

ASUNTO: CONVOCATORIA PÚBLICA DE PATROCINIOS DE INTERÉS REGIONAL DE LA FUNDACIÓN IMPULSA CASTILLA-LA MANCHA. AÑO 2025.

Consideraciones jurídicas que fundamentan la calificación de los solicitantes como NO APTOS para su inclusión en la convocatoria de patrocinios de interés regional correspondiente a la anualidad 2025.

1.- Solicitudes del 100% del importe total del evento.

Motivación de la desestimación:

En aplicación de los principios que rigen el patrocinio como una figura jurídica diferenciada de la subvención y de la contratación pública, la solicitud presentada no puede ser estimada, dado que el patrocinio solicitado representa el 100% del coste total del evento. El patrocinio publicitario debe implicar una relación bilateral en la que el patrocinador obtiene un retorno publicitario en contraprestación a su aportación económica, sin constituir la financiación exclusiva del evento.

Tal criterio se encuentra respaldado por la **Junta Consultiva de Contratación Pública del Estado**, que ha señalado en distintos informes (por ejemplo, el **Informe 42/14**) la importancia de diferenciar el patrocinio de otras figuras jurídicas, enfatizando que un patrocinio en el que la totalidad del coste de la actividad sea sufragado por el patrocinador puede ser interpretado como una forma de subvención, debiendo en tal caso seguir el procedimiento legalmente previsto para dicha figura conforme a la **Ley 38/2003, de 17 de noviembre, General de Subvenciones**.

Asimismo, el **Tribunal de Cuentas**, en su labor de fiscalización, ha señalado en reiteradas ocasiones la necesidad de evitar que el patrocinio encubra figuras de contratación pública o ayudas públicas sin la adecuada concurrencia y transparencia. En este sentido, los artículos **25 y 26 de la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público (LCSP)** delimitan la naturaleza del patrocinio como un contrato privado, diferenciándolo de una prestación de servicios o de un encargo directo.

Por todo lo anterior, y dado que la concesión del patrocinio en las condiciones propuestas podría desvirtuar su naturaleza jurídica, generando dudas sobre su adecuación a derecho, procede la desestimación de la solicitud presentada.

2.- Productos culturales.

Motivación de la desestimación:

La solicitud presentada no puede ser estimada, dado que el objeto del patrocinio solicitado es la financiación de un producto cultural, lo que desvirtúa la naturaleza propia del patrocinio publicitario y lo acerca más a una subvención.

El patrocinio, conforme a los artículos **25 y 26 de la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público (LCSP)**, es un contrato de carácter privado cuyo objetivo principal es la obtención de un retorno publicitario para el patrocinador. En este sentido, la Junta Consultiva de Contratación Pública del Estado ha señalado en distintos informes (por ejemplo, el **Informe 42/14**) que el patrocinio debe diferenciarse de la subvención, ya que en este último caso el beneficiario recibe fondos públicos para la financiación de una actividad sin que exista una contraprestación publicitaria directa, lo que es ajeno al concepto de patrocinio.

Asimismo, el **Tribunal de Cuentas**, en su función de fiscalización del gasto público, ha reiterado en diversas resoluciones la necesidad de que los contratos de patrocinio respondan a su verdadera naturaleza y no se utilicen como un mecanismo para financiar actividades que, por su objeto y finalidad, deberían acogerse al régimen de subvenciones conforme a la **Ley 38/2003, de 17 de noviembre, General de Subvenciones**. En este sentido, la producción de productos culturales como libros, películas, discos o videojuegos implica un apoyo económico para su desarrollo y difusión, sin que necesariamente se garantice un retorno publicitario directo, lo que impide que tales actividades puedan encajar dentro del marco jurídico del patrocinio.

Por todo lo anterior, y con el fin de preservar la correcta aplicación de los fondos públicos conforme a la normativa vigente, procede la desestimación de la solicitud presentada.

3.- Proyectos sin retorno publicitario.

Motivación de la desestimación:

El patrocinio publicitario, conforme a los artículos **25 y 26 de la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público (LCSP)**, es un contrato de naturaleza privada en el que el patrocinador realiza una aportación económica a cambio de un beneficio en términos de difusión y visibilidad de su imagen. En este sentido, el elemento esencial del patrocinio es la obtención de un **retorno publicitario** que justifique la inversión realizada con fondos públicos.

La solicitud presentada no cumple con este requisito fundamental, ya que el proyecto carece de un alcance o repercusión suficiente para garantizar una adecuada difusión de la imagen institucional del patrocinador. Así lo han indicado diversos informes de la **Junta Consultiva de Contratación Pública del Estado**, en los que se enfatiza que, para que el patrocinio pueda ser considerado como tal, debe existir un **beneficio tangible en términos de visibilidad** para el patrocinador, evitando que los fondos públicos se destinen a actividades que no generen impacto.

Asimismo, el **Tribunal de Cuentas**, en sus funciones de fiscalización del gasto público, ha subrayado la importancia de que los contratos de patrocinio sean objeto de un análisis previo que justifique su rentabilidad en términos de imagen y comunicación institucional, evitando así que se formalicen contratos de patrocinio sin un retorno publicitario real, lo que podría comprometer el principio de eficiencia en la gestión de los fondos públicos.

Dado que la propuesta presentada no ofrece garantías de retorno publicitario ni demuestra una capacidad suficiente de impacto mediático o difusión, **procede su desestimación** por no cumplir con los requisitos esenciales del patrocinio publicitario y no ajustarse a los principios de eficacia y eficiencia en el uso de recursos públicos.

Fdo. Gestor jurídico y de contratación

Fundación Impulsa Castilla-La Mancha