

> Volver

> This Month

Novedades en Materia de Derecho Deportivo: FIFA, Tribunal de Arbitraje Regional, Contratos de Esponsorización

Rodrigo Ortega Sánchez, especialista en derecho deportivo, asociado del Estudio Beccar Varela



En esta entrevista a Rodrigo Ortega Sánchez* repasamos algunos de los principales temas de la agenda actual del derecho deportivo.

Desde el año pasado, la FIFA fue prohibiendo progresivamente las operaciones de financiación denominadas TPO ("Third Party Ownership") –y en mayo

de este año definitivamente-, generando importantes consecuencias tanto a nivel global como local. ¿Podrías darnos una breve introducción sobre el tema, focalizando en las principales consecuencias?

En diciembre de 2014 la FIFA aprobó la circular N°1464, la cual tiene por objeto la prohibición de las operaciones de financiación TPO ("Third Party Ownership"). La medida se adoptó teniendo en cuenta la modificación del comité ejecutivo de FIFA sobre el "Reglamento sobre el estatuto y la transferencia de jugadores". A través de dicha circular, el máximo organismo introdujo, entre otras cosas, la definición de *tercero*, quedando comprendidos dentro de la misma i) cualquier sujeto distinto de los clubes que intervienen en una transferencia, ii) los propios jugadores y iii) aquellos clubes que no sean el club de origen y el de destino, o cualquier otro club anterior en los que el jugador no hubiese estado inscripto previamente. La circular modificó la redacción del artículo 18 bis para reforzar la no influencia de terceros, prohibiendo a los clubes concertar un contrato que les permita a clubes contrarios o a cualquier tercero *"asumir una posición por la cual pueda influir en asuntos laborales y sobre transferencias relacionadas con la independencia, la política o la actuación de los equipos del club"*. Introdujo asimismo el artículo 18 ter, mediante el cual se prohíbe a clubes y jugadores firmar un contrato con un tercero que conceda a dicho tercero el derecho de participar del valor futuro de un potencial traspaso del jugador, o que le otorgue derechos relacionados con futuros fichajes o con el valor de éstos.

Es importante mencionar que los contratos suscriptos con anterioridad al 1º de enero de 2015 seguirán siendo válidos hasta su fecha de vencimiento contractual, mientras que aquellos suscriptos entre el 1º de enero de 2015 y hasta el 30 de abril de 2015 solo podrán tener un máximo de un año de vigencia.

Respecto de Argentina, el pasado 20 de febrero fue publicada en el Boletín Oficial una Resolución General de la AFIP (N°3740/2015) que establece que en los contratos relativos a derechos económicos de jugadores de fútbol, celebrados a partir del 1º de mayo de 2015, únicamente podrán pactarse cesiones de este tipo de derechos a favor de un club de fútbol o del jugador profesional involucrado. Por otro lado, respecto de los contratos vigentes hasta el 30 de abril de 2015, la resolución aclara que la AFIP cruzará datos con el TMS de la FIFA a fin de obtener información sobre los mismos.

Special Thanks to



CP & Asociados



Don't forget to add
info@ccab.com.ar to your

Los intermediarios vienen ocupando un importante lugar en la agenda de la FIFA; ¿en qué consiste la nueva regulación sobre los mismos?

Desde el pasado 1º de abril rige la nueva reglamentación sobre intermediarios denominada "*Regulations on Working With Intermediaries*" (RWI). Así, la FIFA informó que el sistema de agentes sería abolido para centrarse en transacciones realizadas mediante un sistema de intermediarios. Dichas transacciones estarán sujetas a una registración obligatoria en las distintas asociaciones con un detalle de los montos que perciben los intermediarios de cada uno de sus clientes.

La intención de la FIFA está focalizada tanto en regular el ingreso a la actividad como en establecer un mayor control por parte de sus asociaciones locales sobre la misma. Así, es evidente que, a través de esta reglamentación, la FIFA intenta delegar en las distintas asociaciones locales el deber de regular y controlar la actividad, facultándolas a reglamentar conforme su criterio, pero partiendo de los requisitos mínimos y obligatorios exigidos por la FIFA.

En la mayoría de las asociaciones locales, los intermediarios, para poder ejercer como tales, deberán cumplir con una variedad de requisitos, dentro de los cuales se encuentra la registración del intermediario ante la asociación.

Atento que cada una de las asociaciones locales se encuentra facultada para elaborar sus propios procedimientos y requisitos, es de esperar que la actividad de los intermediarios pueda verse directamente afectada en la práctica. Como consecuencia, entendemos que crecerán exponencialmente las consultas a abogados especializados en dicha materia ya que la interacción entre las normas de una asociación y otra no será para nada sencilla. Ello sin mencionar la contradicción entre las normas de orden público y las reglamentarias, siempre vigente en el debate jurídico.

