**ASPECTOS LEGALES DEL CONTRATO DE PATROCINIO**

Resumen

Por medio del presente se trata de explicar la naturaleza jurídica de uno de los contratos más utilizados en la actualidad pero que sin embargo sigue siendo un contrato atípico es decir que no se encuentra descrito en ninguna ley, este contrato es el contrato de patrocinio.

Concepto

El contrato de patrocinio publicitario es el *acuerdo de voluntades por el que el patrocinado, a cambio de una contraprestación económica, generalmente destinada a la realización de su actividad deportiva, benéfica, cultural, científica o de otra índole, se compromete a colaborar en la publicidad del patrocinador.*

El patrocinio es en esencia, la plasmación de una actividad publicitaria, una forma de publicidad en la que intervienen dos partes, el patrocinador-anunciante y el patrocinado.

Elementos del contrato:

1. **Prestación económica:** Suele ser una ayuda que el patrocinador hace para que el patrocinado pueda llevar a cabo una actividad, cultural o deportiva, ayuda que debe ser **valorable económicamente,** en dinero o en bienes (por ejemplo, material para el ejercicio de la actividad), o mediante una combinación de ambas.
2. **Actividad ajena:** La actividad del patrocinado no suele tener nada que ver con la actividad empresarial del patrocinador (Ejemplo. Un banco patrocina un equipo de futbol, un concierto o una exposición); pero en el caso de las aportaciones en especie no ocurre así, por ejemplo, un alpinista recibe ropa técnica para una expedición o el fabricante de cascos provee de estos a un motociclista de competición.

Contratos con los que se asemeja:

* Contrato de autorización para el uso de determinados derechos de imagen, por ejemplo un fabricante de coches cede un vehículo a un deportista a cambio de colaboración publicitaria, autorizando éste el uso de su imagen.
* ♣ Contrato de prestación de servicios, por el que el titular o propietario de un equipo contrata los servicios de un deportista para que forme parte de dicho equipo.

Los mencionados son contratos diferentes al de patrocinio, pero suelen tener elementos comunes con éste y combinarse con contratos de patrocinio y de cesión de derechos de imagen.

Características Del Contrato

* Contrato patrimonial:
	+ Para el patrocinador: repercusión económica del patrocinio
	+ Para el patrocinado: prestación económica recibida.
* Contrato personalísimo: se hace en atención a una persona concreta (intuitu personae), por sus cualidades o características, y no es posible sustituir el patrocinado o ceder sus derechos a terceros.
* Contrato civil: no es un contrato mercantil por no ser su objeto un “acto de comercio”.
* Contrato atípico, consensual: no tiene regulación específica o régimen jurídico propio, No precisa de una forma especial y puede otorgarse verbalmente (aunque a efectos de prueba conviene que conste por escrito).
* Contrato bilateral y oneroso, Existen dos voluntades y genera obligaciones recíprocas entre ambas partes.

Legislación Aplicable

No existe legislación específica aplicable al patrocinio. En la redacción de contratos de patrocinio se aplicarán las reglas generales del Código Civil, quedando limitado lo que las partes deseen pactar tan solo por lo que establece el artículo 1823:

*Artículo 1823 CCH.- Los contratantes pueden poner las cláusulas que crean convenientes; pero las que se refieran a requisitos esenciales del contrato, o sean consecuencias de su naturaleza ordinaria, se tendrán por puestas aunque no se expresen, a no ser que las segundas sean renunciadas en los casos y términos permitidos por la ley.*

Sujetos Del Contrato

Patrocinador: por lo general suele tratarse de una persona jurídica que persigue fines comerciales, pero no hay impedimento alguno para que pueda ser una persona física o que persiga un objetivo no comercial ni publicitario, sino simplemente el prestar una ayuda a un tercero.

Es habitual la participación de varios patrocinadores en una misma relación con un patrocinado (copatrocinio), debiendo regularse las condiciones aplicables para que la coincidencia en un mismo patrocinado sea armónica entre ellos.

Tipos de patrocinador:

* Patrocinador principal: a cambio de una mayor contribución que los patrocinadores secundarios, (patronos, suministradores, empresas o medios de comunicación benefactores) obtiene mayor repercusión de su marca.

**Patrocinado:** Puede tratarse de una persona física o moral.

Puede tratarse de un artista o un deportista individual, un equipo deportivo, orquesta o grupo musical, una competición deportiva o cultural, un museo, un evento concreto, una expedición de montaña, una ONG para llevar a cabo ayuda humanitaria.

