



Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

TRABAJO FIN DE GRADO

GRADO EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS

LAS CARTAS DE PATROCINIO

Fermín Elizagaray Ruiz

DIRECTORA

Leyre Elizari Urtasun

Pamplona-Iruña

13 de Enero de 2017

ABSTRACT

Comfort letters are a legal instrument with not much tradition in Spanish Law which have recently become very popular in financial aspects of business holdings. Their rising popularity has been possible due to the facility and simplicity being issued and also because of the fiscal benefits they have against other security interests (bond, endorsement...).

The High Court has been forced since 1985 to make statement about the Comfort Letters effects and their interpretation because they were not even regulated in the Spanish Civil Code. Counting also with some interpretation troubles, it has been also possible to discern between weak and strong comfort letters. The last ones, were compared to a bond and now they are considered a contractual obligation for their issuer.

RESUMEN

Las cartas de patrocinio son un instrumento jurídico con muy poca tradición en la jurisprudencia española que se ha hecho bastante popular recientemente en el ámbito financiero de los grupos de sociedades debido tanto a la facilidad o simpleza con la que se emiten, como a las ventajas fiscales que ostentan frente a otras garantías clásicas (fianza, aval...).

El Tribunal Supremo se ha visto obligado desde 1985, a pronunciarse sobre sus efectos e interpretación de un instrumento que no estaba regulado ni siquiera en el Código Civil. No sin problemas en su interpretación, se ha diferenciado entre cartas débiles y fuertes, pasando en estas últimas de ser equiparadas a una fianza a considerarse que generan una obligación contractual para la emisora de la carta.

PALABRAS CLAVE: Cartas de patrocinio, Obligación Contractual, Tribunal Supremo, Garantía, Emisor

ÍNDICE

1.	INTRODUCCIÓN	4
2.	CONCEPTO Y FUNCIONES DE LAS CARTAS DE PATROCINIO	4
2.1	Utilidad de las cartas de patrocinio.....	4
2.2	Concepto de cartas de patrocinio	6
2.3	Elementos de la carta de patrocinio.....	8
2.3.1	<i>Especial atención a los Sujetos</i>	9
3.	CARTAS DE PATROCINIO DÉBILES	12
3.1	Definición	12
3.2	Naturaleza jurídica de las cartas de patrocinio débiles.....	13
3.3	Análisis jurisprudencial de las cartas de patrocinio débiles	15
3.3.1	<i>STS 13 Febrero 2007 (STS 1026/2007)</i>	15
4.	CARTAS DE PATROCINIO FUERTES	16
4.1	Concepto y requisitos de una carta de patrocinio fuerte	16
4.2	Naturaleza jurídica de las cartas de patrocinio fuertes	17
4.3	Análisis jurisprudencial de las cartas de patrocinio fuertes	19
4.3.1	<i>Sentencia 16 de Diciembre 1985 (STS 1643/1985)</i>	19
4.3.2	<i>STS 30 de Junio de 2005 (STS 4375/2005)</i>	20
4.3.3	<i>STS 13 de Febrero de 2007 (STS 1026/2007)</i>	24
4.3.4	<i>STS 18 Marzo de 2009 (STS 1257/2009)</i>	25
4.3.5	<i>STS 14 de Octubre de 2014 (STS 4433/2014)</i>	27
4.3.6	<i>STS 26 de Diciembre de 2014 (STS 5755/2014)</i>	28
4.3.7	<i>STS 28 de Julio de 2015 (STS 4276/2015)</i>	30
4.3.8	<i>STS 27 de Junio de 2016 (STS 3055/2016)</i>	32
5.	CONCLUSIONES	34
6.	BIBLIOGRAFÍA	36
7.	TABLA DE SENTENCIAS CITADAS	37
	ANEXO I: MODELOS DE CARTAS DE PATROCINIO	38

1. INTRODUCCIÓN

Las cartas de patrocinio son un instrumento comúnmente utilizado en el terreno del tráfico mercantil y empresarial que se ha generalizado sobre todo en los países desarrollados, pero que en España no cuentan con una regulación legal y que ha tenido escasa relevancia¹ hasta fechas más recientes. Así como en otras naciones se tienen registros de dichas cartas desde los años sesenta, en nuestro país solo nos encontramos con una sentencia del Tribunal Supremo de mediados de los años 80 (16 de Diciembre de 1985) que se pronuncia de forma más o menos fiable sobre su naturaleza y efectos².

Pero antes de tener una valoración objetiva sobre las cartas de patrocinio, debemos tener en cuenta en qué consisten estas cartas (que no tienen nada que ver con los acepciones que se tienen de la palabra patrocinio y que se usan en otros ámbitos) qué partes intervienen, qué objetivos tienen y qué les ha hecho ser tan populares para que sean tan usados por las sociedades mercantiles en los últimos años.

2. CONCEPTO Y FUNCIONES DE LAS CARTAS DE PATROCINIO

2.1 Utilidad de las cartas de patrocinio

Las cartas de patrocinio son unos documentos, normalmente redactados en forma epistolar, enviados por una persona que sea socio mayoritario, o por la sociedad madre de un grupo empresarial que se dirigen a una entidad bancaria con el objetivo de que esta se le conceda un crédito a la filial o a dicha sociedad³.

En estos instrumentos existen tres partes principales: el emisor, (que en este caso sería la empresa matriz), el beneficiario, (que sería el que se adeuda con el banco) y el acreedor del beneficiario, es decir, el receptor o el destinatario de la carta, (el banco o una entidad financiera de crédito).

El fenómeno de las cartas de patrocinio, como hemos explicado anteriormente, se empezó a desarrollar a partir de los 60 en los países del primer mundo. En estas cartas, cuando el patrocinador emite la carta lo hace con el objetivo de no estar jurídicamente obligado a frente al receptor, sino que mayormente buscarán la simple obligación en el aspecto moral.

Estos instrumentos surgieron con el objetivo de ofrecer una alternativa válida a los medios tradicionales de garantía que hasta entonces existían (fianzas, avales...) y de proporcionar una opción que permitiera ampliar el potencial de grupo a través de una mejor imagen y de unos mejores resultados empresariales.

¹ SANCHEZ-CALERO GUILARTE, J. "Las cartas de patrocinio" en *Instituciones del Mercado Financiero*, Vol.4, 1999, págs. 1773-1788.

² DE CASTRO MARTÍN, J.L. "Las cartas de patrocinio" en *Cuadernos del Consejo General del Poder Judicial*, 1994, págs. 13-18.

³ SANCHEZ-CALERO GUILARTE, J. "Las cartas de patrocinio" en *Derecho del Mercado Financiero*, Vol.II, Tomo II, 1994, págs. 217-236.

Y en este aspecto es donde más ha cimentado su éxito la carta de patrocinio, ya que existe una especie de *ambigüedad* en su interpretación⁴, por lo que para determinar su eficacia fue necesaria la división de las mismas en fuertes y débiles.

El objetivo principal de las cartas de patrocinio es doble⁵, mejorar la situación de una determinada empresa-normalmente una empresa filial- que utiliza la buena imagen de la sociedad matriz para obtener financiación bancaria, y tratar de lograr unas condiciones algo más ventajosas de las que hubiera obtenido por separado. Con ello, la empresa filial gracias a esta vinculación puede mejorar su situación empresarial que puede usar para conseguir ciertos objetivos, como por ejemplo, una ampliación de capital.

El Tribunal Supremo ha reconocido esta función de las cartas de patrocinio, al afirmar, en su sentencia de 30 de junio de 2005 que se trata de una institución que cada vez está adquiriendo una mayor importancia en el tráfico mercantil, ya que constituyen “(...) manifestaciones tendentes a facilitar la celebración de contratos de crédito, ya que produce ventajas fiscales, de normativa contable e incluso de control de cambios..., y porque, sobre todo, permite una función de movilización del crédito, base esencial para una pujanza económica y comercial.

Estas cartas reflejan una clara prueba de poderío económico por parte de los emisores. Ya que para que una entidad bancaria conceda un crédito a una empresa gracias a la carta de patrocinio (más en épocas de recesión económica como la sucedida recientemente) implica un cierto nivel de confianza que se genera a través del reconocimiento de la solvencia que tiene la entidad emisora de la carta de patrocinio.

