



CONTRATO PRIVADO DE PATROCINIO PUBLICITARIO DEL “FESTIVAL INTERNACIONAL DE TEATRO, MÚSICA Y DANZA DE SAN JAVIER”, 54ª EDICIÓN.

ANTECEDENTES

Se plantea por el Director General del Instituto de Industrias Culturales y las Artes (ICA), la posibilidad de suscribir contrato de patrocinio con el Ayuntamiento de San Javier, en la actividad cultural organizada y promovida por éste, denominada “Festival Internacional de Teatro, Música y Danza de San Javier” (54ª Edición); y todo ello para impulsar la imagen del ICA.

Se constata, asimismo, la existencia de una subvención nominativa del ICA a favor del Ayuntamiento de San Javier para el fomento de esta actividad.

LEGISLACIÓN APLICABLE

- Ley 14/2012, de 27 de diciembre, de medidas tributarias, administrativas y de reordenación del sector público regional.
- Ley 38/2003, de 17 de noviembre, General de Subvenciones (LGS).
- Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público (LCSP).
- Ley 34/1988, General de Publicidad.

CONSIDERACIONES JURÍDICAS.

PRIMERO: Naturaleza y fines del ICA.

El Instituto de Industrias Culturales y las Artes de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia es una entidad pública empresarial creada por Ley 14/2012, de 27 de diciembre, de medidas tributarias, administrativas y de reordenación del sector público regional, cuya finalidad es la ordenación, planificación, programación, dirección y coordinación de las competencias de la Región de Murcia en materia de promoción cultural, en el marco de la política del Gobierno Regional; atribuyéndosele las funciones que se determinen en su Estatuto y la potestad administrativa contractual, subvencional, planificadora y convencional (art. 46), considerándose medio propio y servicio técnico de la Consejería de Turismo, Cultura, Juventud y Deportes.

Según sus estatutos, aprobados por Decreto 17/2014, de 28 de marzo (BORM 01/04/2014), tales fines generales se concretan en el ejercicio de una serie de funciones entre las que se encuentran, la promoción de los sectores de las industrias culturales y artísticas, y el fomento de consumo cultural.

SEGUNDO: Concepto de Subvención.

Dispone el art. 2 de la Ley 38/2003, de 17 de noviembre, General de Subvenciones (LGS), que es subvención, a los efectos de esta ley, toda disposición dineraria realizada por

GÓMEZ EGEA, MARIA JOSÉ 11.06.2024 14:57:13
Esta es una copia auténtica imprimible de un documento electrónico administrativo archivado por la Comunidad Autónoma de Murcia, según artículo 27.3.c) de la Ley 39/2015. Los firmantes y los fechas de firma se muestran en los recuadros. Su autenticidad puede ser contrastada accediendo a la siguiente dirección: <https://sede.carm.es/verificardocumentos> e introduciendo el código seguro de verificación (CSV) CARM-249cd4-27f2-3019-e811-0050569534e7





cualesquiera de los sujetos contemplados en el artículo 3 de esa norma, a favor de personas públicas o privadas, y que cumpla los siguientes requisitos:

- a) *Que la entrega se realice sin contraprestación directa de los beneficiarios.*
- b) *Que la entrega esté sujeta al cumplimiento de un determinado objetivo, la ejecución de un proyecto, la realización de una actividad, la adopción de un comportamiento singular, ya realizados o por desarrollar, o la concurrencia de una situación, debiendo el beneficiario cumplir las obligaciones materiales y formales que se hubieran establecido.*
- c) *Que el proyecto, la acción, conducta o situación financiada tenga por objeto el fomento de una actividad de utilidad pública o interés social o de promoción de una finalidad pública.*

Es decir, una subvención es una medida de fomento que pretende incentivar actividades o acciones que sean de interés público y para ello es imprescindible que la actividad subvencionada forme parte del ámbito competencial de quien la otorga.

Así lo ha señalado el TS en su sentencia de 22 de noviembre de 2004, al considerar que hemos de comenzar recordando que la actividad administrativa de fomento que se concreta en una subvención, como una de las medidas que utiliza la Administración Pública para **fomentar la actividad de los particulares hacia fines considerados de interés general**, comprendiendo el concepto toda clase de favorecimiento mediante la concesión de estímulos económicos, ya signifiquen éstos una pérdida de ingresos para la Administración a través de exenciones y desgravaciones fiscales, ya un desembolso inmediato de dinero público destinado a dicha función de fomento o promoción, en cuanto tal actividad dirigida a un fin de interés general no cabe comprenderla aisladamente sino en el conjunto a que, en definitiva, responde.