La contratación de un patrocinado persona física se podrá hacer:

* Con el artista o deportista directamente
* A través del representante o manager al que previamente el artista o deportista hubiera concedido la facultad de representación.
* Con una Sociedad, que será la representante del deportista y autorizada para la utilización de su imagen.
* Con un equipo deportivo u organizador de concierto o evento.

Objeto Del Contrato

* Compromiso de patrocinio al patrocinado por parte de la entidad patrocinadora para la participación de éste en una o varias actividades artísticas o deportivas concretas.

Vigencia Y Derecho De Renovación Preferente

* El contrato de patrocinio suele establecerse por una duración limitada, por un tiempo o para una temporada específica, o para competiciones, eventos o actividades concretos.
* Cláusulas de extensión, que suele exigir el patrocinador, para poder beneficiarse de un plazo adicional del contrato en el supuesto en que haya quedado satisfecho del resultado del patrocinio:
	+ Opción – derecho del patrocinador a renovar el contrato
	+ Derecho de tanto - derecho a contratar al patrocinado, en las mismas condiciones que las ofrecidas por un tercero, por un plazo adicional

Contraprestación, Facturación Y Forma De Pago

La retribución del patrocinado puede dividirse en dos conceptos:

* Importe fijo que el patrocinado recibirá por el mero hecho de la participación en la actividad y por la autorización del uso de su imagen y demás signos distintivos por parte del patrocinador en su actividad publicitaria.
* Bonus o primas variables: en función de los resultados del patrocinado, audiencia, número de asistentes a un evento, o su clasificación en una competición. El patrocinador puede querer limitar las primas a una cuantía máxima.

Penalizaciones

Para el caso en que el patrocinado no pueda participar en alguna de las actividades o competiciones patrocinadas, o no organice parte de los eventos a los que se había comprometido, el patrocinador se puede reservar el derecho a reducir un porcentaje de la cantidad que se paga.

El patrocinador se podrá reservar también el derecho de reclamar la correspondiente indemnización por los daños y perjuicios ocasionados.

**Excepciones:** no reducción en caso de lesión/enfermedad/fuerza mayor.

Modo de hacer constar los signos distintivos del patrocinador en el patrocinado o evento

Cuando el objeto del patrocinio es un evento o actividad, se reseñarán en el contrato con suficiente detalle la forma y modo de hacer constar las marcas del patrocinador en el evento y todas sus manifestaciones, así como las instalaciones que el organizador del evento pone a disposición del patrocinador.

En el contrato de patrocinio en el que el patrocinado debe utilizar una indumentaria especial, por ejemplo, el mono de cuero de un corredor de motos, suelen establecerse las siguientes condiciones:

* Obligación del patrocinado de utilizar la indumentaria y/o equipamiento del patrocinador;
* Obligación del patrocinado de lucir en su indumentaria y/o equipamiento la marca del patrocinador;
* Coordinación y ubicación de las marcas de los distintos tipos de patrocinadores en la indumentaria y/o equipamiento del patrocinado. Se establecerán las condiciones de incompatibilidad entre marcas, asignación de espacios concretos, colores, forma, etc...

Exclusividad

* Obligación del patrocinado de no contratar con competidores directos o indirectos del patrocinador durante un plazo de tiempo establecido.
* Compatibilidad de contenido y términos de los distintos contratos de patrocinio suscritos, para lograr la armonía de varios patrocinadores en un mismo proyecto

Naturaleza del contrato

El contrato de patrocinio es de naturaleza civil, y no se establece ningún tipo de relación laboral o societaria entre las partes, lo cual, para evitar dudas, suele mencionarse en los contratos, especialmente en los que el patrocinado es una persona física.

Terminación Del Contrato

**Causas de terminación:**

* Incumplimiento de las obligaciones derivadas del contrato. Posibilidad de subsanación en un plazo determinado.
* Incursión del patrocinado en un acto que dañe la imagen del patrocinador. Daños y perjuicios causados.
* Cláusula penal acumulativa en caso de resolución unilateral anticipada. Abono de una cantidad determinada por la parte que decide resolver el contrato.
* Muerte del patrocinado

Referencias Bibliográficas

Código Civil para el estado de Jalisc

Código Civil Federal

**El patrocinio publicitario, una nobel figura contractual, una nueva forma de comunicar, una modalidad de la estrategia del marketing de Pedro Alfonso Labariega Villanueva, Biblioteca Juridica Virtual del instituto de investigaciones jurídicas de la UNAM**