De esta forma, la sociedad patrocinada obtiene crédito, mientras que el banco receptor de la carta puede obtener (si se califica como una carta de patrocinio fuerte) una gran seguridad ya que se le concede crédito a una empresa que se inserta en una unidad económica superior. La emisora, su por parte, aprovecha su imagen o su tamaño como compañía para favorecer a una empresa más pequeña, o de su grupo empresarial.

La ambigüedad y la incertidumbre sobre sus efectos es una de las razones que ha hecho a las cartas de patrocinio más atractivas ya que en ocasiones el acuerdo surgido por un *acuerdo entre caballeros* (cartas débiles) no tenía más obligatoriedad que la simple palabra del emisor, mientras que en el caso de las fuertes sí obligan al emisor de la misma. Además, el simple hecho de emitir una carta de patrocinio es sencillo y gratuito en comparación con otras garantías más clásicas como el aval o la fianza que acarrear ciertos costes de gestión. En lo referente a las formalidades necesarias para comprometerse a un determinado acuerdo, las cartas de patrocinio no exigen formalidades a diferencia de otras figuras como la prenda de créditos, que exige el otorgamiento de escritura pública y la notificación al deudor cedido para su válida constitución y eficacia frente a terceros.

⁴ SÁNCHEZ-CALERO GUILARTE, J. “Las Cartas de Patrocinio” en *Derecho del Mercado Financiero*, coord. por Julián Martínez-Simancas Sánchez, Alberto Alonso Ureba, cit., págs. 223.

⁵ SANCHEZ-CALERO GUILARTE, J. “Las cartas de patrocinio” en *Instituciones del Mercado Financiero*, cit., pág 1774-75.

2.2 Concepto de cartas de patrocinio

Las cartas de patrocinio surgieron a mediados de los 60 en países desarrollados donde inicialmente tenían el papel de un acuerdo de caballeros. Con el paso del tiempo, las cartas de patrocinio fueron evolucionando y adquirieron cierta importancia. En España, hay constancia de su utilización en el ámbito mercantil y sobre todo bancario desde los años 70 del siglo pasado, pero no están previstas ni en el Código Civil ni en el Código Mercantil, y hasta mediados de los 80 no fueron objeto de pronunciamiento jurisprudencial por parte del Tribunal Supremo.

Todos los autores que han escrito sobre las cartas de patrocinio han dado su particular definición para explicar este fenómeno:

SÁNCHEZ CALERO GUILARTE define las cartas de patrocinio⁶ como *“la emisión de una declaración escrita dirigida a una entidad de crédito, que busca servir como apoyo a la obtención de financiación por parte de una sociedad que guarda determinadas relaciones, normalmente de dependencia o control, con respecto a la entidad emisora de esa declaración”*⁷.

DE CASTRO, por su parte, las define como *“el empleo de unos documentos, redactados comúnmente en forma epistolar, mediante los cuales una persona- de ordinario, la sociedad madre de un grupo- se dirige a un Banco con el propósito de inducirle a conceder, mantener o prorrogar un crédito a un tercero- que en el supuesto normal, es una sociedad filial o una sociedad económicamente vinculada al emisor del documento”*⁸.

SUÁREZ GONZÁLEZ, contempla una definición similar, pero resalta que su complejísima tipología hace que sean difíciles de definir u ofrecer un concepto común. Asimismo afirma que es conveniente situar a las declaraciones de patrocinio con las de intención que comparten más características similares y que específicamente realizan una sustitución de las garantías típicas⁹.

Desde otra perspectiva, CARRASCO destaca la ambigüedad de las cartas de patrocinio, que en ocasiones es buscada por el emisor *“Es de vital de importancia en el ámbito de las reglas de interpretación, pues no existiendo oscuridad, no cabe aplicar la regla contra preferetem en contra del emitente de la carta, en el sentido que siendo el autor material del estado de ambigüedad, hubiera que interpretar en contra suya sistemáticamente el tenor de la carta”*. Además, que se busque este aspecto en las declaraciones no es un defecto ni se trata del resultado de su uso incorrecto, sino que es uno de los rasgos distintivos de estos instrumentos que les han hecho ser tan populares y usados en el derecho del mercado financiero¹⁰.

⁶SANCHEZ-CALERO GUILARTE, J: “Las cartas de patrocinio” en *Instituciones del Mercado Financiero*, cit., págs. 1774 .

⁷ Véase en el Anexo I dos modelos de cartas de patrocinio.

⁸ DE CASTRO MARTÍN, J.L. “Las cartas de patrocinio” en *Cuadernos del Consejo General del Poder Judicial*, cit., págs. 13.

⁹ SUÁREZ GONZÁLEZ, C. J. “Las declaraciones de patrocinio: Estudio sobre las determinadas cartas de confort”, Ed: La Ley, 1992, págs. 11-36.

¹⁰ CARRASCO PERERA, A. “Las nuevas garantías personales: las cartas de patrocinio y garantías a primer requerimiento” en *Tratado de Garantías en la Contratación Mercantil*, Tomo I, Parte General y Garantías

Coincide DIEGUEZ, en la variedad y en la dificultad de reducir todas las cartas de patrocinio a una única definición. Asume que las cartas de patrocinio son una realidad financiera y jurídica ya extendida en nuestro país. Sostiene además que las características que hacen atractivas las cartas de patrocinio para las empresas no solo son ambicionadas por quién las emite, sino también por quien las recibe o frente a quien/s se emite¹¹.

Estas definiciones han evolucionado de manera notoria, ya que si tenemos en cuenta la definición inicial que estableció el TS en su primera sentencia fue la siguiente: “*El fenómeno de las denominadas, con diversa terminología, letter of responsibility, letter of support, letter de patronage, letter of intention etc. y más usualmente cartas de confort, responde en el campo de la financiación al designio de proporcionar una garantía semejante a la fianza, mediante la cual el emisor contrae una obligación accesoria de indemnizar en beneficio del acreedor para el evento de que el deudor principal incumpla lo pactado en sus relaciones con el segundo*”¹². Ha sido reiterado por las sentencias posteriores de fecha STS 30 de Junio de 2005 y STS 13 de Febrero de 2007.

El Anteproyecto de Ley de Código Mercantil ha previsto las cartas de patrocinio, en su artículo 578-6, dentro de la sección que dedica a la fianza o aval, aunque sin ofrecer una definición:

“Artículo 578-6 Cartas de patrocinio: El emisor de manifestaciones de patrocinio, de conformidad o de garantía, asumirá iguales obligaciones que un fiador por dicha manifestación cuando la vinculación obligacional la hubiese asumido de modo claro e indubitado, con expresiones vertidas que sean determinantes para la conclusión de la operación o actividad garantizada y con la intención de obligarse a prestar apoyo financiero o contraer deberes positivos de cooperación”.

Lo cierto es que las cartas de patrocinio son susceptibles de múltiples clasificaciones, como destaca CARRASCO, sino que también pueden ser de otros tipos como de hechos, o de voluntad (ejemplos que explicaremos posteriormente). Pero lo cierto es que la clasificación que ha primado, sobre todo en la jurisprudencia del Tribunal Supremo es la que diferencia entre cartas de patrocinio débiles y fuertes. En la STS 30 de Junio de 2005 se define su distinción. Las primeras se definen por el citado Tribunal “*suelen ser emitidas, generalmente para declararar la confianza en la capacidad de gestión de los administradores de la sociedad que aspiran al crédito de la viabilidad económica de la misma*” (...) “*se pueden estimar como verdaderas recomendaciones que no sirven de fundamento para que la entidad crediticia pueda exigir el pago del crédito a la entidad patrocinadora*”.

Las segundas son “*como contrato atípico de garantía personal con un encuadramiento específico en alguna de las formas negociales o categorías contractuales tipificadas en el ordenamiento jurídico como contrato de garantía, o como contrato a favor de terceros, o como promesa de crédito*”

Personales, pres. Adolfo Pries Picardo, coord. por Ubaldo Nieto Carol, José Ignacio Bonet Sánchez, Ed: Civitas, 1996, 629-763.

¹¹ DIEGUEZ OLIVA, R. “Cartas de patrocinio y delimitación con respecto a otras figuras afines: fianza solidaria, mandato de crédito: comentario a la STS de 13 de febrero de 2007. *Revista Aranzadi de Derecho Patrimonial*, N°19, 2007, págs. 233-242.

