

ÍNDICE

Abreviaturas.....	7
Nota de la autora.....	11

CAPÍTULO I

El patrocinio del deporte

A. El impulso de las actividades deportivas con anterioridad a la Constitución Española de 1978.....	15
B. Los mecanismos del patrocinio en el Ordenamiento jurídico deportivo.....	19
C. La regulación estatal de las figuras de financiación del deporte con componente publicitario o divulgativo.....	26

CAPÍTULO II

El contrato publicitario de patrocinio deportivo

A. Justificación de la denominación empleada en el negocio jurídico.....	31
B. Encuadre normativo de la figura contractual.....	37
C. Naturaleza jurídica del contrato de patrocinio deportivo.	42
1. La integración de los contratos publicitarios por las reglas generales del Derecho común.....	43
2. Jurisdicción y competencia.....	50

D. Características del negocio jurídico	53
1. Atipicidad	53
2. Carácter sinalagmático.....	61
a) El incumplimiento contractual. Artículos 18 y 19 de la Ley 34/1988 & artículo 1.124 del Código Civil.....	63
b) Las circunstancias sobrevenidas en el cumplimiento del contrato. La fuerza mayor y la cláusula <i>rebus sic stantibus</i>	68
3. Consensualidad	73
4. Onerosidad	81
5. No aleatoriedad.....	84
6. Negocio jurídico <i>intuitu personae</i>	85
E. Elementos del contrato de patrocinio.....	88
1. Consideraciones generales respecto de la intervención de las partes en el contrato de patrocinio deportivo	89
a) El patrocinador	94
b) El patrocinado	97
2. Objeto y causa.....	99
a) El objeto en la esponsorización deportiva.....	101
a') <i>La regulación de la actividad publicitaria con especial incidencia en el deporte</i>	104
b) La causa onerosa en los patrocinios	117
F. La actividad de las partes derivada del contrato de patrocinio deportivo	121
1. Obligaciones y derechos de las partes	124
a) El patrocinado	124
b) El patrocinador.....	125
2. Pactos más comunes en la esponsorización deportiva...	131
G. Figuras afines al contrato de patrocinio deportivo.....	139
1. Tipos contractuales que pueden advertirse en la configuración del patrocinio deportivo.....	140
2. Alternativas que permiten materializar la prestación publicitaria contraída en la esponsorización	145

CAPÍTULO III

La intervención de la Administración Pública en el patrocinio del deporte

A. La incidencia del deporte como instrumento de la publicidad institucional	152
B. Objeto y delimitación del contenido de la campaña institucional de publicidad en el contexto estatal	159
1. La interpretación del artículo 1.2 de la Ley 29/2005 PCI. La articulación del contrato de patrocinio deportivo en este contexto.	161
2. Presupuestos de la actividad publicitaria institucional en la Ley 29/2005 PCI y en sus homólogas autonómicas	171
3. Límites de la publicidad institucional	178
C. Instrumentos que articulan la ayuda económica a cambio de la participación del patrocinado en la publicidad corporativa del patrocinador.....	181
1. La subvención	187
2. La celebración de convenios de colaboración entre la Administración y personas físicas o jurídicas sujetas al Derecho Privado	194
3. Encuadramiento como contrato privado del Sector Público.....	204
4. Ensayo sobre el encaje del patrocinio deportivo en los contratos de naturaleza administrativa especial.....	208

CAPÍTULO IV

El convenio de colaboración empresarial en actividades de interés general como mecanismo del mecenazgo

A. El mecenazgo: La participación privada en actividades de interés general.....	217
1. Los mecanismos del mecenazgo.....	219
a) Vías del mecenazgo en las provincias de Álava, Guipúzcoa y Vizcaya.....	230

b) Las actividades deportivas en el contexto de los programas prioritarios del mecenazgo en los Territorios Históricos del País Vasco	233
a') Álava	233
b') Vizcaya	234
c') Guipúzcoa	236
c) Los mecanismos del mecenazgo en el Territorio Foral de Navarra	239
2. Las entidades deportivas sin fines lucrativos como entidades beneficiarias del mecenazgo	244
3. La conceptualización de la actividad deportiva como actividad de interés general	248
C. Elementos que le confieren especificidad al convenio de colaboración empresarial o convenio del mecenazgo.....	254
1. Los sujetos que intervienen en el convenio de colaboración empresarial en actividades de interés general	260
2. El cumplimiento de los fines de interés general como objeto del negocio jurídico	269
a) Forma y contenido de la actividad de difusión.....	272
b) La ayuda económica en el contexto del convenio de colaboración empresarial.....	283
3. La ausencia de causa onerosa en el convenio de colaboración empresarial.....	287
4. Los convenios de colaboración empresarial en los Territorios Históricos del País Vasco y en la Comunidad Foral de Navarra.....	298
D. Diferencias entre los contratos de patrocinio deportivo y los convenios de colaboración empresarial en actividades de interés general.....	305
1. El objeto	305
2. La causa	309
3. La forma.....	310
4. Los sujetos.....	312
5. La sujeción al Impuesto sobre el valor añadido del contrato de patrocinio deportivo frente a la no sujeción del convenio de colaboración empresarial	314

Conclusiones	319
Anexos	325
Bibliografía	337