

Unclassified

Spanish - Or. English

1 August 2023

**DIRECTORATE FOR FINANCIAL AND ENTERPRISE AFFAIRS
COMPETITION COMMITTEE**

Latin American and Caribbean Competition Forum

**FOROLATINOAMERICANO Y DEL CARIBE DE COMPETENCIA - Sesión III: Competencia
y deporte**

- Contribución de Brasil -

28 y 29 de septiembre de 2023

Se hace circular el documento adjunto elaborado por Brasil PARA SU DEBATE en la Sesión III del Foro Latinoamericano y Del Caribe de Competencia que se llevará a cabo los días 28-29 de septiembre de 2023, en Quito, Ecuador.

Sr. Marcelo Guimarães, Experto en Competencia - Marcelo.Guimaraes@oecd.org.

JT03523875

Sesión III – Competencia y deporte

Derechos audiovisuales deportivos: breves consideraciones sobre el mercado y las actuaciones del CADE

- Contribución de Brasil¹ –

1. Introducción

1. El mercado de los acontecimientos deportivos mueve una parte significativa de la economía brasileña y alcanza hasta el 2% del PIB mundial². Un estudio de 2020 elaborado por Ernst & Young a petición de la Confederación Brasileña de Fútbol (CBF) mostraba que, en toda la cadena de valor, el mercado brasileño del fútbol representaba el 0,72% del PIB del país, lo que suponía un valor de 52.900 millones de BRL³. En lo que respecta únicamente a los derechos audiovisuales deportivos, el medio especializado SportBusiness Media presentó un estudio⁴ en el que se indicaba que el mercado brasileño de derechos audiovisuales se estimaba en 2020 en 810 millones de USD. Ese año, dicho mercado se situaba como el 11º más valioso del mundo, y representaba el 1,8% del mercado mundial de derechos audiovisuales deportivos, estimado en 44.000 millones de USD.

2. La negociación de los derechos de retransmisión se ha convertido en un pilar fundamental para la industria del deporte y las respectivas economías, ya que genera importantes ingresos para las ligas deportivas, los operadores audiovisuales y los equipos. En este artículo, nos centramos en abordar las complejidades de este dinámico mercado y presentamos cómo ha abordado el CADE un caso relacionado con este ámbito.

2. Retransmisiones deportivas: derechos audiovisuales

3. Los derechos audiovisuales deportivos hacen referencia a las negociaciones que conceden a los operadores audiovisuales el derecho a retransmitir acontecimientos deportivos. Estos acuerdos establecen los territorios, la duración y los medios específicos relacionados con las retransmisiones deportivas. Los derechos audiovisuales han

¹ El presente documento ha sido elaborado por Vitor Silva Martins Costa y Bráulio Cavalcanti Ferreira, de la Unidad de Investigación de Cártels Internacionales. La versión inglesa es obra de los traductores internos de la Unidad Internacional del CADE: ha sido traducido al inglés por Nathália Oliveira y Maria Paula Andrade y revisado y editado por Arianne Mesquita y Bruna Assunção.

² MALAGON, Javier. Deporte e inversión, dos aliados con futuro. Mapfre, 2022. Disponible en <https://www.mapfre.com/actualidad/economia/deporte-inversion-dos-aliados-con-futuro/>

³ Levantamento Financeiro dos Clubes Brasileiros de 2020: Ernst Young Brasil. Disponible en https://www.ey.com/pt_br/media-entertainment/levantamento-financeiro-dos-clubes-brasileiros-2020. Accedido el 11 de mayo de 2023.