¹² ESPIGARES HUETE, J.C. “La incertidumbre sobre las cartas de patrocinio en la práctica financiera”, *Revista de Derecho Mercantil*, N°275, 2010, págs. 127-194.

Dada la importancia de esta distinción, que determina la diferente eficacia de la carta de patrocinio, se estudiarán por separado.

2.3 Elementos de la carta de patrocinio

La carta de patrocinio es una figura atípica, por lo que su contenido no está preestablecido, ni se puede reducir a unos elementos mínimos, aunque la doctrina básicamente agrupa el posible contenido en constataciones de hechos, por un lado, y declaraciones de voluntad, por otro. CARRASCO categoriza este tipo de declaraciones que contienen las cartas de patrocinio para que asuman como tal.

Dentro de las declaraciones de hechos se encuentran por ejemplo¹³:

-1.1 De conocimiento del crédito concedido a la filial.

-1.2 Aprobatorias del contrato y reconocedoras de que el crédito se concede por causa de la emisión de la carta o de la relación de grupo de sociedades.

-1.3 De control y participación en la filial.

-1.4 De la política seguida usualmente por la sociedad matriz respecto al sostenimiento de sus filiales.

-1.5 De confianza en la gestión de los administradores de la filial o de la disponibilidad de la sociedad misma para el pago.

Mientras que dentro de las declaraciones de voluntad se hallan las siguientes:

-2.1 Declaraciones de compromiso de mantenimiento y/o no transferencia de la participación de control sobre la filial, salvo aprobación/ conocimiento del banco.

-2.2 Compromiso de buscar una solución satisfactoria/ prestar garantías/ reembolsar el crédito, si se produce una transferencia o pérdida de la participación de control.

-2.3 Compromiso de ejercicio de influencia y vigilancia sobre la filial para que ésta cumpla regularmente frente al banco.

-2.4 Compromiso de gestionar eficazmente a la filial para que no disminuya su capacidad de cumplimiento. Incluyendo el compromiso de no sustraer de la filial fondos o recursos.

-2.5 Compromiso de poner en práctica/ proveer/ ejecutar todas las medidas necesarias para mantener a la filial en situación que le permita atender sus compromisos.

-2.6 Compromiso de mantenimiento de cierto nivel de capital o ciertos ratios financieros o de subordinación de créditos propios frente a la filial.

-2.7 Compromiso frente al banco de que el crédito será reembolsado en todo caso o en hipótesis determinadas.

¹³ CARRASCO PERERA, A. "Las nuevas garantías personales: las cartas de patrocinio y las garantías a primer requerimiento"- en *Tratado de Garantías en la Contratación Mercantil*. Tomo I: Parte General y Garantías Personales. Ed: Civitas 1996. Pág 634-635-636.

-2.8 Presta/se compromete a prestar garantía (fianza, aval, etc...) de que el crédito será reembolsado subsidiariamente por la emitente de la carta, bien con carácter general y sin restricciones, bien para un evento determinado.

-2.9 Promete pagar una cláusula penal prefijada, para el caso de que la propia emitente incumpla las obligaciones de hacer comprometidas en la carta de patrocinio.

Una posibilidad es que el emisor de la cartas de patrocinio haya realizado afirmaciones que no se corresponden con la realidad, en cuyo caso es necesario determinar y esclarecer si el emisor de la carta de patrocinio asume alguna responsabilidad por hechos falsos (p.ej: mentiras en el compromiso, incapacidad de hacer frente a una deuda importante) relacionados a la participación.

La falta de veracidad en la información proporcionada para la concesión de la carta genera varias responsabilidades¹⁴: primeramente, sobre la confianza que suscita referente a la situación financiera de la sociedad beneficiaria a la que se concede un crédito.

En segundo lugar puede surgir a la responsabilidad extracontractual del emisor (art. 1902 CC), cuando su declaración falsa haya sido determinante de la concesión de un crédito a la patrocinada, provocando daños para la entidad receptora de la carta.

Para demostrar esta deshonestidad, la entidad bancaria tendrá que demostrar cuáles eran las condiciones sobre las que se cimentó ese acuerdo de crédito.

En conclusión, las cartas de patrocinio (tanto del tipo débil como del fuerte) se han redactado desde sus inicios por escrito y con forma epistolar. Cuando nos referimos a las fuertes, comprobamos en la composición de la misma que ya ha surgido un compromiso serio por parte del emisor y del beneficiario de realizar las acciones necesarias para devolver la financiación que le ha sido concedida a este por la entidad bancaria. En el caso de las débiles, que siempre se han basado en la confianza en el otro y esperar una reciprocidad en el pago de la deuda, simplemente en su redacción se encomienda al *pacto entre caballeros* que habían hablado previa concesión de la financiación.

2.3.1 Especial atención a los Sujetos

En la práctica, las cartas de patrocinio normalmente están relacionadas con los grupos de sociedades, donde mayormente los holdings tienen una sociedad madre que emite una carta de patrocinio con el objetivo de apoyar que la filial reciba un crédito por parte de una entidad bancaria.

En estos ámbitos, la filial conserva su personalidad jurídica propia aunque esté bajo una dirección común donde la sociedad dominante tenga el control.

¹⁴ SÁNCHEZ-CALERO GUILARTE, J. “Las cartas de patrocinio” en *Derecho del Mercado Financiero*. Coord por. Julián Martínez-Simancas, Alberto Alonso Ureba, cit. pág 225.

Es por ello que en estas sociedades, el aspecto clave para que estas cartas funcionen es poner el “interés de grupo” por encima del particular de las filiales. En caso de que la sociedad madre sea la emisora, también deberá respetar los intereses del grupo, aunque en estas situaciones excepcionales pueden surgir disparidades dentro del holding societario. A pesar de ello, la sociedad madre siempre marcará las relaciones que los miembros del grupo tienen con las instituciones bancarias.

La sentencia del Tribunal Supremo de 16 de diciembre de 1985 exigió, entre los requisitos para que una carta de patrocinio tenga carácter obligatorio, que la relación de patrocinio tenga lugar en el ámbito o situación propia de sociedad matriz y sociedad filial, lo que es algo distinto de la posición de accionista mayoritario de la patrocinadora en la patrocinada, haciendo referencia además a que la traslación de responsabilidad (sólo admisible en casos excepcionales) que dichas cartas significan tiene su actuación propia en la esfera de los créditos bancarios solicitados por la sociedad filial, con promesa de garantía asumida por la sociedad cabeza de grupo.

Sin embargo, el hecho de que las entidades emisora y patrocinada deban pertenecer a un mismo grupo o estar unidas por una relación matriz-filial ha sido cuestionado por algunos autores, admitiéndose que puedan emitirse cartas de patrocinio entre entidades que no pertenecen a grupo de sociedad alguno, o incluso que puedan ser personas físicas. Además teniendo en cuenta relación bilateral matriz/filial existente pueden aparecer otras figuras con el objetivo de prestar apoyo (p.ej: cartas emitidas por una filial en beneficio de su matriz, las emitidas en grupos por coordinación o las dadas por un socio o un tercero ajeno al deudor)¹⁵.

La STS de 13 de febrero de 2007 entendió suficiente con que entre el firmante de la carta y el grupo de empresas al que pertenecía ostentaran la mayoría absoluta de acciones en la patrocinada, por ejercer así una posición de dominio. Y finalmente, la STS de 28 de junio de 2015, ha establecido que no es esencial la relación de grupo entre el emisor y el patrocinado. Como afirma la sentencia vemos que:

“Dada la atipicidad que caracteriza a esta figura (...), la relación concreta que se derive entre el patrocinador y el patrocinado, particularmente de que esta relación se dé, necesariamente en el ámbito de una sociedad matriz respecto de su filial, solo debe resultar justificativa de la validez de la “causa credenci” que sustenta el compromiso obligacional. De forma que cabe admitir cualquier marco relacional que justifique la validez del interés propio, atribución o ventaja que para el patrocinador pueda representar la realización de las operaciones financieras proyectadas; bien responda el marco relacional a la anterior circunstancia señalada, o bien a otras diferentes, como su condición de acreedor o de accionista (STS 13 de Febrero de 2007).”