La jurisprudencia reiterada del TS, expresada, entre otras, en las Sentencias de 7 de abril de 2003, de 4 de mayo de 2004, de 17 de octubre de 2005 y de 15 de noviembre de 2006, manifiesta la naturaleza de dicha medida de fomento administrativo, caracterizándose por las notas que a continuación se reseñan:

- *“En primer lugar, el establecimiento de la subvención puede inscribirse en el ámbito de las potestades discrecionales de las Administraciones públicas, pero una vez que la subvención ha sido regulada normativamente termina la discrecionalidad y comienza la previsión reglada cuya aplicación escapa al puro voluntarismo de aquéllas.*
- *En segundo término, el otorgamiento de las subvenciones ha de estar determinado por el cumplimiento de las condiciones exigidas por la norma correspondiente, pues de lo contrario resultaría arbitraria y atentatoria al principio de seguridad jurídica.*
- *(...) Por consiguiente, las cantidades otorgadas en concepto de subvención están vinculadas al cumplimiento de la actividad prevista. Se aprecia, pues, un carácter condicional en la subvención, en el sentido de que su otorgamiento se produce siempre bajo la condición resolutoria de que el beneficiario tenga un determinado comportamiento o realice una determinada actividad en los términos en que procede su concesión.”*





En términos generales, las subvenciones se han de gestionar atendiendo a los principios, de (art. 8 LGS):

- a) Publicidad, transparencia, concurrencia, objetividad, igualdad y no discriminación.
- b) Eficacia en el cumplimiento de los objetivos fijados por la Administración otorgante.
- c) Eficiencia en la asignación y utilización de los recursos públicos.

TERCERO: Contrato de Patrocinio.

En un intento de delimitar las figuras de la subvención y del contrato, diremos que el concepto de contrato lo encontramos en el art. 1254 CC, según el cual el contrato existe desde que una o varias personas consienten en obligarse, respecto de otra u otras, a dar alguna cosa o prestar algún servicio.

En las Administraciones Públicas, el art. 2 de la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público -LCSP 2017-, dispone que son contratos del sector público y, en consecuencia, están sometidos a la presente Ley en la forma y términos previstos en la misma, los contratos onerosos, cualquiera que sea su naturaleza jurídica, que celebren las entidades enumeradas en el art. 3. Se entenderá que un contrato tiene carácter oneroso en los casos en que el contratista obtenga algún tipo de beneficio económico, ya sea de forma directa o indirecta.

Partiendo de lo anterior, el contrato de patrocinio aparece definido en el art. 22 de la Ley 34/1988, General de Publicidad, como *“aquél por el que el patrocinado, a cambio de una ayuda económica para la realización de su actividad deportiva, benéfica, cultural, científica o de otra índole, se compromete a colaborar en la publicidad del patrocinador”*.

En nuestro ordenamiento jurídico, el contrato de patrocinio se caracteriza porque no es propiamente un contrato de servicios y se incardina en el ámbito de los contratos privados, en el que existe un compromiso por parte del patrocinado de colaborar en la publicidad del patrocinador, realizándola una persona física o jurídica que se dedica a una actividad ajena a la publicitaria, no un profesional de la publicidad (agencia publicitaria, medio de publicidad, creativo).

En ese sentido, el Informe 7/2018, de 27 de julio, de la JCCA de la C. Valenciana, incide en la calificación de dicho contrato como contrato privado, a la hora de concluir que *“el patrocinio publicitario de una actividad o evento por una Administración Pública no se considera comprendido entre los contratos de servicios u otros contratos típicos de los definidos en la Ley de Contratos del Sector Público”*, de forma que *“su contratación tendrá carácter privado y su preparación y adjudicación debe efectuarse de conformidad con las normas de la Ley de Contratos del Sector Público que resulten de aplicación”*.





A tal efecto y de acuerdo con este criterio, tendrá la consideración de contrato menor en el supuesto de que su valor estimado no supere el importe establecido en el art. 118.1 de la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público, por la que se transponen al ordenamiento jurídico español las Directivas del Parlamento Europeo y del Consejo 2014/23/UE y 2014/24/UE, de 26 de febrero de 2014 -LCSP 2017-, para los contratos de servicios.