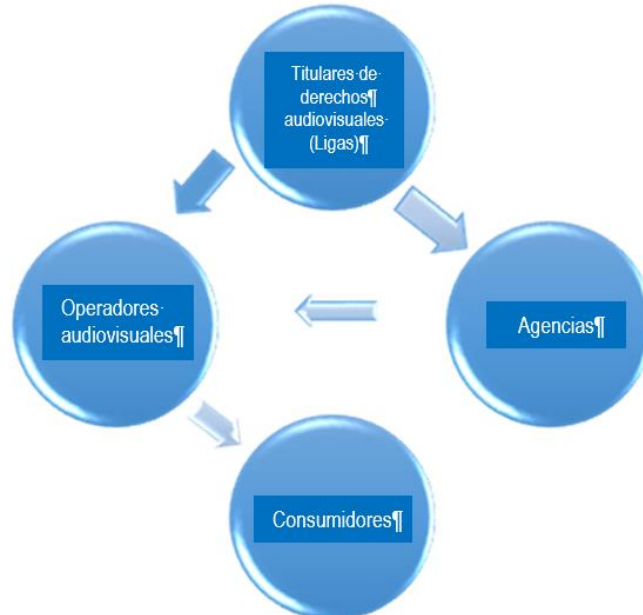
⁴ Brazil Market report 2021. Disponible en <https://media.sportbusiness.com/2021/02/free-brazil-market-report-2021/>. Accedido el 15 de mayo de 2023.

evolucionado de manera considerable a lo largo de los años debido a los avances tecnológicos, dando paso a nuevos medios de difusión y fuentes de ingresos.

4. Los principales actores que operan en este mercado e impulsan la industria son las ligas deportivas, las agencias de marketing deportivo y los operadores audiovisuales.

- Las organizaciones deportivas —es decir, las ligas deportivas y sus respectivos equipos— controlan los acontecimientos deportivos y gestionan la celebración de los mismos. Son ellas las que negocian y comercializan los derechos de retransmisión con el objetivo de maximizar sus ingresos.
- Por su parte, las agencias especializadas en derechos audiovisuales deportivos actúan como intermediarias en la venta y negociación de los derechos audiovisuales. Estas agencias pueden comprar los derechos de retransmisión y sublicenciarlos a los operadores o bien trabajan para las organizaciones deportivas garantizando una venta eficaz de los derechos y maximizando el beneficio de los acuerdos.
- A su vez, los operadores audiovisuales desempeñan un papel clave en la adquisición de derechos de retransmisión deportiva. Entre dichos operadores se incluyen las cadenas de televisión por satélite y por cable, las emisoras de radio y, cada vez más, las plataformas de *streaming* en línea. Los operadores compiten por los derechos audiovisuales —exclusivos o no exclusivos— para llegar a una gran audiencia y generar ingresos a través de la publicidad y las suscripciones.

Gráfico 1. Dinámica del mercado



Fuente: Oficina de Superintendencia General del CADE

5. Este mercado opera con arreglo a procesos de contratación, negociaciones directas, distribución de ingresos y segmentación de derechos, territorios y mercados. Por regla general, son las ligas deportivas las que inician los procesos de contratación, a los que las partes interesadas (agencias especializadas en derechos audiovisuales deportivos u

operadores audiovisuales) presentan sus ofertas para adquirir los derechos de retransmisión. Estos derechos pueden ser exclusivos —conceden a un único operador el derecho exclusivo a retransmitir un acontecimiento deportivo en una región determinada— o no exclusivos —permiten a varios operadores retransmitir el mismo evento—. Así pues, los derechos audiovisuales suelen distribuirse por regiones, lo que permite su venta en función del territorio.

6. Las ligas deportivas, o los organismos que las representan, suelen celebrar procesos de licitación⁵ para vender los derechos y, en concreto, para vender un paquete de derechos⁶. Posteriormente, estos derechos se negocian con productores audiovisuales, agencias de marketing u operadores para retransmitir los acontecimientos deportivos en abierto, por televisión de pago, mediante pago por visión, por servicios de *streaming* o a través de otros medios. Por tanto, estos derechos representan una fuente de ingresos considerable para las organizaciones deportivas.