Aunque normalmente la relación expresada en las cartas de patrocinio es de afiliación entre las mismas empresas, es posible que también realicen acuerdos para situaciones esporádicas de “asociación o corresponsalía” entre el patrocinado y el patrocinador. De hecho, pueden suceder otras relaciones extraordinarias como que *“puede suceder que sea el banco el que la emita*

¹⁵ FUENTES NAHARRO, M. “Cartas de patrocinio: algunas reflexiones sobre la construcción jurisprudencial del fenómeno” en *Revista de Derecho Mercantil*, N°110. 2008, págs. 49-86.

para reforzar la posición de un cliente” o bien “pueden concebirse situaciones en que una carta de patrocinio es emitida sin que exista ningún vínculo entre patrocinante y patrocinado, aunque se den otras formas de cooperación fruto de la cual nazca un común interés en la realización de la operación patrocinada¹⁶”.

En la práctica, si el emisor es una persona física puede resultarle difícil ejercer influencia en la entidad bancaria para que esta le conceda la financiación a otro sujeto (posiblemente también con objetivos empresariales, p.ej: liquidez para la empresa que dirige como autónomo) ya que si no se aportan signos de solvencia y no se convence a la institución financiera de que será un acuerdo que beneficiaría a ambos, el Banco casi con total seguridad rechazara dicha solicitud.

De hecho, dentro de las relaciones existentes en una carta de patrocinio también pueden aparecer ejemplos donde los sujetos no sean tan habituales como siempre. Por ejemplo, aquellos en los que la compañía solicitante de crédito sea una pequeña y mediana empresa (PYME) que necesita financiación para reflotar su proyecto empresarial. A pesar de sus intentos de búsqueda de mejores condiciones, la tendencia económica global posiblemente le habrá negado su objetivo, por lo que en esta ocasión podría acudir una persona individual relevante y acaudalada decida “rescatarle” (p.ej: Amancio Ortega) porque ve un plan económico en la compañía bastante interesante.

Es decir, que la emisora y la patrocinada pertenezcan al mismo grupo es un elemento clave, pero no imprescindible para que la operación financiera incluida dentro de la carta de patrocinio (crédito, préstamo) sea concedida por parte del Banco. No es factible que una emisora acuda a una empresa que no sea del propio grupo empresarial, ya que el que acudirá será el patrocinado o la empresa que quiere ser patrocinada, la que aprovechando la buena relación comercial mantenida previamente le solicitará que emita una carta de patrocinio a su favor.

Otro aspecto relevante a las cartas de patrocinio ha sido el de la capacidad o legitimidad por parte de los emisores para emitir dichos instrumentos.

En la STS de 16 de Diciembre de 1985 se sostuvo que *“La condición de Subdirector General del “Banco del Noroeste», ostentada por el firmante de la carta no le autorizaba sin más para obligar a la sociedad anónima en un contrato análogo al de fianza para garantía de operaciones ajenas a la propia actividad bancaria, cuando no consta que estuviera autorizado para ello ni que hubiera recaído acuerdo de la Junta general, máxime si se tiene en cuenta que por su carácter de Consejero con nombramiento mancomunado, que la Sala de la Instancia señala, tenía que actuar de consuno”.*

Es decir, el subdirector general, aunque fuera miembro del Consejo de Administración de la Sociedad, no podía emitir la carta por no tener un poder especial para ello, ya que no contaba con el consentimiento del resto de los consejeros ni haber recaído acuerdo de la Junta General.

¹⁶ FUENTES NAHARRO, M. “Cartas de patrocinio: algunas reflexiones sobre la construcción jurisprudencial del fenómeno”,cit, pág. 23.

Posteriormente, La STS de 2005 modificó este criterio considerando que la emisión de la carta debe considerarse un acto jurídico necesario para la realización o desarrollo de las actividades indicadas en el objeto social, y por tanto, dentro de las facultades que son propias de los administradores, aun en el caso de que los estatutos guardasen silencio al respecto¹⁷.

3. CARTAS DE PATROCINIO DÉBILES

3.1 Definición

Las cartas de patrocinio débiles son aquellas en las que el emisor no afronta ningún tipo de responsabilidad o compromiso con el banco receptor de que la deuda contraída por el patrocinado va a ser satisfecha. Es decir, es un elemento en el que a pesar de que se enuncien compromisos de buena fé, no existe una declaración con transcendencia jurídica¹⁸.

Según las SSTs de 30 de Junio de 2005 y 13 de Febrero de 2007,, las cartas de patrocinio débiles son aquellas que *“suelen ser emitidas generalmente para declarar la confianza en la capacidad de gestión de los administradores de la sociedad que aspiran al crédito, de la viabilidad económica de la misma. Dichas (...) pueden estimarse como simples recomendaciones que no sirven de fundamento para que la entidad crediticia pueda exigir el pago del crédito a la entidad patrocinadora”*¹⁹.

Teniendo en cuenta la sentencia citada, el calificativo de débil, puede predicarse de aquellos tipos que contienen declaraciones simplemente enunciativas, de hechos o de voluntad, donde se demuestra que no son más simples recomendaciones que no pueden ser usadas por el acreedor como fundamento de que se ha concedido una operación de crédito, así como exigir el pago del mismo.

Este tipo de documentos ha estado muy extendido en el ámbito del derecho bancario (sobre todo en los países desarrollados) y era un componente que habitualmente generaba mucha confianza en el destinatario de que el emisor sería capaz de hacer frente a los pagos de dicha operación. Sin embargo, cuando se producían situaciones en las que la empresa deudora no podía pagar -por insolvencia o por simplemente morosidad-, el acreedor acudía a exigir responsabilidad a la entidad patrocinadora, y entonces el acreedor carecía de fundamento para reclamarle su dinero, al margen del “pacto de caballeros” al que se habían comprometido.

¹⁷ FUENTES NAHARRO, M. “Cartas de patrocinio: algunas reflexiones sobre la construcción jurisprudencial del fenómeno” en *Revista de Derecho Mercantil*, cit., pág 5.

¹⁸ DE CASTRO MARTÍN, J.L. “Las cartas de patrocinio” en *Cuadernos del Consejo General del Poder Judicial*, cit., pág.16.

¹⁹ ARCOS VIEIRA, M.L. “Sentencia de 13 de Febrero de 2007: Reclamación de la entidad bancaria prestamista frente al emitente de una carta de patrocinio, tras el incumplimiento del contrato por la empresa prestataria. Cartas de patrocinio: doctrina. Requisitos para la consideración de las cartas de patrocinio como contrato de garantía. Carta de patrocinio y mandato de crédito” en *Cuadernos Civitas de Jurisprudencia Civil*, Nº77, 2008, págs. 511-536.

3.2 Naturaleza jurídica de las cartas de patrocinio débiles

En lo referente a su transcendencia jurídica, la doctrina mayoritaria estima que las cartas de patrocinio débiles no tienen eficiencia o valor jurídico, pero sí que generan obligaciones morales.

La mayoría de los autores corroboran estos conceptos, por ejemplo CARRASCO afirma que estas cartas débiles es aquella:

“que no tiene efectos jurídicos cualesquiera, sino aquella cuyos eventuales efectos en el sentido de una obligación no nacen de una declaración, sino de la reglas de responsabilidad civil in contrahendo como consecuencia de la confianza suscitada por aquella declaración”. Además, no suponen obligación alguna, limitando su eficacia a la de simples *gentlemans agreements*.²⁰

Otros autores como SÁNCHEZ-CALERO tratan de profundizar en su relevancia contractual preguntándose si las declaraciones de este tipo suponen un motivo de cierta seguridad para el acreedor. Finalmente declina este razonamiento ya que *“la posición más sensata es la de no rechazar que las declaraciones con esos o semejantes contenidos tengan significación jurídica alguna, esto es, puedan constituir un fundamento válido para su destinatario en cuanto a la exigencia de una concreta conducta por parte de la emisora”*²¹.

Además, fundamenta su opinión con la referencia que surgió en la STS de 16 de Diciembre de 1985: *“la carta de patrocinio puede no pasar de ofrecer repercusiones en ese orden estrictamente moral cuando se caracteriza por ese contenido declarativo o meramente enunciativo, pero sin que de las misma se pueda deducir que quien las emite asume obligaciones de apoyo financiero o, menos aún, de realización de la obligación ajena, en virtud del incumplimiento por su sociedad filial”*.

