



EURORAI
EUROPEAN
ORGANIZATION
OF REGIONAL
AUDIT INSTITUTIONS



ACCOUNTS CHAMBER
OF THE REPUBLIC OF TATARSTAN



SINDICATURA DE COMPTES
DE LA COMUNITAT VALENCIANA

Seminario internacional

“La auditoría de las inversiones públicas en el ámbito del deporte”

La auditoría de los patrocínios deportivos

La experiencia de la Sindicatura de Comptes de la Comunitat Valenciana

Kazán, 23 de mayo de 2017

Antonio Mira-Perceval Pastor

Comunitat Valenciana

- Superficie 23 255 km²
- Población 4 959 968 hab.
- Capital Valencia
- Idiomas Castellano/ Valenciano
- Pres. Regional 17.725 millones €



La Sindicatura de Comptes de la Comunitat Valenciana

- Empleados 84
- Presupuesto 7,27 millones €
- Entidades Fiscalizadas:
 - Sector público regional
 - Administración
 - 44 entidades dependientes
 - Sector público local
 - 620 entidades territoriales
 - 227 entidades dependientes

| inicio | accesibilidad | intranet | mapa web | buscar | valència | |

SINDICATURA DE COMPTES DE LA COMUNITAT VALENCIANA

La Sindicatura
Nuestros informes
Normativa
Entidades locales
Miscelánea
BADESPAV
Sede electrónica



SEDE ELECTRÓNICA

Videos tutoriales nueva SEDE ELECTRÓNICA

PERFIL DE CONTRATANTE

X Premio de Investigación "Mestre Racional"

MEMORIA Y CUENTAS ANUALES 2015

PROGRAMA ANUAL DE ACTUACIÓN 2017

ASOCEX

100% renovables



La Sindicatura
Información sobre la institución: composición organización, estructura, programa anual
[\(Summary in English\)](#)



Eurorai
EUROPEAN ORGANIZATION OF REGIONAL AUDIT INSTITUTIONS



Área de entidades locales
Toda la actividad sobre las entidades locales de la Comunitat Valenciana

BADESPAV

Últimas noticias

| | |
|------------|--|
| 10/04/2017 | La Sindicatura de Comptes presenta a Les Corts la auditoría operativa de la concesión de asistencia sanitaria de Manises |
| 14/03/2017 | Las entidades locales valencianas acumulan facturas pendientes de aplicar a presupuesto por valor de 122,8 millones de euros |
| 27/02/2017 | Vicent Cucarella presenta en les Corts el Informe de fiscalización de la Cuenta General de la Generalitat del ejercicio 2015 |
| 15/02/2017 | La Sindicatura de Comptes entrega el X Premio Mestre Racional a Jordi Vila i Vila por su trabajo sobre políticas presupuestarias |
| 08/02/2017 | La Sindicatura de Comptes pide a les Corts la necesidad de contar con capacidad sancionadora |

[más noticias...](#)



Nuestros informes
Publicamos todos nuestros informes en la web. Reflejan la labor fiscalizadora y de control de la Sindicatura.



Miscelánea
Aquí encontramos información sobre otras actividades: premio de investigación, publicaciones, concursos, enlaces



Portal del ciudadano
El Portal Rendición de Cuentas es una iniciativa para facilitar la rendición de cuentas de las EELL y permitir a los ciudadanos el acceso a la información y conocer la gestión desarrollada.

TRANSPARENCIA

Portal de Transparencia

Últimos informes

| | |
|------------|--|
| 26/04/2017 | Informe de fiscalización de diversos aspectos de la gestión del Ayuntamiento de Favara. Ejercicios 2014 y 2015 |
| 12/04/2017 | Informes de fiscalización sobre el control interno de los Ayuntamientos de Novelda, Xàtiva y Xirivella. Ejercicio 2015 |
| 10/04/2017 | Auditoría operativa de la concesión de la asistencia sanitaria integral en el Departamento de Salud de Manises. Ejercicios 2009-2015 |
| 31/03/2017 | Informes de fiscalización sobre el control interno de los Ayuntamientos de Benicarló y Onda. Ejercicio 2015 |