7. También existen derechos afines a los derechos de retransmisión, como por ejemplo que la parte concesionaria se comprometa a operar como licenciataria a cambio de una comisión; en ese caso, las agencias de marketing actuarían únicamente como intermediarias que conectan a los compradores potenciales con los titulares de los derechos. Otros posibles derechos afines pueden hacer referencia al asesoramiento especializado que se preste para identificar los compradores y mecanismos comerciales más adecuados.

3. Mercado brasileño: algunas consideraciones

8. En Brasil, el fútbol nacional ocupa una parte importante del mercado de las retransmisiones deportivas, sobre todo en lo que se refiere a los derechos audiovisuales de la liga *Série A* del campeonato brasileño de fútbol (también conocido como el *Brasileirão*). Sin embargo, en Brasil también existe una demanda considerable de torneos internacionales de fútbol y de otras modalidades deportivas, como por ejemplo de voleibol, baloncesto, deportes de combate, automovilismo y tenis⁷.

9. En lo que respecta a las competiciones deportivas celebradas en Brasil, la Ley 9615/1998 regula la negociación de los derechos audiovisuales. Según el artículo 42 de dicha ley, las organizaciones deportivas son las titulares originales de los derechos audiovisuales, lo que les confiere la "prerrogativa exclusiva de negociar, autorizar o prohibir la captación mediática, celebración, transmisión, retransmisión o reproducción, por cualquier medio, de imágenes de acontecimientos deportivos" de dichas organizaciones. A nivel internacional, cada jurisdicción adopta su propia reglamentación, y la titularidad o disposición de derechos puede variar en función de las especificidades jurídicas o contractuales.

⁵ Aunque son habituales, los procesos de licitación no son el único medio de venta de derechos. La negociación de los derechos varía de un caso a otro y puede implicar negociaciones directas con las partes interesadas.

⁶ Los paquetes de derechos ofrecidos varían en función de las decisiones comerciales de las ligas deportivas. Pueden segmentarse por territorio, por número de transmisiones, por la emisión de un acontecimiento deportivo en una semana determinada, etc.

⁷ El Informe Nielsen 2022 sobre fútbol mundial refleja que el 65% de la audiencia brasileña muestra interés por el fútbol, seguido del 50% por el voleibol y el 42% por los deportes extremos. <Disponible en <https://www.nielsen.com/wp-content/uploads/sites/2/2022/07/Nielsen-World-Football-Report-2022.pdf>. Accedido el 15 de mayo de 2023.

10. En otras palabras, no existe una norma única que rija la negociación, ni en cuanto a su alcance ni a las partes implicadas. Por tanto, es posible llegar a acuerdos de forma individual con cada entidad deportiva (por ejemplo, derechos audiovisuales negociados por los operadores con cada equipo por separado, como en la *Série A* del *Brasileirão*) o de forma centralizada (por ejemplo, en la *Série B* del *Brasileirão*, la liga deportiva crea un comité con la Confederación Brasileña de Fútbol (CBF) y se negocian conjuntamente los derechos individuales de los equipos). En el plano internacional, la norma es negociar los derechos audiovisuales directamente con las ligas deportivas (con independencia de que sean para consumo nacional o internacional).⁸

3.1. CASO N°. 08700.002012/2021-26

11. El ejemplo más reciente que ha investigado el CADE en relación con la negociación de los derechos audiovisuales es el procedimiento administrativo n°. 08700.002012/2021-26⁹, que indaga presuntos comportamientos colusorios en el mercado internacional para la adquisición de derechos de retransmisión de grandes torneos. La práctica se habría iniciado en 2008 y se prolongó al menos hasta 2017.

12. La conducta investigada habría afectado al mercado internacional de adquisición de derechos audiovisuales deportivos y derechos asociados a acontecimientos deportivos así como a la prestación de servicios de asesoramiento¹⁰. Por tanto, habría afectado potencialmente a Brasil debido a las negociaciones relacionadas con la retransmisión mundial o multiterritorial.