Años más tarde, el TS asemejó las cartas débiles a simples sugerencias ya que *“dichas cartas débiles se pueden estimar como verdaderas recomendaciones que no sirven de fundamento para que la entidad crediticia pueda exigir el pago del crédito a la entidad patrocinadora”* (STS 30 de Junio de 2005).

En cambio, existen aportaciones doctrinales que aseguran que emitir carta de patrocinio de tipo débil puede llegar a suponer ciertos efectos jurídicos para el patrocinador frente al destinatario de la carta (acreedor).

FUENTES NAHARRO afirma que posiblemente es necesario igualar la relación jurídica entre patrocinador y receptor de la carta con una relación de colaboración, en cual su esquema jurídico básico estaría representado por el mandato de crédito.

Sus razones básicamente son que *“con la invocación del mandato como guía para la reglamentación de las relaciones de patrocinio se pretende demostrar que también en la específica relación de colaboración*

²⁰ CARRASCO PERERA, A. “1897 Sentencia de 30 junio 2005: Cartas de patrocinio. Obligaciones resultantes de las declaraciones de titularidad sobre el capital de la filial y de apoyo financiero en caso de insolvencia” en *Cuadernos Civitas de Jurisprudencia Civil*, N°71, 2006, pág. 895 Coincide con él HERRERA SÁNCHEZ, J.A. “Una reflexión sobre las cartas de patrocinio a la luz de la Sentencia del Tribunal Supremo de 30 de Junio de 2005” en *Revista Aranzadi de Derecho Patrimonial*, N°19, 2007, págs. 125-141.

²¹ SÁNCHEZ-CALERO GUILARTE, J. “Las cartas de patrocinio”, en *Instituciones del Mercado Financiero* cit., pág. 1778.

que se entabla entre el emisor y el receptor de una de estas cartas, el hecho de la realización por otro (el destinatario del documento) de una actividad beneficiosa para el emisor, que éste no puede o no quiere llevar a cabo por sí mismo (la concesión de crédito a tercero), debe determinar el nacimiento a su cargo de una obligación encaminada a mantener indemne al colaborador de los perjuicios que deriven del cumplimiento del encargo²²”.

De esta manera, observando el fenómeno reciente de las cartas de patrocinio, el objetivo de atribuirle una única naturaleza jurídica (la del contrato de mandato) sin reparar en la “debilidad” o “fortaleza” de su la declaración ha encontrado cierto respaldo en la jurisprudencia reciente (STS 13 de Febrero de 2007), donde se admite que la responsabilidad que se deriva de una carta de patrocinio puede surgir a partir de figuras distintas a la fianza como el mandato de crédito.

Este mandato constituye una figura contractual que desde sus inicios regulados en el Derecho Romano hasta la actualidad ha conllevado ciertas cuestiones acerca de, por ejemplo, si es admitido como contrato o simplemente es una recomendación al margen de una vinculación regida por un contrato.

En la doctrina se ha evidenciado que tienen en común ciertos aspectos como que ocasionan una relación de carácter triangular. Además, ambos son instrumentos que tienen el objetivo de facilitar y fomentar ciertas operaciones crediticias con un tercero, con especial relevancia en la figura de los sujetos sobre quien será el emitente o el mandante de las obligaciones frente a la entidad de crédito.

Pero también entre ambas figuras existen ciertas diferencias relevantes. Si tenemos en cuenta el punto de vista temporal, el mandato de crédito debe ser anterior a que se conceda un crédito a la patrocinada, mientras que las cartas de patrocinio pueden ser emitidas en el momento simultáneo o algo más tarde, dependiendo de la voluntad que exista entre la parte que emite y la que recibe, siendo necesario decidir si existe mandato o no, ya en lo referente a las cartas de patrocinio fuertes²³. Lo que falta realmente en las cartas de patrocinio débiles y provoca que para las empresas no sean ni simples garantías es su ausencia de verdadera voluntad para el compromiso²⁴.

Por otro lado, las cartas débiles debido a sus características podemos admitir que generan cierta responsabilidad extracontractual por parte del emisor. Si éste emite declaraciones falsas en la carta que inducen a que la entidad conceda un crédito, la acreedora buscará ante el impago ciertas explicaciones en el emisor. En el caso de que responda extracontractualmente surgen varios factores que quedarán afectados por la ausencia de responsabilidades. El factor principal sería que el banco va a poder reclamar a la empresa emisora de la carta una indemnización por los daños que le ha causado. (p.ej: una indemnización económica). Además, y debido a la falta de compromiso existente otro

²² FUENTES NAHARRO, M. “Cartas de patrocinio: algunas reflexiones sobre la construcción jurisprudencial del fenómeno” en *Revista de Derecho Bancario y Bursátil*, N°110, 2008, págs. 49-86.

²³ DIEGUEZ OLIVA, R. “Cartas de patrocinio y delimitación con respecto a otras figuras afines: fianza solidaria, mandato de crédito: comentario a la STS de 13 de febrero de 2007”, cit., págs. 238

²⁴ ESPIGARES HUETE, J.C. “La incertidumbre sobre las cartas de patrocinio en la práctica financiera”, en *Revista de Derecho Mercantil*, cit., págs. 127-194.

factor que queda afectado en este documento, fuera del ámbito estrictamente jurídico (como he mencionado anteriormente) es la pérdida de prestigio o de confianza que sufriría la empresa emisora (la matriz también padecería indirectamente estos efectos por recomendar a la entidad de crédito que se le concediera tal financiación) ante esta entidad de crédito que podría correr la voz a otras entidades informando de la mala praxis de la empresa emisora.

Algunos autores defienden que las cartas de patrocinio débiles conllevan un compromiso moral que tiene algunos efectos jurídicos ya que *“con asunción de una garantía personal de trascendencia moral, el patrocinante asumiría, como en otras ocasiones de su actividad comercial o financiera, una carga con trascendencia plena en el campo de sus relaciones de negocios y, en algunas circunstancias, en el campo estrictamente jurídico”*²⁵.

3.3 Análisis jurisprudencial de las cartas de patrocinio débiles

3.3.1 STS 13 Febrero 2007 (STS 1026/2007)

En esta sentencia se reiteran datos importantes de sentencias anteriores sobre la validez de las cartas de patrocinio, su naturaleza crediticia, así como su ventaja de emisión. También se recuerda la distinción entre cartas fuertes y débiles y se recuerda la posibilidad existente de huir de la fianza para situarse en el ámbito del mandato de crédito, por ejemplo.

El motivo de la discordia en el documento es que no se repara en reconocer a la carta emitida la eficacia propia de un contrato de garantía. Se asume, según lo establecido en la sentencia del TS que los términos en los que el acreedor se obliga a prestar apoyo financiero para el buen fin del préstamo son equívocos, excluyendo dicha condición de realizar cualquier contrato de garantía. Es decir, teniendo en cuenta sentencias anteriores (STS 30 Junio de 2005) se citan los requisitos necesarios para que una carta de patrocinio sea considerado de tipo fuerte. Sin embargo, por lo que apreciamos en la sentencia no existe una vinculación obligacional clara, ya que *“las expresiones en virtud de las cuales el otorgante de la carta de patrocinio se obliga a prestar apoyo financiero o de colaboración para el buen fin del préstamo no pueden ser equívocas”*.

De esta forma, la carta de patrocinio a la que se refiere esta sentencia solo puede incluirse como cartas débiles, que son aquellas en las que el emitente se ciñe en su declaración de voluntad a ofrecer información relativa a su participación en el capital de la sociedad filial, expresando el conocimiento del crédito otorgado y asegurándose de la buena gestión del mismo. Es decir, a un compromiso que no irá más allá de indicar al banco y de seguir con él las medidas necesarias para el buen fin del crédito²⁶.

En conclusión podemos afirmar que no nos genera una obligación jurídicamente exigible y afirmamos que *“no existe un mandato de crédito, puesto que la interpretación doctrinal que atribuye esta naturaleza a las cartas de patrocinio, no sería aplicable a aquellos casos en los cuales la interpretación de las*

²⁵ DIEGUEZ OLIVA, R. “Cartas de patrocinio y delimitación con respecto a otras figuras afines: fianza solidaria, mandato de crédito: comentario a la STS de 13 de febrero de 2007”, cit., pág. 238.

mismas es incompatible con la apreciación de un compromiso inequívoco, como ocurre en el caso contemplado” (STS 13 de Febrero de 2007).

