



OFICIO CIRCULAR N° 008 – FPF – 2022

Lima, 03 de octubre de 2022

Señores

CLUBES DE FUTBOL PROFESIONAL PARTICIPANTES DE LA LIGA1 BETSSON Edición 2022

Presente. -

Atención: **Presidentes / Administradores**
Clubes de Fútbol Profesional participantes de la Liga1 Betsson, edición 2022.

Referencia: Consideraciones sobre derechos de transmisión televisión de la Liga1.

De nuestra especial consideración:

Por medio del presente, tenemos el agrado de saludarlos cordialmente y, a su vez, dirigirnos a ustedes, con la finalidad de trasladarles los principales aspectos y consideraciones expuestas en la reunión llevada a cabo con ustedes el día de hoy, mediante la cual se abordaron diversos temas vinculados a los derechos de televisión de la Liga1, edición 2023 en adelante.

Antes de desarrollar el objetivo de esta comunicación, les reiteramos nuestro especial agradecimiento por participar en esta nueva reunión, donde se abordaron los temas de interés de los clubes y que consideramos que pudieron ser absueltos. En este contexto, a continuación, es de nuestro total interés que puedan tener por esta vía lo siguiente:

1. Desde octubre de 2019, luego de la aprobación inicial del estatuto de la Federación Peruana de Fútbol, sobre el modelo remitido por la FIFA, se determinó, entre otros, que los derechos televisivos de la Liga1, donde participan los clubes de fútbol profesional, estarían concentrados en la Federación Deportiva Nacional Peruana de Fútbol (en adelante, la "FPF", o la "Federación") quien como propietaria tiene la responsabilidad de maximizarlos en beneficio del desarrollo del fútbol peruano.
2. En setiembre de 2020, la FPF firmó un acuerdo con el Grupo Prisma y el banco de inversión Landmark Alantra (Landmark) para iniciar el proceso de licitación de los derechos televisivos de la Liga1; un proceso competitivo, abierto y transparente que permitía maximizar su valor, generar mayores beneficios a los equipos, entregar un mejor desarrollo audiovisual en las nuevas plataformas tecnológicas y, en general, aumentar la competitividad de la Liga1. Es importante señalar que dicha contratación fue informada en el Asamblea de Bases Extraordinaria de fecha 28 de diciembre de 2020.
3. Cabe precisar que Landmark cuenta con experiencia en servicios de asesoría financiera, apoyo en fusiones y adquisiciones, asociaciones, reestructuraciones de



deuda y obtención de financiamiento, el cual forma parte del Grupo Alantra, un banco de inversión global con alta solidez, respaldo y presencia en 21 países.

4. Por su parte, el Grupo Prisma es un holding empresarial con amplia experiencia en el mercado de la TV y el fútbol, donde sus ejecutivos, crearon, desarrollaron y administraron el Canal del Fútbol en Chile (CDF) desde sus inicios en el año 2003, hasta fines del 2018. Con este antecedente, el Grupo Prisma aportó su conocimiento específico en el mercado de los derechos de televisión del fútbol, complementando con esto la asesoría financiera que recibió la FPF por parte de Landmark.
5. El objetivo de la Federación en todo momento es comercializar los derechos televisivos de los clubes de manera colectiva, pues este modelo es una tendencia mundial que genera mejores ingresos para los clubes, permiten ligas más competitivas y cuenta con el aval de la FIFA. Con este proceso, se buscaba alinear al fútbol peruano a estándares globales que impulsen todavía más su profesionalización y competitividad a nivel regional.
6. En la licitación se invitó a todos los interesados a presentar sus mejores propuestas para generar mayores beneficios a los clubes, entregar un mejor desarrollo audiovisual en las nuevas plataformas tecnológicas y, en general, elevar el perfil del campeonato peruano de primera división.
7. Luego de la culminación de este proceso sin un adjudicatario y de conformidad con las bases de la licitación, la FPF inició negociaciones de manera directa con 1190 Sports (empresa distinta a Landmark y al Grupo Prisma), tras recibir una propuesta colaborativa de gestión y comercialización integral de los derechos deportivos (de transmisión, imagen y publicidad de la Liga1) diferente, innovadora, eficiente y sostenible a largo plazo. Al respecto, ambas partes han llegado a un acuerdo de entendimiento.
8. Este modelo asociativo y la venta centralizada de los derechos televisivos se han implementado con éxito en las cinco grandes ligas del mundo (Premier, La Liga, Serie A, Bundesliga y Ligue 1) y los campeonatos de Argentina, Chile y Brasil; así como en otras grandes competiciones deportivas como la NHL, NBA, MLB y NFL.
9. La propuesta de modelo asociativo consiste en un acuerdo de colaboración comercial entre 1190 Sports y la FPF, el cual ofrece: i) un monto mínimo garantizado anual que asciende a un 20 % más de lo que recibe actualmente cada club en el marco de su contrato de cesión de Derechos Audiovisuales, al ser participante de la Liga1 de la presente edición y cuyo contrato de cesión por tales derechos vencen en diciembre de este año; ii) más un importe único adicional de USD 500,000 (quinientos mil con 00/100 dólares americanos) luego de la firma de los documentos definitivos del acuerdo entre la FPF y 1190 Sports; y iii) más la participación del 70 % de las utilidades futuras que se generen de la explotación integral de los Derechos Audiovisuales.