[más informes](#)

Sindicatura de Comptes, C/ Sant Vicent, 4 - 46002 València
Tel. +34963876400 - Fax +34963876419 - sindicom@gva.es

Formas de apoyo al deporte

- Subvenciones
 - Concurrencia
 - Previsión en los presupuestos (nominativas)
- Contratos de Patrocinio
- Compra derechos de transmisiones audiovisuales (forma encubierta de apoyo)
- Avales concedidos a través del Instituto Valenciano de Finanzas
 - Apoyo reciente. Ante dificultades de determinados clubs para sobrevivir.
 - La Generalitat fue “de facto” propietaria del Valencia C.F. durante un tiempo.
 - La Generalitat es en la actualidad propietaria del campo del equipo de fútbol de Alicante
 - (Estas ayudas han sido declaradas ilegales por la UE y deben devolverse)



¿Apoyo al deporte, al espectáculo, o a las entidades deportivas?

- Ausencia de concurrencia
 - La mayor parte de los fondos los recibían entidades concretas mediante contratos y convenios formalizados con la administración regional.
- Falta de equivalencia entre los fondos aportados por la Administración y las contraprestaciones de las entidades.
 - Subvención encubierta sin las garantías de la Ley de Subvenciones
- Apoyo en función del impacto mediático
 - ¿qué se busca con el apoyo?
 - ¿El fomento de la actividad deportiva? → parece que no.
 - ¿Ayudar a entidades deportivas con un gran número de seguidores? → en el mejor de los casos se trata de ayudas a entidades con gran impacto económico. En el peor de los casos, se busca “fidelizar” como electores a los aficionados de unos determinados clubs de fútbol.



Algunas incidencias observadas

- Distintas empresas de la Generalitat Valenciana han patrocinado al mismo tiempo a un mismo club de fútbol.
- A veces la contraprestación ha incluido obligaciones tan singulares como poner a disposición del patrocinador un número de entradas gratuitas o la posibilidad de viajar con el club y alojarse en el mismo hotel que éste.
- En los contratos más antiguos no existía ni siquiera una evaluación del impacto publicitario del patrocinio.
- A veces se ha pagado el importe del cumplimiento de los objetivos antes de presentar el informe justificativo.

El ejemplo de la TV valenciana y el fútbol

- Compra de derechos de emisión retransmisiones Valencia C.F. (2009)

| Conceptos | Compra | Venta |
|---------------------------------------|--------------|--------------|
| Copa, Liga y partidos internacionales | 17.105.865 € | 13.002.438 € |

- Ese mismo año, el presupuesto de subvenciones corrientes para actividades deportivas del gobierno regional fue de 12, 3 millones de euros (un solo club de fútbol obtuvo por esta vía, el equivalente al 33% del presupuesto total para apoyo a las actividades deportivas)

Patrocinio múltiple. El ejemplo del Villarreal C.F.

- Patrocinio desde empresas de la Generalitat Valenciana (temporada 2010/2011)

| Empresa pública patrocinadora | Importe |
|-------------------------------|-------------|
| Aeropuerto de Castellón | 4.050.000 € |
| Sociedad Proyectos Temáticos | 4.500.000 € |
| Agencia Valenciana de Turismo | 210.000 € |

- Ese mismo año, el presupuesto de subvenciones corrientes para actividades deportivas del gobierno regional fue de 12,4 millones de euros (un solo club de fútbol obtuvo por esta vía, el equivalente al 70% del presupuesto total para apoyo a las actividades deportivas)



Guía de Fiscalización de la Sindicatura de Comptes de la Comunitat Valenciana: Contratos de Patrocinio

- Interés de la Administración por:
 - Potenciar marcas de la Comunitat Valenciana.
 - Financiar *determinadas* actividades deportivas o culturales.
- Instrumentos jurídicos utilizados para una misma realidad económica:
 - Contratos de patrocinio
 - Convenios de colaboración
 - Subvenciones directas

Características del contrato de patrocinio - 1

- Contrato publicitario.
- Compromiso por parte del patrocinado de colaborar en la publicidad del patrocinador.
- La publicidad la realiza una entidad ajena a la actividad publicitaria (no se trata ni de un medio de comunicación, ni una agencia publicitaria).
- Se pretende aprovechar la relevancia social de la actividad del patrocinado.