4. CARTAS DE PATROCINIO FUERTES

4.1 Concepto y requisitos de una carta de patrocinio fuerte

Las cartas de patrocinio fuertes son “aquellas que, aun conteniendo declaraciones de muy distinta naturaleza, sí conllevan para quien las realiza de un deber jurídicamente exigible”. “(...) se afirma que se hará todo lo necesario en la gestión de la filial para que ésta cumpla con sus compromisos, o incluso se declara que para que la filial pueda atender correctamente los compromisos contraídos con el banco destinatario de la carta se adoptarán las medidas de carácter financiero necesarias para tal fin (p.ej: una ampliación de capital)”²⁷.

En la STS del 13 de Febrero de 2007 se define “*como contrato atípico de garantía personal con un encuadramiento específico en alguna de las formas negociales o categorías contractuales tipificadas en el ordenamiento jurídico como contrato de garantía, o como contrato a favor de terceros, o como promesa de crédito*” criterio seguido en la STS de 16 de diciembre de 1985 , que lo refiere al contrato de fianza, la cual puede constituirse por carta del fiador al banco (STS de 14 de noviembre de 1988)”.

La doctrina existente considera que estos instrumentos son un claro ejemplo de garantía personal atípica, que en algunas situaciones podría derivar en una fianza (si el emisor se compete al pago del cumplimiento de la patrocinada).

Pero lo que asumimos que queda claro, es que en este tipo de cartas sí que existe una garantía expresa, ya que la sociedad matriz es la que va a responder por un crédito que no se la ha concedido a ella sino a su filial (y que por tanto solo podía exigirse frente a la filial, en el caso de no existir la carta de patrocinio) amen de demostrar la imagen de solvencia mostrada.

Para que las cartas de patrocinio sean reconocidas como cartas fuertes, las SSTS 16 de Diciembre de 1985 y de 30 de Junio de 2005 exigieron:²⁸.

1. *Que la sociedad matriz tenga intención de obligarse prestar apoyo financiero a la filial o contraer deberes positivos de cooperación a fin de que la segunda pueda hacer efectivas las prestaciones a las que se obliga con el tercero favorecido por la carta de patrocinio, careciendo de esa cualidad las declaraciones meramente enunciativas.*
2. *Que la vinculación de la matriz sea clara, sin que pueda basarse en expresiones equívocas.*
3. *Que el firmante de la carta de patrocinio tenga facilidades para obligar al patrocinador en un contrato análogo al de la fianza.*

²⁷SÁNCHEZ-CALERO GUILARTE, J. “Las cartas de patrocinio” en *Derecho del Mercado Financiero*, cit., pág. 228

²⁸ SÁNCHEZ ALVAREZ, M.M., “Las cartas de patrocinio” en *La Contratación Bancaria*, coord., por Enrique Gadea Soler, Javier Siqueira Martín, 2007, pág 1156.

4. *Que las expresiones vertidas en la carta de patrocinio sean determinantes para la conclusión de la operación que motiva la emisión de aquella.*
5. *Que la relación de patrocinio tenga lugar en el ámbito o situación propia de relaciones entre matriz y filial, lo que se distingue de la relación entre accionista simplemente mayoritario y sociedad.*

Estos requisitos deben ser de obligado cumplimiento para que una carta de patrocinio sea considerada como fuerte, ya que como veremos en sentencias posteriores, la falta de alguno de estos requisitos en el compromiso hace que no sea una carta fuerte, si bien la necesidad de que exista una relación matriz-filial se ha ido matizando, como ya vimos.

4.2 Naturaleza jurídica de las cartas de patrocinio fuertes

La definición de este tipo de cartas que proviene de la doctrina alemana afirma que las cartas fuertes *“incorporan auténticos y verdaderos compromisos que asume el emisor de la carta y exigible por la entidad bancaria destinataria de la misma”*²⁹.

Los autores consideran que se trata de una garantía atípica, admisible como fruto de la libertad de pactos que se reconoce en el Código Civil (art. 1255).

Autores como CARRASCO consideran que las cartas de patrocinio fuertes *“se caracterizan por desplazar en mayor o menor medida sobre la emitente el riesgo de incumplimiento de la filial proporcionada”*³⁰. Es aquel tipo de carta que genera un compromiso de obligación más intenso, un ejemplo podría ser *“aquella en la que el patrocinante asumiera como deuda propia el cumplimiento directo de la obligación de la patrocinada”*.

Otros como SÁNCHEZ-CALERO manifiestan que las declaraciones fuertes son *“aquellas que, aún conteniendo declaraciones también de muy distinta naturaleza, sí conllevan para quien la realiza la asunción de un deber jurídicamente exigible”*³¹. Normalmente en estas cartas de patrocinio la emisora es la que suele emitir declaraciones en las que se vincula de forma directa con el acreedor, aunque se expresa la asunción de la deuda de diferentes formas.

En estas cartas la participación en el capital social se mantendrá hasta que las deudas y las obligaciones contraídas estén saldadas. Por otro lado la filial es deudora del banco, y el banco le podrá reclamar la deuda íntegra. El esfuerzo que debe hacer la filial para cumplir es el mismo que el de cualquier deudor. Es decir, como se afirma en la doctrina, se garantiza que *“se hará todo lo necesario en la gestión de la filial para que ésta cumpla sus compromisos”*.

La reconducción de las cartas de patrocinio a la figura de la fianza se estimó en la primera sentencia del TS sobre este tema. La fianza es *“un contrato accesorio, que requiere la existencia de una obligación principal; subsidiario, pues el fiador se obliga para el caso que el deudor principal incumpla”*.

²⁹ HERRERA SÁNCHEZ, J.A. “Una reflexión sobre las cartas de patrocinio a la luz de la Sentencia del Tribunal Supremo de 30 de Junio de 2005” en *Revista Aranzadi de Derecho Patrimonial*, cit., pág. 128.

³⁰ CARRASCO PERERA, A. “Las nuevas garantías personales: las cartas de patrocinio y las garantías a primer requerimiento”- en *Tratado de Garantías en la Contratación Mercantil*, Cit., Ed: Civitas 1996., pág 660-661.

³¹ SÁNCHEZ-CALERO GUILARTE, J. “Las cartas de patrocinio”, cit., pág 228-229.

la obligación; y consensual, ya que para que pueda producir efectos jurídicos es necesario la constancia de una manifestación de voluntad expresa por el fiador³²”.

Esta equiparación entre carta de patrocinio y fianza fue muy criticada por la doctrina fundamentalmente porque la carta de patrocinio persigue favorecer la concesión de crédito sin tener que prestar fianza que conlleve una directa vinculación del patrocinador al cumplimiento de la obligación del patrocinado, y porque la fianza ha de ser expresa, no se presume (art. 1827 CC), mientras que en la carta de patrocinio que dio lugar a esta sentencia no se asumía en ningún sitio la obligación accesoria y subsidiaria de indemnizar³³.

Este intento de englobar ambos instrumentos jurídicos no sería adecuado ya que las cartas de patrocinio “*perderían su razón de ser*” que son las ventajas fiscales que tiene en el aspecto referente a la normativa contable y control de cambios, a diferencia de las fianzas que conllevan ciertos costes de control y gestión.

Por otro lado, las sentencias más recientes han analizado si la obligación que asume la emisora de la carta fuerte, como examinaremos, es una obligación de medios y de resultados³⁴.

Cuando las obligaciones que surgen en un contrato imponen al emisor que se obtenga un resultado determinado serán de resultado. La responsabilidad generada con este documento es instantánea, ya que el banco concedente del crédito a la patrocinada simplemente debe demostrar que no se ha cumplido el objetivo asumido en la carta, para que surja la responsabilidad de la patrocinadora.

En cambio, cuando el contrato que se establece entre ambas partes solo obliga a actuar a una de las mismas de forma cautelosa, éste compromiso generado será de medios. El emisor de la carta se exonerará de responsabilidad si prueba que actuó diligentemente, aunque no se alcanzara el buen fin de la operación, que en este caso será la devolución de la cantidad prestada a la empresa patrocinada.

Si estamos ante una obligación de este tipo, el acreedor para controlar la acción tiene que demostrar dos condiciones³⁵: “*Primeramente que no se le ha reembolsado el préstamo o crédito y en segundo lugar que la patrocinante no ha desplegado su actividad con la debida diligencia, o que actuado con negligencia o dolo, o lo que es lo mismo, la sociedad que emitió la carta, para quedar exonerada de responsabilidad, puede probar que actuó con la diligencia debida y necesaria para que la patrocinada pudiera hacer frente a su compromiso de reembolso del préstamo o crédito a su vencimiento*”.

