

Crónica del IX Encuentro LFP de Derecho del Deporte (21 de abril de 2015)

Por Laura Baza y Delia Castaños

Enviadas especiales de IUSPORT

Tuvimos la oportunidad de asistir el pasado martes día 21 de abril a la novena sesión de los Encuentros de Derecho Deportivo de la LFP.

El Dr. Alberto Palomar Olmeda, Profesor Titular Acreditado (ANECA) de Derecho Administrativo de la Universidad Carlos III, como primer ponente inició su conferencia sobre la actualidad jurídica deportiva.

El primer caso a comentar ha sido la concesión de becas para deportistas en las Residencias deportivas. Según la Orden de 20 de marzo de 2015, para poder optar a recibir una beca para una residencia sita en Castilla y León, se ha de estar en posesión de licencia federativa en vigor emitida por la Federación de Castilla y León por el deporte para el que se propone para la beca en la fecha en que finalice el plazo de presentación de solicitudes.

Además, como segundo requisito, se ha de pertenecer a un club deportivo de dicha Comunidad Autónoma, en la fecha en que finalice el plazo de presentación de solicitudes

El segundo tema que el ponente comentó ha sido la Ley 6/2015, de Baleares, de 30 de marzo por el que se regula el mecenazgo deportivo. En dicha ley se definen los conceptos de mecenazgo y de empresa deportiva, así como también se delimitan los proyectos y las actividades deportivas.

En este caso, se ha cambiado la expresión por la de "interés social" y entran en el tema los beneficios sociales. A su vez, también se define la definición de comodato. A los efectos de esta ley se entiende por mecenazgo deportivo la participación privada en la realización de los proyectos o actividades deportivas incluidos en el ámbito federativo, los proyectos o las actividades deportivas que son declarados de interés social por la consejería competente en materia de deportes y la investigación, documentación y restauración del patrimonio deportivo de las Illes Balears.

Para terminar, se entenderá como empresa deportiva la persona física o jurídica que, con domicilio fiscal en el territorio de la comunidad autónoma de las Illes Balears, en nombre propio, de manera habitual y con ánimo de lucro, se dedica a promocionar, difundir, comercializar y/o conservar servicios o productos de contenido deportivo como actividad principal.

La Ley 5/2015, de la Actividad Física y el Deporte en Castilla La Mancha, ha sido el tercer caso que el Dr. Palomar ha repasado. En su opinión, esta ley es muy novedosa. Para empezar, el concepto de deportista profesional, se encuentra dentro del ámbito de aplicación del Real Decreto 1006/1985, de 26 de junio, que regula la relación laboral especial de los deportistas profesionales y aquellos que por su práctica deportiva se encuentren en situación de alta en el Régimen Especial de Trabajadores Autónomos de la Seguridad Social, considerándose deportistas aficionados todos aquellos que se encuentren en una situación distinta a las descritas.

Los deportistas, por su vinculación a una federación deportiva, se considerarán federados aquellos que realicen la práctica dentro de la organización de una federación deportiva autonómica o estatal en virtud de posesión de una licencia federativa. También se considerarán deportistas de alto nivel o de alto rendimiento en el ámbito territorial de Castilla La Mancha, los que hayan sido calificados como deportistas de alto nivel por la Administración General del Estado o por la Junta de Comunidades de Castilla La Mancha.

En el artículo 82 de dicha ley, menciona el tema del dopaje, que en este caso, pasará a ser potestativo. En este caso, la Consejería competente en materia de deportes, podrá establecer acciones de prevención, control y sanción.

El ponente también ha comentado el Estatuto de intermediarios de 1 de abril de 2015, en el cual se reconoce que FIFA tiene posición predominante. En el artículo 2 se hace referencia que todo intermediario que participe en una transacción deberá estar registrado, con el fin de lograr transparencia. Además, se solicitará a las asociaciones que pongan en marcha un sistema público de registro de intermediarios, en el que estos deberán figurar cada vez que participen en una transacción específica.

Si el intermediario fuera una persona jurídica, deberá tener constancia la asociación que los representantes de dicha entidad gozan de una reputación intachable. Además también se deberá demostrar que el intermediario no mantiene ninguna relación contractual con ligas, asociaciones, confederaciones o la FIFA, que pudiese crear un conflicto de intereses. Para terminar, dejarán constancia por escrito los principales puntos de la relación jurídica entre jugador o el club y el intermediario. La remuneración no podrá superar el tres por ciento del ingreso bruto base del jugador correspondiente al periodo de vigencia del contrato.

Para terminar las novedades jurídicas de este periodo, el ponente repasó el Reglamento de la RFEF, en el cual, hay un procedimiento de Registro que se aporta la solicitud, una entrevista personal, la documentación y un currículum vitae con fotos. Todo esto genera la inscripción.