Entonces, ¿cuáles serían las diferencias más significativas entre un intermediario y un agente?

La nueva reglamentación de la FIFA define a los intermediarios como personas físicas o jurídicas que, a cambio de una remuneración o gratuitamente, intermedian entre jugadores y clubes con miras a negociar o renegociar un contrato de trabajo y/o en la cesión temporal o definitiva de los derechos federativos de un jugador. De esta definición se desprenden ciertas diferencias significativas con la antigua figura de agente:

- La nueva regulación habilita a las personas jurídicas a actuar como intermediarios mientras que antes sólo las personas físicas podían ejercer como agentes.
- La nueva regulación permite prestar servicios de forma gratuita, mientras que la vieja regulación de agentes se aplicaba solo cuando había una remuneración.
- Los intermediarios, a diferencia de los agentes, no deberán tener una licencia, la cual era expedida por las asociaciones locales.

Más allá de las diferencias que podemos observar de estas definiciones, es importante destacar que, en la nueva reglamentación de FIFA, no se establece un plazo mínimo de duración contractual, es decir que cada asociación deberá regularlo en forma particular. Por otro lado, los agentes tienen prohibido cobrar comisiones a menores de edad.

¿Cómo se implementará a nivel local?

En junio la AFA dio a conocer su "*Reglamento sobre las relaciones con intermediarios*", sustituyendo con el mismo al reglamento que regulaba la actividad de los agentes, dando inmediata prescripción a las licencias previamente otorgadas.

Todo intermediario que participe en una transacción –representando a un club o a un jugador– deberá estar registrado ante la AFA. El artículo 4 del nuevo reglamento establece el *Procedimiento de Registro de los Intermediarios*. El solicitante deberá presentar una solicitud de inscripción ante el registro de la AFA. De ser admitida, la AFA lo convocará a una entrevista personal que tendrá por objeto

address book and ensure our email is delivered to your Inbox!

determinar si el candidato tiene aptitud para aconsejar a un jugador o a un club. Las entrevistas de los futuros aspirantes a intermediarios se producirán en dos fechas anuales en los meses de abril y septiembre. Si la entrevista se considera positiva, entonces la AFA solicitará ciertos requisitos previos para proceder al registro del intermediario.

Entendemos que los contratos de esponsorización son cada día más comunes en el derecho del entretenimiento, y más aún en el derecho deportivo. ¿Podrías describir a grandes rasgos este tipo de contratos? ¿Afectan al día a día de un club?

Así es, desde los años noventa se viene observando una verdadera revolución en materia de esponsorización deportiva, la cual no ha dejado de crecer hasta nuestros días, dando lugar, por ejemplo, a una progresiva profesionalización en la gestión de los organismos deportivos, o a la inclusión de departamentos de marketing deportivo en los clubes de fútbol.

Es notable que en relación a otros rubros publicitarios, los patrocinios deportivos estén creciendo por encima del promedio general. La popularidad de los deportistas y la creciente audiencia generan en las marcas el interés y la necesidad de estar presentes en todo tipo de espectáculos. Esta "presencia" de marcas se registra tanto en eventos deportivos masivos como en aquellos no tan populares, con el fin de asociar la marca a los valores del deporte o del deportista en particular.

Actualmente todo espectáculo deportivo conlleva una suerte de exposición de logotipos de marcas o empresas, ya sea mediante la implementación de publicidad estática dentro de los estadios, a través de la indumentaria que visten los deportistas o en las piezas gráficas y audiovisuales difundidas durante el evento (tales como entradas, folletos o pantallas que brindan información), de manera que el mensaje publicitario siempre quede presente dentro del marco del espectáculo deportivo.

El *contrato de esponsorización* consiste en un acuerdo por el cual "una parte se obliga a una prestación pecuniaria o en especie frente a la otra, la cual se obliga a divulgar el nombre o la marca del esponsor en las modalidades que su propia actividad deportiva lo habilita, e inclusive, a veces, modificando su propia denominación social y asumiendo la del esponsor". En nuestro país, el patrocinio deportivo o esponsorio no está regulado. Sin embargo, algunas leyes tienen relación directa con éste, tales como: (i) la Ley Nº22.362, que resulta un medio eficaz de protección frente al uso indebido de marcas, designaciones, emblemas y diseños industriales registrados; (ii) la Ley Nº22.240, que otorga un régimen protectorio a partir de la obligación impuesta al comerciante de suministrar en forma cierta y objetiva, información veraz, detallada y suficiente sobre las características esenciales de bienes y servicios y, con relación a los deportistas, aplica la (iii) Ley Nº11.723, la cual brinda una real protección al establecer la prohibición de poner en el comercio el retrato individual de una persona sin su consentimiento.