13. Así, el CADE está investigando actualmente a ocho grupos empresariales y a 37 individuos, que son o han sido empleados de estas empresas, por prácticas posiblemente relacionadas con dicha colusión.

14. Las principales prácticas investigadas hacen referencia a (i) la coordinación de ofertas y precios; (ii) la división del mercado facilitada mediante la provisión de ofertas simbólicas, supresión de ofertas y acuerdos de ofertas conjuntas; y (iii) el intercambio de información sensible a efectos de competencia.

15. En resumen, la presunta conducta habría afectado a entidades deportivas colectivas (por ejemplo, federaciones, ligas, etc.) y a entidades deportivas individuales (por ejemplo, clubes deportivos) y a otros titulares de derechos¹¹ que publicaron invitaciones a presentar

⁸ La negociación más reciente en relación con el *Brasileirão* se produjo en 2020, cuando GSMR adquirió los derechos de retransmisión en abierto, por televisión de pago, mediante pago por visión y por servicios de *streaming* hasta 2023. Asimismo, un operador diferente adquirió los derechos audiovisuales de *streaming* para el desarrollo de apuestas.

⁹ [Procedimiento administrativo n°. 08700.002012/2021-26](#) (caso independiente de acceso restringido n° 08700.002015/2021-60). Demandante: CADE de oficio. Demandados: BE4 S.A.R.L. Lussemburgo e B4 Italia Srl - in liquidazione (actualmente B4 Capital AS) ("BE4" / "B4"); Dentsu Inc.; European Broadcasting Union ("EBU"); Infront Sports and Media A.G. ("Infront"); Media Partners & Silva ("MP Silva"); UFA Sports GmbH (actualmente U! Sports GmbH) ("UFA"); Telefónica de Contenidos SAU ("Telefónica"); WME IMG LLC. ("IMG"); y otros.

¹⁰ En general, la venta de derechos puede incluir los derechos audiovisuales y de servicios de asesoramiento —estos últimos relacionados con la venta de derechos de retransmisión y de patrocinio.

¹¹ Los titulares de derechos son las organizaciones que poseen los derechos asociados a los acontecimientos deportivos, como las federaciones, asociaciones, clubes y otras organizaciones. En

ofertas¹² (i) en relación con derechos audiovisuales deportivos y otros derechos afines o (ii) por la designación de intermediarios, asesores y consultores para vender los derechos junto con sus propietarios.

16. Además, puede haber afectado directamente a operadores y productores audiovisuales nacionales, así como indirectamente a la audiencia brasileña, dado que las negociaciones hacían referencia fundamentalmente a la adquisición de derechos relativos a la retransmisión mundial o multiterritorial, con una posible concesión de derechos a partes interesadas en Brasil. Además, las investigaciones muestran que algunos de los acontecimientos implicados en estas negociaciones de derechos audiovisuales podrían haber tenido lugar en Brasil, perjudicando a operadores del mercado brasileño.

4. Evolución del caso y próximos pasos

17. El CADE inició la investigación del caso el 2 de febrero de 2022 basándose en pruebas contundentes que constan en los expedientes del caso y que indican los hechos descritos.

18. Actualmente se está notificando a las partes demandadas en el extranjero para que puedan presentar sus respuestas e indicar testigos y otras pruebas. Cabe señalar que los casos que implican a diferentes jurisdicciones suelen plantear problemas en la evolución de las diligencias durante la fase de notificación.

19. En caso de ser condenadas, las empresas deberán pagar multas que oscilan entre el 0,1% y el 20% de sus ingresos brutos por ventas en el ámbito de actividad afectado durante el año anterior a la incoación del procedimiento. Las multas no deben ser inferiores a la ventaja competitiva aportada por esta práctica a las partes, según las disposiciones de la Ley de Competencia brasileña¹³.