Tras la exposición sobre noticias de actualidad Alberto Palomar continuó con lo que debía haber sido el turno de Antonio Sempere pero que esta vez, desgraciadamente, no pudo asistir. Como siempre, el profesor Sempere había

seleccionado unas cuantas sentencias de diversas ramas del Derecho todas relacionadas con el mundo del Deporte.

La primera de ellas se trataba del reciente fallo de la Sala de lo Contencioso-Administrativo de la Audiencia Nacional en relación con la sanción a la cadena televisiva Cuatro por exceso de publicidad en la emisión. En este sentido, El Secretario de Estado de Telecomunicaciones había impuesto a Mediaset un total de cinco sanciones por superación de límites de tiempo de publicidad. Según Mediaset, la publicidad había sido de productos propios derivados de programas y comercializados por Famosa, de modo que no se había incurrido en ilícito alguno por exceder los tiempo de publicidad.

Palomar incidió en que la Ley de Comunicación Audiovisual permite un máximo de 12 minutos de publicidad por hora, y que no computa la telepromoción si no supera los tres minutos por hora y los 36 por día. La AN declaró que al no acreditarse la titularidad por parte de Mediaset de los derechos de los productos promocionados se debía confirmar la sanción impuesta.

En segundo lugar Palomar comentó brevemente el supuesto de un árbitro descendido de categoría por malos resultados y la resolución de la Audiencia Provincial de Asturias, Sala Civil desestimando la demanda presentadas por cuistiones formales. El Comité de Técnicos de Árbitros de la RFEF fue el órgano que acordó el descenso de dicho árbitro y la sanción se impugnó ante la jurisdicción civil.

No se declaró falta de competencia sino prescripción de la acción. En este sentido Palomar nos indicó que existe una doctrina del TS que aplica un plazo de 40 días para impugnar este tipo de decisiones, y al haber transcurrido más de dos años para impugnar la decisión se desestimó la demanda por falta de acción.

En tercer lugar Palomar incidió en la sentencia seleccionada por Sempere en relación con un conflicto entre una empresa organizadora de un campeonato de Taekwondo y una empresa de limpieza que había sido subcontratada para prestar dichos servicios durante el campeonato. La empresa limpiadora reclamó ante la audiencia provincial de Madrid, sala de lo civil, una cantidad de 42.000 euros por los servicios prestados y que no había sido abonados por la empresa organizadora.

Ésta última había intentado apropiarse la cantidad correspondiente a la limpieza del recinto durante el campeonato alegando que la Federación le había encargado en exclusiva todos los servicios inherentes al campeonato, incluyéndose entre ellos el de limpieza.

La AP entiende que la empresa organizadora no era una empresa mandataria, sino que había asumido la prestación de unos servicios y la facultad de contratar a entidades que los llevaran a cabo. En consecuencia, al acreditarse la prestación efectiva de los servicios por parte de la empresa de limpieza, si bien no existía contrato escrito entre la empresa de limpieza y la organizadora, la AP confirmó

la sentencia de instancia y declaró la obligación de abonar los 42.000 a la empresa prestataria del servicio de limpieza, esto es, la empresa de limpieza.

En cuarto lugar de nuevo un supuesto de relación laboral vs. relación mercantil a tenor de la extinción de un contrato, esta vez del preparador físico del celta. Éste prestaba servicios tres tardes a la semana tres horas al día y cobraba entre 400-500 euros al mes.

De un día para otro, se prescinde de sus servicios verbalmente el TSJ de Galicia entiende que ñps que ha habido es un despido, porque la práctica deportivas compensada de presume que se corresponde con salario. Se entiende, por tanto, que ha tenido lugar un despido improcedente.

En quinto lugar, Palomar comentó la sentencia seleccionada por Sempere en relación con un Director Deportivo que fue despedido por causas objetivas vigente un ERTE por el que su relación laboral se hallaba suspendida. La jurisprudencia entiende que lo anterior es posible ya sea porque aparezca una causa distinta y sobrevenida a la del ERTE o porque la misma causa sufra un cambio sustancial y relevante. En este caso ninguna de las anteriores alternativas se daba, por lo que el TSJ de Cantabria estimó la demanda del Director Deportivo afirmando que estando vigente un acuerdo colectivo el Club no podía decidir dejarlo sin efecto unilateralmente.

En último lugar Palomar resaltó un caso de nuevo sobre derecho laboral deportivo, esta vez en relación con qué cantidad debía abonarse a un futbolista despedido el 17 de enero, acabando el mercado de invierno el 31 de ese mismo mes. Se estima que el jugador debía tener derecho a las primas por partido jugado si hubiera continuado en el equipo. Se entendió que su caché no era muy alto por haber sido fichado por el Orihuela...

A continuación, antes de la pausa para el café, le tocó el turno a José Luis Fraile Quinzaños, Socio Laboralista de Sagardoy y letrado representante de Movilla en su procedimiento frente al Rayo Vallecano.