Características del contrato de patrocinio - 2

- Se trata de un contrato oneroso.
 - El patrocinador no pretende el fomento de una actividad de interés público a través del destinatario de su aportación, sino obtener de él la colaboración publicitaria comprometida.
 - El patrocinado no aspira a beneficiar al patrocinador mediante la difusión de su nombre, marca o producto, sino a obtener los recursos económicos que éste se ha obligado a facilitarle.
- Si no hay onerosidad (equivalencia entre lo que paga la administración y el servicio que recibe), no hay contrato de patrocinio.

Guía de fiscalización de la Sindicatura de Comptes de la Comunitat Valenciana: Convenio de colaboración

- “Son convenios los acuerdos con efectos jurídicos adoptados por las Administraciones Públicas, los organismos públicos y entidades de derecho público vinculados o dependientes o las Universidades públicas entre sí o con sujetos de derecho privado para un fin común”. (Definición de la Ley 40/2015, de 1 de octubre, de Régimen Jurídico del Sector público)
- Suelen ser el instrumento habitual para canalizar las subvenciones de concesión directa, que pueden estar o no previstas nominativamente en la ley de presupuestos

Guía de fiscalización de la Sindicatura de Comptes de la Comunitat Valenciana: Subvención

- Subvención es toda entrega monetaria sin contraprestación, sujeta a la realización de la actividad que se pretende fomentar (actividad de utilidad pública o interés social o de promoción de una finalidad pública), y el beneficiario debe cumplir las obligaciones que se hubieran establecido, entre las que se encuentra publicitar la financiación de la actividad subvencionada.
- A diferencia del contrato de patrocinio, en la subvención el beneficiario se compromete a realizar la actividad subvencionada por la Administración y a justificar la aplicación de los fondos percibidos, de manera que resulta esencial el destino dado a dichos fondos. El beneficiario realiza una actividad para fines que le son propios y que, al mismo tiempo, se consideran de utilidad pública o interés social.

Notas esenciales de la subvención

- Entrega dineraria sin contraprestación
- Actividad subvencionada de interés público
- Justificación de que, efectivamente, se ha realizado la actividad subvencionada
- Cumplimiento de los requisitos de la normativa de subvenciones (entre ellos publicidad de la subvención)

Fiscalización de los patrocinios publicitarios-1

Patrocinio oneroso / Aspectos más importantes a comprobar

1. Debe estar justificada la necesidad e idoneidad del contrato. Las entidades fiscalizadas deben dejar constancia de la naturaleza y extensión de las necesidades que pretenden cubrirse mediante el contrato proyectado, así como de la idoneidad de su objeto y contenido para satisfacerlas. De lo contrario se deberá señalar un incumplimiento en el informe de fiscalización.

Fiscalización de los patrocinios publicitarios-2

Patrocinio oneroso / Aspectos más importantes a comprobar

2. Existencia de equivalencia entre las prestaciones, de acuerdo con los precios vigentes de mercado.

Para verificar que el precio del contrato es de mercado, deberá comprobarse si el expediente contiene alguna documentación justificativa que permita valorar las prestaciones que debe efectuar el patrocinado. A estos efectos, se podría comparar el coste del patrocinio publicitario con el coste de contratar servicios publicitarios profesionales para la obtención del mismo impacto o difusión pública. Asimismo, podría compararse el precio acordado con el que estaría dispuesto a pagar un patrocinador privado por las mismas prestaciones que debe efectuar el sujeto patrocinado, o cualquier otro medio que permita justificar la existencia de aquella equivalencia.