Lo que encuentro más interesante de los contratos de esponsorización es la necesidad de aplicar un conglomerado de normas provenientes de diferentes ramas del derecho, así como también variada normativa de origen deportivo, lo cual implica la participación mancomunada de distintos profesionales del derecho en la elaboración e implementación del contrato.

Hay quienes sostienen que, más allá del contrato de esponsorización, los acuerdos publicitarios engloban una serie de novedosos contratos. ¿Cuáles son los más utilizados?

Así es, el contrato de esponsorio es uno de varios contratos englobados dentro de los "*contratos publicitarios*". Hay otros contratos también muy importantes y muy utilizados en el día a día de cualquier empresa o club que desee participar en un evento deportivo, entre ellos:

Placement. Relacionado con la publicidad no tradicional ("PNT"), tiene como fin generar una asociación del producto o servicio con determinada actividad deportiva. Como ejemplo de este tipo podemos citar a la empresa Unilever para su producto "Rexona", cuando en 2004 era difundido en el campeonato argentino de fútbol

mediante el spot "Momento Rexona".

Partnership. Relacionado con un método publicitario que se está utilizando con mayor frecuencia en el deporte. En este tipo de contratos una empresa y una entidad deportiva se vinculan a través de un contrato con características especiales, mediante el cual la empresa entregará una suma de dinero al club, a cambio de que éste permita la utilización de las instalaciones de la institución o determinadas actividades que se desarrollen en la misma con fines publicitarios. Ejemplo de esta figura es el *partnership* firmado entre el club alemán Bayern München y la empresa Allianz, con el objeto de construir el estadio del primero, que por un período de 30 años llevará el nombre "Allianz Arena".

Merchandising. Este tipo de publicidad consiste en la concesión de una licencia para la producción y posterior comercialización de productos con el logo y la marca del "esponsorizado".

Continuando con el contrato de patrocinio, el proyecto de Ley N°8708/2012 de la Legislatura de Córdoba define la esponsorización como "...acto de patrocinar, estimular, sustentar y promocionar las actividades deportivas, realizado por personas físicas o jurídicas, consistente en aporte dinerario, para que a través de dicha contraprestación promover todo tipo de especialidad en el deporte...". Es importante no perder de vista la finalidad principal que une a las partes en un contrato de patrocinio, la cual no es otra que la *asociación entre el nombre o la imagen del esponsor con el nombre o la imagen del patrocinado*. Así, el patrocinado no está sujeto a directiva alguna por parte del patrocinador, solo se obliga a continuar realizando su actividad deportiva habitual con el objeto de difundir la marca, servicio, nombre o producto del patrocinador.

Cambiando de tema, tiempo atrás nos comentaste sobre la inminente puesta en marcha de un Tribunal de Arbitraje Deportivo para dar curso a los litigios deportivos a nivel regional; ¿fue conformado finalmente?

Sí, por suerte hemos cumplido con la meta. Con la Comisión de Justicia, Arbitraje y Mediación deportiva, de la cual soy responsable y que depende de la ALADDE** (en la cual participo del Comité Director), creamos un Tribunal de Arbitraje Deportivo para resolver litigios que puedan plantearse entre deportistas, técnicos, árbitros, asociados, clubes, asociaciones, federaciones, etc.

Antes, los deportistas de la región no contaban con muchas opciones a la hora de resolver sus controversias. En el caso de los futbolistas, por ejemplo, muchas veces eran obligados a acudir a un tribunal arbitral con sede en Suiza (el TAS***), con las complicaciones que implicaba. En otros casos, ni siquiera tenían la posibilidad de resolver sus controversias por vía arbitral, sino que debían acudir a la justicia ordinaria, hecho que acarrea no solo problemas de tiempo, sino también, particularmente, de especialización. A diferencia de otros ámbitos, la carrera del deportista suele ser corta y no así los tiempos de la justicia ordinaria. El arbitraje justamente se caracteriza por ser un método de resolución de controversias rápido. Los procedimientos que se resuelvan ante este Tribunal se regirán por el *Reglamento de Arbitraje Deportivo* de ALADDE, el cual reúne los últimos avances en materia arbitral.

¿Quiénes eligen los árbitros del Tribunal?

El *Consejo de Arbitraje Deportivo* (CAD) (creado por la ALADDE, el cual integro junto a otros colegas) se encarga tanto de confeccionar la lista de árbitros del Tribunal de Arbitraje Deportivo como de establecer todo lo concerniente a honorarios, nombramientos, confirmaciones, recusaciones, etc. Por otro lado, la Secretaría General brinda soporte técnico y administrativo a las partes que deseen someterse a este Tribunal. ■

* Abogado especialista en derecho deportivo, asociado del Estudio Beccar Varela

** Asociación Latinoamericana del Derecho del Deporte

*** Tribunal de Arbitraje Deportivo



Si no desea volver a recibir este newsletter haga [click aquí](#)