El pasado 16 de enero de 2015 se pronunció la Audiencia Provincial de Madrid en este asunto, si bien dicho fallo puede no ser definitivo dado que se ha anunciado recurso de casación frente al mismo. El Sr. Fraile incidió en lo curioso del fallo: se ha estimado parcialmente la demanda que interpuso la administración concursal frente al Rayo Vallecano y frente a Movilla, lo que se traduce en que se ha anulado el contrato de 14 de julio de 2011 por el que en el seno del concurso se había rebajado el salario del jugador, se ha declarado la ineficacia parcial del contrato de 15 de febrero de 2011 estimando que el salario bruto anual de Movilla era de 327.589,76 a los efectos del concurso y no se ha apreciado mala fe del jugador, no condenando en costas a ninguno de los litigantes.

Fraile recordó los antecedentes del caso. Movilla tenía un contrato con el Rayo Vallecano por dos temporadas en 2009. Dicho contrato establecía que si el Club ascendía a 1ª. División el contrato se prorrogaría y se mejorarían las condiciones

laborales del futbolista. Sin embargo, a la vez que el Club ascendía a primera división, en julio de 2011 entra en concurso de acreedores y se nombra a la administración concursal.

En este contexto, se llegó a un acuerdo con el jugador para rebajarle el salario pero, sin embargo, la administración concursal no aceptó el nuevo contrato. Por otra parte, hasta dos días antes del inicio de la temporada 2012-2013 Movilla no obtuvo la licencia federativa que le habilitaría a jugar en la Liga de Fútbol Profesional. En instancia se declara la rescisión parcial del contrato de febrero de 2011 y la nulidad del contrato de julio, porque éste último no había obtenido la aprobación de la administración concursal.

En opinión del ponente lo que tuvo lugar en julio de 2011 fue una modificación sustancial de las condiciones de trabajo y, por tanto, la vía de resolución debería haber sido la jurisdicción social y no la civil. En cualquier caso, concluyó su ponencia recordando a los asistentes que el tema de las diferencias salariales del jugador está pendiente de resolución en la vía social, procedimiento que se halla suspendido en el Juzgado de lo Social número 28 de Madrid, a la espera de la resolución final de la vía civil.

Tras la pausa para el café, y para finalizar la sesión, tuvimos la oportunidad de escuchar al Sr. Carlos Chaguaceda Álvarez, Director de Comunicación de UNESA con la ponencia "El patrocinio deportivo: retos y tendencias".

El ponente inicio la exposición comentando que el 80% de las marcas creen que ofrecen experiencias únicas a los consumidores, mientras que solo el 8% de los consumidores creen que las marcas les ofrecen experiencias únicas. De la misma manera, el ponente ha comentado que los ciudadanos dicen que no pasaría nada si desaparecieran el 73% de las marcas. De esta manera, el Sr. Chaguaceda ha iniciado la exposición sobre la estrategia de los sponsors y como los consumidores reciben la información.

Un sponsor es una ayuda económica que realiza una entidad a una persona o equipo a cambio de publicidad, según el Manual del patrocinio, es un convenio entre una persona física o jurídica con el fin de que esté presente la marca o el producto que desea promover la empresa patrocinadora. Lo que piensan las empresas es que no quieren ver que su dinero está mal aprovechado. El ponente ha comentado que las marcas son los resultados que las acciones realizan. Precisamente, lo que nadie puede replicar son las emociones de la gente, por eso es más importante crear una marca que crear un producto.

¿Cómo está el mercado hoy en día? según el principio de Pareto, es la regla del 20/80 donde los activos interesantes son pocos y a su vez son costosos. A veces también se da una concentración de sponsors, tanto en los eventos patrocinados como en los patrocinadores, y esto como consecuencia da una saturación e indiferenciación.

En la misma línea, ha comentado que el mercado ha cambiado y no vale lo mismo un sponsors hace siete años que hoy en día. Una estrategia que hoy en

día parece funcionar es la de los “naming rights”, que son estrategias y tendencias para comprar un evento, que, aunque tiene un riesgo elevado, si sale bien, da mucha notoriedad a la marca. La estrategia ya no es funcionar, si no, es “hacer acciones”. En este caso, ha nombrado el ejemplo de que Coca Cola ya no patrocinará los siguientes Juegos Olímpicos.

Algunas estrategias de éxito es la diferenciación del patrocinador total, exclusivo o de la propia competición. El patrocinio es solo el comienzo, lo importante es la ejecución: la negociación de las cláusulas, la protección frente a terceros y la colaboración con los medios de comunicación. Para terminar, en toda acción, lo importante también es el factor suerte.

Laura Baza y Delia Castaños -abogada laboralista en Gómez-Acebo & Pombo-, enviadas especiales de Iusport

Madrid, 21 de abril de 2015.

© *Iusport*. 1997-2014.

www.iusport.com