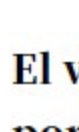


Partido entre Cienciano y Cusco F.C. no se transmitió, ¿Liga 1 Max emitió una publicidad engañosa?

Canal oficial del torneo tenía en su programación el encuentro por la fecha 4 de la Liga 1, pero no lo emitió en vivo.



Cienciano derrotó 2-0 a Cusco FC, por la fecha 4 del Torneo Apertura 2023. (Foto: Cienciano)



✉ Junior Miani

11/02/2023 07H01

El viernes a las 7 de la noche se disputó el partido por la Liga 1 entre Cienciano y Cusco F.C. El triunfo del rojo quedó como una anécdota dentro de un conflicto más grande: los derechos de televisión del fútbol peruano.

Usuarios en redes sociales se quejaron de que tanto el canal oficial del torneo, llamado “Liga 1 Max”, como el distribuidor de cable DirecTV publicitaron la transmisión del encuentro, pero llegada la hora, esta no se realizó. En su lugar solo se emitieron comerciales de otros partidos de la fecha.

Señores de @DIRECTV @DIRECTVPeru y sobre todo Señores de Indecopi. @IndecopiOficial Ahorita juega #CuzcoFC vs @Club_Cienciano y DIRECTV promociona los partidos pero no los pasa. ¿ No es publicidad engañosa?



7:37 p. m. · 10 feb. 2023

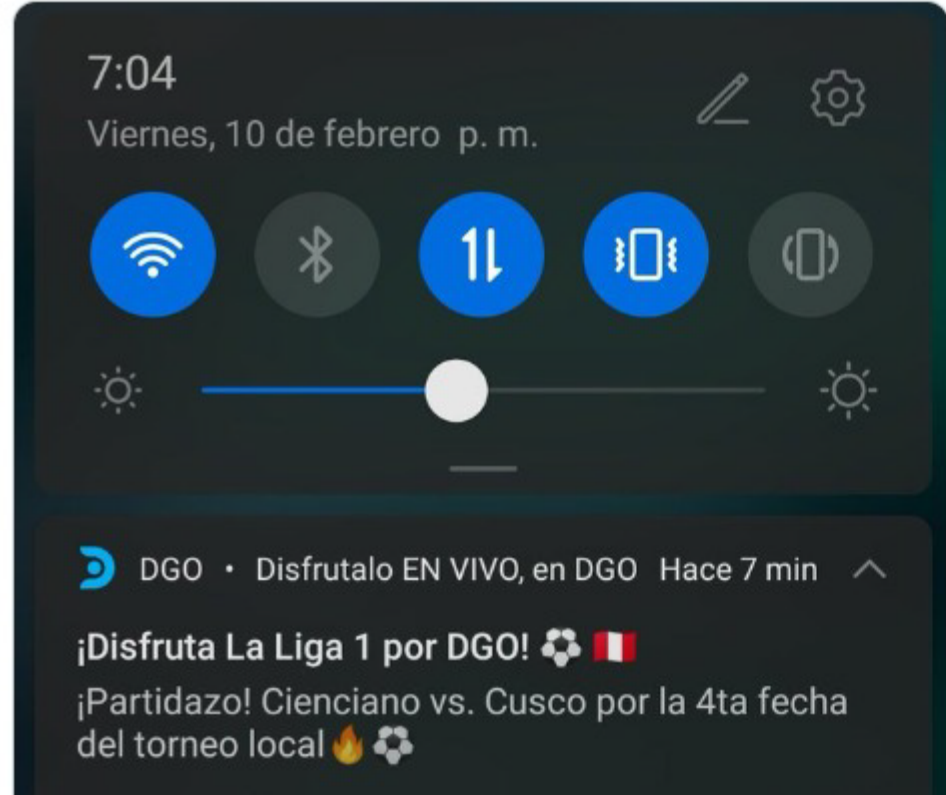
6 Responder Compartir

Leer 2 respuestas



GrinchGrone +
@Boletodetombi · Seguir

Srs. @IndecopiOficial, he pagado una suscripción para poder ver una transmisión que por medio de anuncios de @DIRECTV se puede hacer desde su app DGO, al momento de ingresar no están transmitiendo lo que prometen, tratándose de publicidad engañosa.



7:12 p. m. · 10 feb. 2023

382 Responder Compartir

Leer 39 respuestas

Para Enrique Cavero, socio del estudio Hernández y Cía, lo hecho por el canal es una **publicidad engañosa**.



“Hay un hecho objetivo: el canal ofreció algo y a la hora del partido no lo cumplió. Definitivamente ha incurrido en una **publicidad engañosa**, independientemente de las razones”, indicó en entrevista con El Comercio.

La Comisión de Fiscalización de la Competencia Desleal de Indecopi puede aplicar una multa de hasta 700 UIT (S/3'465.000) si detecta la difusión de publicidad ilegal. Según Cavero, se debe valorar si entre los motivos de la televisora estaba confundir o manipular al consumidor antes de proyectar un monto aproximado.