5. Observaciones finales

20. Como se ha señalado, la retransmisión internacional de acontecimientos deportivos es un mercado complejo y relevante con efectos potenciales en Brasil. La Oficina de Superintendencia General del CADE, es decir, el órgano investigador del CADE, continúa vigilando posibles prácticas empresariales que puedan perjudicar a las audiencias y consumidores brasileños. El objetivo es proteger la libre competencia y promover un entorno competitivo en el país para todos los mercados, incluido el de la retransmisión de acontecimientos deportivos.

Brasil, las organizaciones deportivas son las titulares de los derechos audiovisuales, tal y como establece la Ley 9615/1998.

¹² Recientemente, la EFL (liga inglesa de fútbol), responsable de la segunda y tercera división del fútbol inglés, promovió una solicitud de propuestas para la concesión de los derechos audiovisuales de sus partidos (por un valor superior a los 240 millones de USD al año). (Informe: DAZN puja por todos los derechos de la EFL en el Reino Unido y en el extranjero, Sportpromedia, 2023 Disponible en <https://www.sportpromedia.com/news/dazn-efl-uk-global-streaming-rights-bid-3pm-blackout/?zephro_sso_ott=21FUcz>. Accedido el 22 de mayo de 2023.)

¹³ https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/ato2011-2014/2011/lei/112529.htm.

ANEXO I - PREGUNTAS DE LA OCDE

Los derechos de retransmisión de acontecimientos deportivos, ¿se venden individualmente a través de cada club o de manera colectiva? ¿Se crean licitaciones para adjudicar esos derechos?

Los derechos se pueden vender de forma individual (a través de cada club, equipo u organización deportiva) o colectiva (a través de confederaciones, federaciones, ligas o similares). Dependerá de quiénes sean los titulares de los derechos y cuáles sean los acuerdos comerciales más favorables. Por tanto, no existe una norma única en el mercado, si bien la práctica más habitual son las negociaciones colectivas.

En Brasil, por ejemplo, la ley establece que los equipos nacionales de fútbol son los titulares de los derechos audiovisuales. Los equipos de la *Serie A* (esto es, la Primera División del campeonato *Brasileirão*) negocian sus derechos de forma individual, mientras que los de la *Serie B* (Segunda División), a pesar de que también son titulares de los derechos, lo hacen de manera colectiva, a través de un comité con la Confederación Brasileña de Fútbol (CBF).

A nivel internacional, observamos algunas variaciones.

En Estados Unidos, la NFL (liga nacional de fútbol) negocia colectivamente los derechos de retransmisión de los campeonatos nacionales mientras que, para los partidos regionales, los equipos negocian sus partidos por separado.

En Inglaterra, la Premier League realiza las negociaciones en nombre de los 20 clubes que conforman su liga mediante acuerdos con la FA (asociación inglesa de fútbol).

En España, según la ley, La Liga también negocia los derechos audiovisuales de forma colectiva.

En Portugal, observamos una excepción a la norma de otras ligas europeas, ya que los equipos de la primera división portuguesa negocian los derechos por separado. Sin embargo, se están produciendo cambios legislativos para centralizar las negociaciones.

En cuanto a los medios para conceder estos derechos, no existe una norma en el mercado, es decir, son las propias condiciones comerciales las que los definen. Por tanto, pueden producirse mediante solicitudes de propuestas o a través negociaciones directas entre los titulares de derechos y las partes interesadas.

Los derechos de retransmisión de acontecimientos deportivos, ¿se venden a través de un acuerdo de exclusividad? En caso afirmativo, ¿qué tipo de condiciones se aplican (por ejemplo, licitación competitiva o contratos de duración máxima)?

La venta de paquetes de derechos varía de un caso a otro. En algunos casos, se pueden reservar determinados derechos y también pueden negociarse por separado los servicios de retransmisión en abierto, de televisión de pago, de pago por visión y de *streaming*. Por tanto, se puede llevar a cabo cualquier combinación que sea comercialmente viable. Sin embargo, es habitual que se asigne una exclusividad a un determinado paquete de derechos.