A continuación se hace un recorrido por las sentencias del Tribunal Supremo, para analizar cómo han ido evolucionando los pronunciamientos sobre las cartas.

³² HERRERA SÁNCHEZ, J.A. “Una reflexión sobre las cartas de patrocinio a la luz de la Sentencia del Tribunal Supremo de 30 de Junio de 2005” en *Revista Aranzadi de Derecho Patrimonial*, cit., págs. 130.

³³ SÁNCHEZ ÁLVAREZ, M.M., “Las cartas de patrocinio” en *La Contratación Bancaria*, coord., por Enrique Gadea Soler, Adolfo Javier Siqueira Martín, 2007, págs. 1160-1161.

³⁴ HERRERA SÁNCHEZ, J.A. “Una reflexión sobre las cartas de patrocinio a la luz de la Sentencia del Tribunal Supremo de 30 de Junio de 2005” en *Revista Aranzadi de Derecho Patrimonial*, cit., págs. 138.

³⁵ HERRERA SÁNCHEZ, J.A. “Una reflexión sobre las cartas de patrocinio a la luz de la Sentencia del Tribunal Supremo de 30 de Junio de 2005” en *Revista Aranzadi de Derecho Patrimonial*, cit., págs. 139.

4.3 Análisis jurisprudencial de las cartas de patrocinio fuertes

4.3.1 Sentencia 16 de Diciembre 1985 (STS 1643/1985)

Se trata de la primera sentencia en la que el Tribunal Supremo tuvo que pronunciarse sobre las cartas de patrocinio. En ella se equiparó este negocio atípico con la figura y efectos que produce la fianza:

“El fenómeno de las denominadas, con diversa terminología, letter of responsibility, letter of support, letter de patronage, letter of intention, etc... y más usualmente cartas de confort, responde en el campo de la financiación al designio de proporcionar una garantía semejante a la fianza, mediante la cual el emisor contrae una obligación accesoria de indemnizar en beneficio del acreedor para el evento de que el deudor principal incumpla lo pacto en sus relaciones con el segundo”.

En el Fundamento de Derecho quinto de la sentencia se explica el ratio decidendi que conduce a admitir las cartas de patrocinio como “contratos análogos a la fianza”: *“la declaración constitutiva de la fianza ha de ser clara y no puede basarse en expresiones equívocas (...) requisito de claridad del que manifiestamente carece la carta de que se trata, que en modo alguno podrá ser calificada como documento idóneo a los efectos del artículo 440 del Código de Comercio”.*

La sentencia, como vemos lo deja claro, y vincula de forma clara la carta de patrocinio con la fianza, si de alguna de las declaraciones que contiene se puede predicar su identidad sustancial con un contrato de fianza³⁶. Así se afirma en la sentencia que:

“No existe obstáculo legal para entender eficaces en nuestro ordenamiento positivo las cláusulas de apoyo financiero con una fuerza vinculante fundada en el principio de libertad de contratación proclamando en el artículo 1255 del Código Civil y sus concordantes sobre los efectos de la relación obligatoria”.

En esta sentencia se establecen asimismo otros requisitos relacionados con las cartas de patrocinio. En primer lugar, para que la carta de patrocinio tenga fuerza vinculante para el emisor de la carta debe existir una relación matriz-filial entre la emisora de la carta y la patrocinada, propia de los grupos de sociedades, ya que *“tal compromiso con trascendencia jurídica (...) encuentra su explicación en los vínculos económicos y normativos existentes entre una sociedad cabeza de grupo y sus afiliadas”.*

Es más, para que una carta de patrocinio fuese validada como tal es necesario que *“conste expresamente la posibilidad de afianzar o que el Consejo de Administración tenga conferida en los Estatutos tal facultad”.* Explica además que en otras situaciones *“habrá de ser la Junta General de Accionistas de la Sociedad el órgano que deba autorizar el afianzamiento”.*

En cambio, a pesar de que se equipare a ambas figuras en sentencia, concluye con cierta incertidumbre ya que recela acerca de usar los instrumentos jurídicos de las cartas de patrocinio para pactar fianzas por deudas futuras, puesto que *“su intervención no parece adecuada cuando se trata de la futura ejecución de un contrato de transporte turístico simplemente*

³⁶ ESPIGARES HUETE, J.C. “La incertidumbre sobre las cartas de patrocinio en la práctica financiera” en *Revista de Derecho Mercantil*, N°275, 2010, pág. 134.

proyectado y no de avalar el pago de un crédito ya nacido en el desarrollo de tal negocio a favor de la empresa que proporcionó los viajeros”.

4.3.2 STS 30 de Junio de 2005 (STS 4375/2005)

En 2005, casi 20 años después de la primera sentencia sobre las cartas de patrocinio, se vio necesaria una matización de algunos aspectos en cuanto a la naturaleza jurídica de las cartas de patrocinio. También se reconoció la posibilidad de otorgar efectos jurídicos a las cartas que aunque no incorporen obligación de reembolsar alguna deuda, para ello simplemente bastaría con que el patrocinador asumiese realizar alguna actividad o tener alguna influencia para facilitar que se reembolsase la deuda lo antes posible y ambos saliesen beneficiados. Además, se disiparon las dudas acerca de “obligar al patrocinador” entendiéndose que la emisión de la carta es un “acto neutro”, es decir, que no implica por sí mismo nada en particular pero que es “un acto necesario para el desarrollo de la actividad indicada en el objeto social”.

En esta sentencia se matizó la equiparación anterior con la fianza, afirmando que la carta de patrocinio supone una garantía personal atípica:

“no se realiza como una proyección o suerte de contrato de fianza sino como una modalidad de garantía personal que, precisamente, excluye la tipicidad y régimen que se deriva de esta figura, de ahí que conceptualmente la carta de patrocinio no queda embebida o ser reconducida al contrato de fianza o a una mera aplicación analógica de la misma, pues conforme a su tipicidad básica se trata de una modalidad de garantía personal con personalidad propia y diferenciada” (STS 30 de Junio de 2005).

En la sentencia del TS se afirma que la fianza “ha de ser clara y precisa” sin que existan termino equívocos (que a veces se aprecian en las cartas de patrocinio) ya que entonces podrían acudir a otras figuras contractuales como el mandato de crédito.

El mandato de crédito³⁷ es una figura contractual surgida desde el Derecho Romano que siempre ha generado dudas acerca de su admisibilidad como contrato o si solo debe calificarse como un consejo al margen de la vinculación contractual y sobre todo, de su mayor o menos proximidad al contrato de mandato y a la fianza. Dentro del ordenamiento jurídico español, solo en la Comunidad Foral de Navarra está tipificado³⁸.

El motivo que hace difícil interpretar la figura del mandato de crédito reside en concretar en qué medida forma parte de los caracteres del mandato y de la fianza. “La propia

³⁷ ARCOS VIEIRA, M.L. “Sentencia de 13 de Febrero de 2007: Reclamación de la entidad bancaria prestamista frente al emitente de una carta de patrocinio, tras el incumplimiento del contrato por la empresa prestataria. Cartas de patrocinio: doctrina. Requisitos para la consideración de las cartas de patrocinio como contrato de garantía. Carta de patrocinio y mandato de crédito” en *Cuadernos Civitas de Jurisprudencia Civil*, cit., pág. 530

³⁸ Establece la ley 526 de la Compilación de Derecho Civil Foral: “*Quien manda a otro que preste una cantidad o conceda un crédito a un tercero se hace fiador de la obligación contraída por éste. El mandatario podrá liberarse del mandato si las condiciones patrimoniales del mandate o del tercero se hubieren hecho tales que resulte más difícil la satisfacción de la deuda*”.

configuración del contrato de mandato en cada concreto ordenamiento jurídico, en particular por lo que respecta a su relación con el fenómeno de la representación, de manera que cuanto más intensa sea ésta más difícil resultará admitir un *mandato* con las características del mandato de crédito³⁹”.

Teniendo en cuenta la atipicidad del mandato de crédito en el Derecho Común, no es tarea sencilla usar la figura como referencia para la calificación de una figura tan ambigua y tan diversa como la carta de patrocinio.