● **LEE TAMBIÉN** | [Escuelas de posgrado: ¿Cuál es el panorama actual tras casi 3 años de educación a distancia?](#)

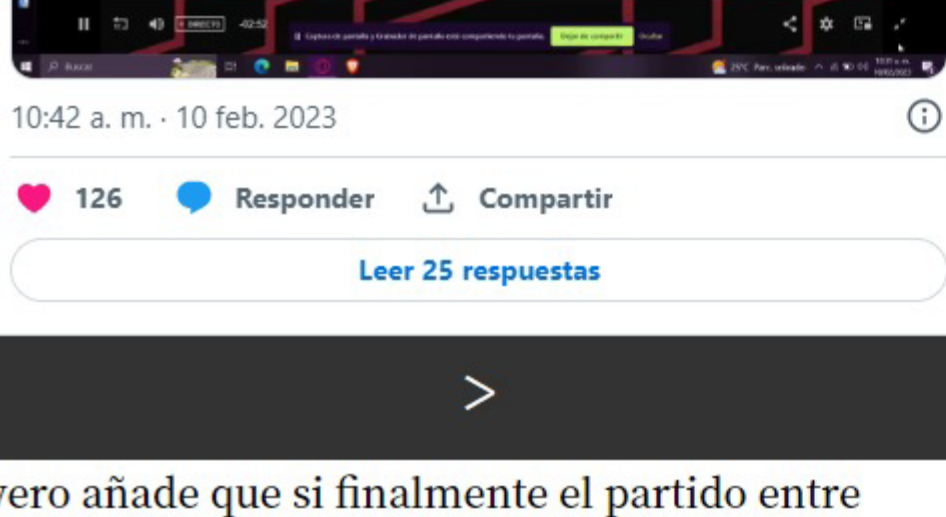
“La publicidad busca que los consumidores tomen más o menos decisiones y eso puede ser más grave dependiendo del producto. En este caso son suscripciones. Todavía se debe determinar qué tanto daño pudo generar esta **publicidad engañosa**”, agregó Cavero.

Factor futuro

El las publicidades emitidas por **Liga 1 Max** se encuentra el partido entre **Alianza Lima** y **Sport Boys**, que se disputará este domingo. [El jueves pasado el club blanquiazul anunció a través de sus redes sociales que el encuentro no se emitirá por ninguna señal](#) televisiva, radial ni por las redes sociales del equipo.

La liga 1 max sigue promocionando que transmitirá el partido entre Alianza Lima y Sport Boys y qué lo hará desde las 3:45 p.m. a sabiendas que el club ya notificó que no lo pasará por ninguna señal ni siquiera virtual. ¿Cómo se definirá este tema?

@alianzahistory



10:42 a. m. · 10 feb. 2023

126 Responder Compartir

Leer 25 respuestas

Cavero añade que si finalmente el partido entre aliancistas y rosados no se muestra en las pantallas del canal oficial, este habría vuelto a emitir una **publicidad engañosa**.

Binacional anunció que su partido frente a Atlético Grau de este sábado tampoco será televisado ni difundido por radios o redes sociales. Melgar todavía no se pronunció sobre su partido del lunes. Ambos clubes, así como Alianza y **Cienciano**, están en disputa por la titularidad de sus derechos de transmisión.

La cláusula de la discordia

El conflicto entre seis clubes de Primera División (**Alianza Lima**, **Cienciano**, **Cusco F.C.**, **Melgar**, **Municipal** y **Binacional**) y la Federación Peruana de Fútbol (FPF) nace de dos interpretaciones distintas de una cláusula contractual. Hace unas décadas la FPF permitió que los equipos negociaran sus derechos de transmisión con libertad, aunque el dueño de esos derechos siempre fue el ente rector del fútbol peruano. La gran mayoría hasta el año pasado tenía vínculo con el Consorcio Fútbol Perú (CFP), integrado por Gol TV y Telefónica, como el operador de sus partidos por televisión.

En el 2022, la FPF buscó licitar los derechos televisivos de todos los equipos nacionales en conjunto. Ningún postor se presentó a la licitación y se terminó otorgando la titularidad a la empresa internacional **1190 Sports** mediante un trato directo.

● **LEE TAMBIÉN** | [¿Qué consecuencias traería la eliminación del régimen laboral en la exportación no tradicional?](#)

Ocho clubes (los seis mencionados, Universitario y Sport Boys) sintieron desconfianza ante el proceso y el modelo económico propuesto, por lo que se ampararon en la “cláusula de preferencia” que tenían sus contratos para renovar con el CFP contra la potestad de la FPF. Esta cláusula indica que, en caso de recibir una oferta de otra empresa, el CFP tenía la posibilidad de igualar la misma y tener prioridad para ser elegido como el encargado de transmitir los partidos que disputaran sus clientes como locales.

La FPF desconoce la validez de esta disposición contractual y exige que los clubes que renovaron, salvo cuatro con contrato vigente, se adhieran a las transmisiones de **1190 Sports** y el canal **Liga 1 Max**.

Trascendió que **Alianza Lima** y Universitario recibirían alrededor de US\$10 millones anuales luego de esta última renovación de contrato con el CFP. El club blanquiazul ingresó más de S/25 millones (más de US\$6,5 millones) por concepto de derechos televisivos solo en el 2021, según sus estados financieros. La oferta de **1190 Sports** no ha sido revelada.

A través de sus redes sociales, el cuadro aliancista advirtió que tendría que pagar una penalidad de US\$70 millones en caso se rompa el vínculo contractual con el CFP.

Mientras no se resuelva el conflicto legal entre los clubes y la FPF, los encuentros como locales de seis equipos corren el riesgo de no ser transmitidos por ningún medio de comunicación.