10. Este modelo asociativo tendrá una estructura de gobernanza transparente compuesta por un directorio con la representación y la participación de la FPF, así como de cinco (5) de los clubes participantes de la Liga1, para generar relaciones de confianza a largo plazo. El periodo inicial de operación del modelo será de 13 años, a partir de 2023 hasta finales de 2036, tiempo que permitirá generar todas las condiciones para que el proyecto crezca, permita recuperar la inversión de los primeros cinco años y maximice las ganancias.
11. El objetivo es crear valor desde el día uno, tanto para los clubes como para los aficionados a través de un modelo de distribución de transmisión democrática, multiplataforma sin exclusividades. En ese sentido, se amplía desde el primer día el acceso actual al fútbol de la Liga1, ya que contempla la distribución a través de más de un operador o plataforma, así como la creación de una OTT propia, que puede ser parte de la oferta de los distintos takers o funcionar de forma independiente (stand alone), como Brasileirao Play, LaLiga, UEFA.tv, AFA Play, etc.
12. A través de ese canal propio, los fans acceden a todo el fútbol de Liga1 a través de una app con transmisión de los encuentros en vivo, highlights, contenidos especiales, los mejores goles, jugadas destacadas, historias detrás de cada equipo, club, etc. Una propuesta superadora, que posibilita la llegada del fútbol peruano a una mayor audiencia a través de un producto atractivo, tecnológico y de calidad superior tanto para los clubes como para sus seguidores.
13. En ese orden de ideas, la propuesta antes mencionada resulta ser más amplia y sobre todo flexible y que da acceso a una mayor audiencia, potenciando la exposición y visibilidad de los clubes, equipos, jugadores, marcas, entre otros.
14. Por otro lado, tal como les fuera comunicado en la reunión de hoy, es muy importante para la FPF brindarles toda la tranquilidad y confianza ante una posible ejecución de la cláusula del derecho de preferencia que, entendemos, contempla el contrato que han suscrito para la cesión de los derechos de televisión que hoy le pertenecen a la FPF. En ese sentido, corresponde informarles que, más allá de reconocer que el derecho asiste plenamente a la FPF en este caso, ante el inicio de un proceso o procedimiento legal por parte de su actual cesionario por un supuesto incumplimiento de la referida cláusula de derecho de preferencia, la FPF les garantiza el acompañamiento, asesoría y defensa legal, así como el soporte económico como consecuencia de tales acciones, pues ustedes -los clubes- son miembros de la FPF, conforman la Asamblea de Bases y nos debemos a ustedes; por ello, consideramos que debemos responder ante esta situación en caso se llegue a ejecutar.

Finalmente, corresponde precisar que la FPF ha mantenido informados a los clubes: i) a través de la reunión que sostuvo con sus representantes, 1190 Sports y la FIFA, el pasado 31 de agosto de 2022; ii) mediante un oficio enviado con los avances del proyecto remitido con fecha 23 de setiembre de 2022; y iii) con la reunión informativa que se realizó este lunes 03 de octubre del presente, junto con este oficio, para ahondar sobre los detalles técnicos, económicos y contractuales de este nuevo modelo; continuando con la transparencia y



apertura que se quiere brindar en esta gestión y a cada uno de los clubes. No obstante a ello, todas las comunicaciones remitidas por algunos clubes sobre este tema en particular, serán respondidas a la brevedad con la mayor precisión posible y con la información que esté a nuestro alcance.

Con este motivo, nos valemos de la ocasión para expresarle los sentimientos de nuestra especial estima y consideración, quedando a su entera disposición en caso requieran de cualquier aclaración o consulta al respecto.

Atentamente,



Jean Marcel Robilliard Ibárcena
Secretario General – FPF