

**Televisión**[Medios](#) [Guía TV](#) [Películas Hoy](#) [Eurovisión 2019](#) [MomenTVs](#) [Series](#)**TELEVISIÓN** Fútbol en televisión

## Tebas y Roures piden otra ronda en los bares

El presidente de LaLiga y el socio gestor de Mediapro plantean cambiar el modelo de explotación de los derechos audiovisuales en los locales de hostelería para fijar precios variables según su facturación.



El socio gestor de Mediapro, Jaume Roures (izda.), y el presidente de LaLiga, Javier Tebas. LALIGA

DAVID SANZ EZQUERRO @dsanzezquerro Madrid

Actualizado Miércoles, 22 enero 2020 - 18:20

Ver 3 comentarios

Dentro de las múltiples líneas de negocio que mueve el fútbol, el de la televisión es una de las más jugosas y, dentro de ella, el filón de los bares supone una parte importante del pastel al que **LaLiga** y **Mediapro** pretenden sacar mayor rendimiento. «Hay recorrido para intentar optimizar más este producto», afirmó este miércoles **Javier Tebas**, presidente de la asociación que agrupa a los clubes de Primera y Segunda. «El fútbol continúa siendo barato para los bares con respecto al negocio que genera», añadió **Jaume Roures**, socio gestor de la compañía audiovisual que ostenta los derechos audiovisuales del fútbol en España.

Según reveló Tebas, los derechos audiovisuales de la competición para su difusión en locales de hostelería reportan al organismo **140 millones de euros** por temporada después de la adjudicación del Lote 7 que se llevó Mediapro en el concurso sorteado en 2008 y **vigente para este curso y los dos próximos**. Una cifra muy alejada de los **600 millones de euros** que, según subrayó el presidente de LaLiga, obtiene la Premier inglesa en este ámbito, aunque el proceso de explotación de derechos, en manos de Sky, es diferente al de España.

«El problema que tenemos en España es que hay **un precio único** para cualquier tipo de bar en cualquier sitio. Y no es el mismo negocio que se puede generar en una ciudad pequeña que en Madrid o Barcelona, ni si el local tiene 50 metros o 150», señaló Roures, quien anunció que Mediapro junto a LaLiga se encuentran ya trabajando en un nuevo modelo de adjudicación de esta parte de los derechos para «poder desagregar los precios de manera que sean más competitivos y estén más adaptados a las diferentes

realidades». Según añadió Tebas, «no quiere decir que haya que cobrar más a los bares en general, sino que se puede establecer lo que cada bar paga por el fútbol en función de su facturación».

Para llevar a término este plan ambos directivos reconocieron las dificultades propias del mercado español por la falta de registros que permitan la catalogación de los bares y por ello pidieron la implicación en este proyecto de otros actores, desde los propios bares y los clubes, hasta los operadores, pasando por el ministerio de Hacienda y otras instituciones, para, por ejemplo, poder acceder a datos que hoy e día no son públicos. «Todo el mundo tiene que colaborar», sentenció Roures, quien también hizo hincapié en la necesaria lucha contra la piratería en este sector.

Aunque Mediapro es la empresa que posee los derechos que explota a través de **LaLiga TV Bar**, la comercialización de este canal la realizan los diferentes operadores del mercado (**Movistar+, Vodafone, Orange...**). El precio que cada bar paga por emitir esta señal varía y es difícil de cuantificar la parte que corresponde al fútbol porque en la mayoría de los casos se incluye dentro de ofertas convergentes con otros servicios de telefonía, Internet y otros canales de televisión. No obstante la horquilla ronda los **240 o 250 euros al mes**.

Para dar fuerza a su reclamación, los dirigentes de LaLiga y de Mediapro presentaron juntos un informe que demuestra la importante fuente de ingresos que supone el fútbol para los bares. Entre otros, datos destacan: que un local llega a duplicar sus ingresos durante un partido o que a lo largo de una temporada este deporte aporta **1.226 millones de euros al sector**.

Según recordaron Tebas y Roures actualmente hay unos **50.000 bares** que ofrecen el fútbol de manera legal (y otros 28.000 de forma pirata), cuando hace 15 años era 85.000, cifra que aspiran superar (y llegar a los 100.000) con el cambio en el modelo que comercialización que tienen en mente. «Es la asignatura pendiente que tenemos», resumió Tebas.

Conforme a los criterios de  **The Trust Project**

[Saber más](#)

Javier Tebas [deportes](#)

**Copa del Rey.** [Rubiales se contraprograma a sí mismo: la Supercopa se come a la Copa del Rey](#)

**Fútbol.** [Revés del Supremo a la Liga y Mediapro: los 90 segundos de resumen de televisión son por partido, no por jornada](#)

**LaLiga.** [Ya es oficial: Javier Tebas inicia su tercer mandato como presidente de LaLiga](#)

El director de **El Mundo** selecciona las noticias de mayor interés para ti.

 [Recibir Newsletter](#)