Real Decreto-ley 5/2015 a excepción de sus artículos 4.2, 4.3 primer párrafo y 4.4.
- (35) 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 RFEF en relación con la comercialización de estos derechos audiovisuales.
- (36) En este sentido, la CNMC realiza las siguientes observaciones a las condiciones de comercialización presentadas por la RFEF para informe previo.

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

- (37) 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.

- (38) En este sentido, la condición de productor del contenido que se atribuye la RFEF no está amparada por el Real Decreto-Ley 5/2015.
- (39) Además, la RFEF pretende que *“los costes técnicos derivados del envío de la señal en directo desde la localización que establezca la RFEF en España hasta el operador internacional deberán ser asumidos por este último. El Adjudicatario abonará esos costes directamente a la compañía indicada por la RFEF que será la prestadora del servicio.”* (apartado 3.5 del PRO). Esto no solo es una atribución de facultades que excede las dispuestas en la normativa, sino que la RFEF pretende tener capacidad para designar a un tercero para llevar a cabo la producción, sin aclarar bajo qué modalidad o condiciones se llevará a cabo tal designación, y cobrar del adjudicatario por ello.
- (40) Respecto a la titularidad de los derechos el Real Decreto-Ley señala en su artículo 2 (énfasis añadido):
- 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.*
- (41) 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 RFEF 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/229/22, INF/DC/080/24, INF/CNMC/108/25, INF/CNMC/208/25 e INF/CNMC/212/25.
- (42) Así, los derechos que la RFEF considera no exclusivos (apartado 6 del PRO) incluyen atribuciones de derechos a la RFEF que exceden lo dispuesto en la norma.

- (43) En relación con el denominado por la RFEF “derecho de archivo”, (apartado 6.2 del PRO) que se prevé en el borrador de oferta en favor de la RFEF, el mismo no está amparado en las previsiones del Real Decreto-ley 5/2015 y resulta desproporcionado.
- (44) Tampoco está justificado que la RFEF ostente los derechos de propiedad intelectual sobre todos los contenidos y grabaciones audiovisuales (archivos) que se hayan generado (apartado 6.3 del PRO).
- (45) Finalmente, el hecho de que se excluyan ciertos derechos (explotación de los datos y estadísticas, *scouting* realidad virtual o similares, epígrafe 6.4 del PRO) no significa que la RFEF disponga pese a todo de estos derechos.

3.2. Derechos ofertados y requisitos publicitarios

- (46) Se valora favorablemente que se haya optado por una adjudicación por tres temporadas, permitiendo que los derechos vuelvan a salir al mercado con cierta periodicidad.
- (47) El PRO presenta dos lotes, pero cada uno se refiere a competiciones diferentes, por lo que a efectos prácticos existe un lote único por competición. Si bien es cierto que la cantidad de partidos incluidos en cada lote no es elevada, se recomienda a la RFEF que trate de buscar una mayor variedad de opciones, incluso fragmentando el contenido en lotes más pequeños, de forma que se favorezca una mayor concurrencia de operadores interesados en el proceso.
- (48) Por otra parte, el PRO incluye en su apartado 5.2 condiciones referidas a la publicidad, promoción y patrocinio. Estas condiciones, resumidas en los párrafos (17) a (19), inciden negativamente en la libertad de empresa de los adjudicatarios y además puede resultar discriminatoria entre operadores de pago y en abierto, al ser los segundos son más dependientes de la financiación mediante ingresos publicitarios

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

- (49) Tal como se ha señalado en informes anteriores (véanse los INF/CNMC/001/25, INF/CNMC/108/25, INF/CNMC/208/25 e INF/CNMC/212/25), se observa cierta discrecionalidad por parte de la RFEF al establecer que *“La RFEF se reserva el derecho a rechazar cualquier Oferta que esté sujeta a cualquier condición distinta a las previstas en esta oferta”* (sección 7.1 del PRO), cuando el Real decreto-ley solo establece que las ofertas de los licitadores *“no podrán estar condicionadas a la adquisición de lotes o a la concurrencia de determinados eventos”*.

- (50) El PRO detalla que el criterio de adjudicación será el de mejor oferta económica. Sin embargo, introduce elementos contrarios a la necesaria transparencia del proceso al señalar que *“La RFEF podrá abrir una segunda ronda de mejora de las ofertas”* y que *“Si las ofertas recibidas no cumplieran el objetivo de ser rentables económicamente, se podrá proceder a la comercialización no exclusiva de los contenidos audiovisuales ofertados o bien a cancelar este concurso”*. Ambas disposiciones conceden un importante grado de discrecionalidad a la RFEF y deberían eliminarse o, cuando menos, establecer umbrales o condiciones previas claras que habilitaran a la RFEF a tomar estas decisiones.
- (51) Asimismo, en el apartado de valoración (sección 7.4 del PRO) se exige que el candidato presente un informe técnico en el que conste, entre otros aspectos, *“La experiencia de la compañía en la explotación de contenidos audiovisuales, con expresa indicación de los contenidos relacionados con el fútbol”*. Dado que el informe no es necesario a efectos de valoración, pues el único criterio es el de mejor oferta económica, exigir éste y otros requisitos adicionales al potencial adjudicatario supone imponerle una carga cuya indispensabilidad debe valorarse.
- (52) Respecto a los plazos para presentar ofertas y de todo el procedimiento, si bien se valora positivamente que se haya introducido un plazo de al menos 21 días en el plazo para presentar ofertas, se recomienda que sean días hábiles, no naturales como figura en el PRO. Del mismo modo, resultaría conveniente ampliar el plazo de subsanación de errores o, cuando menos, que sean días hábiles.
- (53) Finalmente, en relación con la sublicencia (apartado 2.8 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 al *“riesgo reputacional de la RFEF en caso de canales que emitan contenidos socialmente inadecuados”* o a la existencia de procedimientos judiciales en curso, lo que resulta contrario al principio de presunción de inocencia.

4. CONCLUSIONES

- (54) Vista la propuesta de comercialización de los derechos de explotación de contenidos audiovisuales de la Copa de SM La Reina y la Supercopa de España femenina en países de Europa y del resto del mundo, presentada con fecha 13 de octubre de 2025, por la RFEF para la emisión de Informe previo, la CNMC concluye que, **no cumple con determinados requisitos establecidos en el Real Decreto-ley 5/2015**.
- (55) Con el fin de adecuar la propuesta de comercialización sometida a informe a la norma y a los principios de Competencia, la RFEF 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.
 - Garantizar la consecución de un procedimiento transparente y competitivo, en particular en lo referente al procedimiento de adjudicación.
- (56) En todo caso, se reitera que la Propuesta de comercialización presentada por la RFEF 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.