

La CNMC pide a la Liga Profesional de Fútbol Femenino ajustar la comercialización de derechos audiovisuales a la normativa vigente

- La licitación se refiere a cuatro partidos en abierto de la 1ª División de la Liga Profesional de Fútbol Femenino (LPFF) a partir de la temporada 2025/26.
- La CNMC recuerda que la LPFF solo puede ejercer las facultades de comercialización conjunta previstas en el Real Decreto-ley 5/2015.
- Algunas de las condiciones establecidas en la licitación no se ajustan a los requisitos previstos en esta norma.

Madrid, 27 de enero de 2026. La CNMC acaba de publicar un informe con observaciones sobre las condiciones propuestas por la Liga Profesional de Fútbol Femenino (LPFF) para comercializar determinados derechos audiovisuales ([INF/CNMC/319/25](#)).

En concreto, se trata de un lote de cuatro partidos de la Primera División de la liga de fútbol femenino que se emitirían en abierto y en régimen no exclusivo en España y Andorra a partir de la temporada 2025/26. Estos encuentros se ponen en abierto tras un acuerdo entre la LPFF y DAZN, operador que había obtenido en 2022 los derechos de emisión en exclusiva.

Entre otras observaciones, la CNMC señala que la LPFF debería:

- Ceñirse estrictamente a las facultades de comercialización conjunta que le atribuye el Real Decreto-ley 5/2015 y adaptar el contenido de la oferta a ese marco, especialmente en lo relativo a la condición de productor.
- No presentar como propios derechos de los que no dispone, ni dar a entender que puede disponer libremente de derechos de emisión no amparados por la norma.
- Limitar las obligaciones impuestas al adjudicatario a aquellas que resulten necesarias para la comercialización, evitando cargas desproporcionadas o injustificadas.
- Garantizar un procedimiento transparente y competitivo, especialmente en la adjudicación y la evaluación de los criterios técnico-profesionales.
- Evitar estructuras de lotes u opciones que puedan favorecer la concentración de los derechos en un solo adjudicatario, si bien es cierto que la comercialización analizada es subsidiaria de una comercialización previa en la que sí existían varios lotes.

Estos informes se emiten en aplicación del artículo 4 del [Real Decreto-ley 5/2015](#), que exige a las comercializadoras de derechos audiovisuales solicitar a

la CNMC un informe previo sobre las condiciones de comercialización propuestas.

Contenido relacionado:

- [INF/CNMC/319/25](#)