Fiscalización de los patrocinios publicitarios-3

Patrocinio oneroso / Aspectos más importantes a comprobar

3. En el caso de que no haya licitación, se comprobará la adecuada y suficiente justificación de las razones que legalmente facultan a la entidad pública para no aplicar los procedimientos previstos en la Ley de Contratos del Sector Público. En la aplicación del juicio profesional, habrá que tener en cuenta el distinto nivel de aplicación de la ley en función de la naturaleza jurídica de la entidad.

En el caso de que las razones esgrimidas por la entidad no justifiquen la no utilización de los procedimientos de contratación pública, se deberá recoger el incumplimiento en el informe de fiscalización.

Fiscalización de los patrocinios publicitarios-4

Convenios de colaboración. Subvenciones directas / Aspectos más importantes a comprobar

En aquellos casos en que los patrocinios se instrumenten mediante subvenciones directas, formalizadas normalmente mediante convenios de colaboración, deberá analizarse detenidamente su objeto para comprobar:

1. Si la entidad pública, en el ejercicio de su potestad de fomento, está concediendo una ayuda para financiar una determinada actividad considerada de utilidad pública o interés social que deberá realizar el beneficiario. Aunque se de publicidad a la subvención, lo fundamental es la realización de la actividad y la utilización de los fondos en ella.

En este caso, la subvención no canaliza un patrocinio publicitario, no hay prestación y contraprestación, propias de la actividad contractual.

Fiscalización de los patrocinios publicitarios-5

Convenios de colaboración. Subvenciones directas / Aspectos más importantes a comprobar

En aquellos casos en que los patrocinios se instrumenten mediante subvenciones directas, formalizadas normalmente mediante convenios de colaboración, deberá analizarse detenidamente su objeto para comprobar:

2. O bien, si el beneficiario, en el desarrollo normal de su actividad, se compromete a realizar actuaciones de promoción y difusión de determinadas marcas.

En este caso, existen acuerdos típicos de la actividad contractual, una prestación y una contraprestación, por lo que el convenio estaría instrumentando realmente un contrato.

Fiscalización de los patrocinios publicitarios-6

Convenios de colaboración. Subvenciones directas / Aspectos más importantes a comprobar

- En el primer caso, se comprobará el sometimiento de la ayuda concedida a los requisitos, obligaciones y procedimientos de la Ley de Subvenciones. Hay que hacer notar en el informe de fiscalización que, en este caso, la publicidad aparecerá en un plano secundario, desde el punto de vista causal, y consistirá en la obligación de dar difusión a la procedencia de los fondos recibidos. Nunca será la razón principal del otorgamiento.
- En el segundo caso, considerando que la entidad pública no está subvencionando una actividad/proyecto que deba ejecutar el beneficiario en su propio interés, deberá indicarse en el informe que la ayuda económica comprometida por la entidad pública no reúne los requisitos previstos en la Ley de Subvenciones para que pueda considerarse subvención pública, sino que se trata de un contrato de patrocinio que debe ajustarse a los principios del contrato oneroso.

Fiscalización de los patrocinios publicitarios-7

Convenios de colaboración. Subvenciones directas / Aspectos más importantes a comprobar

- En este segundo caso, el informe de fiscalización deberá pronunciarse sobre la inadecuación del convenio como instrumento jurídico para canalizar prestaciones publicitarias propias del contrato de patrocinio y sobre el incumplimiento de la Ley de Contratos del Sector Público. Incluso en el caso de que el convenio formalice subvenciones previstas nominativamente en los presupuestos de la Entidad Pública concedente, deberá indicarse que los presupuestos de la Entidad no son cobertura jurídica adecuada para contrataciones directas.

Conclusión

- El punto de vista de la Sindicatura:
 - Si hay equivalencia de prestaciones: se debe aplicar la ley de contratos.
 - Justificación de la necesidad y cálculo del coste del servicio a recibir
 - Concurrencia o justificación de la imposibilidad de la misma
 - Si no hay equivalencia: se debe aplicar la ley de subvenciones.
 - Determinación del interés público a satisfacer
 - Concurrencia o justificación de la imposibilidad de la misma
 - Justificación de la efectiva realización de la actividad subvencionada



¡Muchas Gracias!