Asimismo, dicho Informe 7/2018 de la JCCA de la C. Valenciana señala que, en defecto de normas específicas, la preparación y adjudicación de los contratos privados que celebren las Administraciones Públicas y no se encuentren excluidos del ámbito de aplicación de la LCSP 2017, se regirán, por remisión al bloque de legalidad del art. 26.2 LCSP 2017, por las normas establecidas con carácter general en dicha Ley para la preparación y adjudicación de los contratos típicos, incluidas las relativas a la consideración de los contratos menores y las que regulan el procedimiento negociado sin publicidad.

Por su parte, el Informe 7/2018, de 2 de julio, de la JCCA del Estado, dispone que:

- *“En relación con la siguiente consulta, esto es, si en el caso de no poder aplicar las normas del contrato menor a los contratos privados, se podría acudir al procedimiento sin publicidad del artículo 168 a) 2ª, siguiendo el criterio marcado por el Informe 41/96, de 22 de julio, es necesario indicar que ya se ha respondido en el epígrafe anterior que sí les resultan de aplicación las normas del contrato menor. No obstante, sí parece conveniente pronunciarse sobre la posibilidad de recurrir a las normas del procedimiento negociado sin publicidad.*
- *El recurso al contrato negociado sin publicidad regulado en el artículo 168 tiene unas causas tasadas muy estrictas derivadas de la necesidad intrínseca de proteger el principio básico de la libre competencia a través de la publicidad de los contratos. (...)*
- *A la luz de la nueva Ley 9/2017 podemos apreciar que el artículo 168 a) 2º alude a esta causa nuevamente, por lo que podemos llegar a la conclusión de que resulta posible seguir recurriendo al procedimiento negociado sin publicidad para contratos de carácter artístico en que la prestación tenga la peculiaridad de su carácter único, sin perjuicio de que cuando resulte procedente en función del valor estimado del contrato también se pueda utilizar el contrato menor.”*

CONCLUSIÓN

Expuesto todo lo anterior, para concluir sobre la procedencia de la tramitación de un contrato de patrocinio en las condiciones planteadas en el presente supuesto, el matiz fundamental consistirá en determinar si va a haber contraprestación económica a favor del tercero; ya que, en dicho caso estaremos ante un contrato y nunca ante una subvención, que por otra parte no procedería, al haberse concedido ya una por esta entidad, para la promoción de esa actividad.

Es decir, procederá la tramitación de un contrato de patrocinio únicamente si el interés de este ente es el de obtener un “retorno publicitario”; dicho de otra manera, que se trate de un interés en la publicidad, siendo indiferente la actividad patrocinada; diferenciándose así





de la subvención, cuyo objetivo es el hacer posible una actividad considerada de interés público, con independencia de que pudiera obtenerse cierto reconocimiento público de la ayuda concedida, puesto que es obligatorio que el beneficiario deje constancia de la misma en carteles y otros medios de difusión.

Lo importante en el supuesto de hecho planteado es que la colaboración en la publicidad del ICA por el patrocinado tenga entidad suficiente para constituir una contraprestación a la aportación económica que percibe, y así, descartar que pueda confundirse con una subvención, tal y como mantiene el informe 13/2012, de la Junta Consultiva de Contratación Administrativa de Aragón.

Debe existir una verdadera prestación a cambio de un precio satisfecho, ya que de lo contrario nos encontraríamos ante una subvención, no ajustada a derecho por las circunstancias concurrentes en el caso que nos ocupa.

Murcia. Documento firmado en la fecha indicada al margen.

LA TÉCNICO CONSULTOR

M^a José Gómez Egea

11.06/2024.14.57.13

GÓMEZ EGEA, MARIA JOSÉ

Esta es una copia auténtica imprimible de un documento electrónico administrativo archivado por la Comunidad Autónoma de Murcia, según artículo 27.3.c) de la Ley 39/2015. Los firmantes y las fechas de firma se muestran en los recuadros. Su autenticidad puede ser contrastada accediendo a la siguiente dirección: <https://sede.carm.es/verificardocumentos> e introduciendo el código seguro de verificación (CSV) CARM-249cd4-27f2-3019-e811-0050569534e7