Si analizamos la función jurídica del mandato de crédito no es la de garantía, ya que los contratos de este tipo surgen con el objetivo de ampliar el poder del acreedor, mientras que los mandatos de crédito sólo quieren crear cierto tipo de relaciones contractuales, mayormente de crédito, con la intención de que se fomente la concesión de financiación.

La diferencia principal entre el mandato de crédito y la fianza radica en última instancia en el interés que actúa como verdadero eje del negocio⁴⁰. “En los negocios con función de garantía dicho interés coincide con el del acreedor garantizado, mientras que en el mandato de crédito el interés preeminente es sin duda el del mandante. El hecho de que tanto el fiador como el mandante de crédito puedan verse obligados al pago de una cantidad al acreedor o mandatario, y que dicha deuda tenga una clara relación con la del tercero incumplidor, tiene en cada caso una explicación diferente (el cumplimiento de la propia deuda fideusoria en el primer caso, y el deber de indemnizar por la gestión ajena en el segundo)”.

Ya que no son un contrato de garantía, no se extenderán los requisitos propios de las garantías expresas al mandato de crédito.

Como hemos dicho arriba, esta STS 30 de Junio de 2005 trata de reconducir ambos conceptos, ya que la doctrina sostiene que guardan más similitudes de las que parecen. En el tema relacionado a los sujetos, ambas figuras presentan una relación triangular. En el mandato de crédito la relación que existe está dividida entre la persona que se encarga de que se dé crédito, la persona receptora que acepta la solicitud y la persona a quien se le da el crédito en el mandato de crédito. A diferencia de esta, en la carta de patrocinio la relación es la ya mencionada anteriormente (la sociedad matriz que emite la carta, la entidad de crédito destinataria que actuará como acreedor y la filial que recibe el crédito). Todas ellas son objeto necesario para estimular que las entidades bancarias concedan operaciones financieras de crédito o préstamos y el mandante y el beneficiario tendrán interés y supervisarán al mandatario y al emisor para que las dos partes solventen sus obligaciones.

³⁹ ARCOS VIEIRA, M.L. “Sentencia de 13 de Febrero de 2007: Reclamación de la entidad bancaria prestamista frente al emitente de una carta de patrocinio, tras el incumplimiento del contrato por la empresa prestataria. Cartas de patrocinio: doctrina. Requisitos para la consideración de las cartas de patrocinio como contrato de garantía. Carta de patrocinio y mandato de crédito” en *Cuadernos Civitas de Jurisprudencia Civil*, cit., pág. 531.

⁴⁰ ARCOS VIEIRA, M.L. “Sentencia de 13 de Febrero de 2007: Reclamación de la entidad bancaria prestamista frente al emitente de una carta de patrocinio, tras el incumplimiento del contrato por la empresa prestataria. Cartas de patrocinio: doctrina. Requisitos para la consideración de las cartas de patrocinio como contrato de garantía. Carta de patrocinio y mandato de crédito” en *Cuadernos Civitas de Jurisprudencia Civil*, cit., pág. 533.

“En apoyo de esta tesis es preciso reconocer que en la práctica bancaria la existencia de una garantía- aunque sea tan especial como una carta de patrocinio- supone un factor de incentivación evidente para la concesión del crédito⁴¹”.

Sin embargo, existe cierta diferencia entre ambas ya que el mandato de crédito se debe realizar antes de la concesión del préstamo, mientras que la carta de patrocinio se puede emitir en el mismo momento o posteriormente (aunque la doctrina señala que pueden existir acuerdos previos entre emisor y acreedor que señalarán como mandatos de crédito).

También es necesario diferenciar entre los conceptos de encargar que se dé crédito e inducir a que se dé. Es decir, se puede encargar que solicite un crédito y no recibir una solicitud positiva a la misma y por consiguiente no lograr financiación e inducir se refiere a persuadir y lograr financiación asumiendo responsabilidades de que el acreedor recibirá todos sus pagos sin sufrir retraso alguno.

Finalmente, si queremos equiparar la carta de patrocinio a las estipulaciones a cargo de un tercero, debemos tener en cuenta primero el Código Civil (art.1257.II): *“Si el contrato contuviere alguna estipulación a favor de un tercero, éste podrá exigir su cumplimiento, siempre que hubiese hecho saber su aceptación al obligado antes de que haya sido revocada”*.

La estipulación a favor de tercero *“es aquella que deriva de un contrato celebrado válidamente entre dos personas, y va dirigido a atribuir un derecho a otro que no ha tenido parte alguna, ni directa ni indirecta en su conclusión ni directa ni indirecta en su conclusión⁴²”*. Esta estipulación tendrá que ser aceptada por el beneficiario, momento a partir del cual no es posible revocarla.

Por lo tanto, debemos rechazar el reconducimiento hacia este instrumento jurídico ya que el requisito necesario (consentimiento del tercero) no se suele dar en las cartas de patrocinio. Además *“otra dificultad se deriva del hecho de que en el contrato a cargo de tercero, el deudor de ese contrato busca asegurar o garantizar el interés del acreedor, finalidad, que aunque con notoria dificultad en muchos supuestos, cabe presumir en las cartas de patrocinio⁴³”*.

Si comparamos las cartas de patrocinio con la figura de la promesa de hecho ajeno nos encontramos con dificultades ya que en nuestro Código Civil no existe definición alguna sobre este fenómeno, así que hay que fundamentarse en la doctrina para elaborar una teoría. SÁNCHEZ GUILARTE estipula los requerimientos del beneficiario. Sostiene que es una obligación de hacer, es decir, que tendrá que usar todas las operaciones financieras necesarias para que el emisor cumpla con sus compromisos. Dentro de la promesa del hecho ajeno se trata de asemejar a una obligación de indemnizar si el emisor no cumple. Si surge este incumplimiento, el beneficiario respondería ante la entidad bancaria hasta que el crédito obtenido sea amortizado. A pesar de que guarda cierta semejanza con la carta de patrocinio de apoyo financiero, existen ciertos inconvenientes para su regularización ya que

⁴¹ SANCHEZ-CALERO GUILARTE, J. “Las cartas de patrocinio” en *Instituciones del Mercado Financiero*, cit., págs. 1778

⁴² HERRERA SÁNCHEZ, J.A. “Una reflexión sobre las cartas de patrocinio a la luz de la Sentencia del Tribunal Supremo de 30 de Junio de 2005” en *Revista Aranzadi de Derecho Patrimonial*, cit., págs. 125-141

⁴³ SÁNCHEZ-CALERO GUILARTE, J. “Las cartas de patrocinio”, cit., págs 217-236.

probablemente el beneficiario en este caso de insolvencia preferiría indemnizar al acreedor por los daños causados antes que remitirle al emisor ese volumen de deuda.

Pero como afirman CARRASCO y HERRERA nos encontramos con la desventaja que nuestro derecho positivo no reconoce a la figura jurídica de la promesa del hecho ajeno, por “*lo que no procede es declarar de modo institucional que las promesas de este tipo producen determinados efectos típicos*”⁴⁴.

Volviendo al examen de la sentencia, la emisora de la carta deberá responder, no por el hecho de que se asemejara a una fianza como sucedía anteriormente, sino porque esta declaración de participación accionarial supone un mandato de crédito que se encarga al acreedor de la sociedad filial. Según lo dictado en la sentencia y dada la falta de un criterio claro, el Tribunal nos lleva a la inseguridad sobre su interpretación. Según el Tribunal, afirma que las declaraciones “débiles” no son obligatorias, pero en este caso da la sensación de que la débil ha provocado que el emisor responda y reconozca su grado de participación en el capital de la filial más que la propia declaración “fuerte”.

Aunque esta sentencia mejoró aspectos necesarios de la jurisprudencia, seguía dejando varias cosas sin concretar. Parece que se sigue afirmando que las cartas débiles no exigen ningún tipo de vinculación entre ambas partes, mientras parece entenderse que para una declaración de mandato de crédito, la de tipo débil (y no la fuerte) era aquella que prometía un aumento de capital en caso de no poder hacer frente a la deuda.

En esta sentencia se incluyen dos tipos de declaraciones en las hay que hacer hincapié: las declaraciones de provisión de medios y las declaraciones de participación⁴⁵.

Las declaraciones de participación son relativas al capital de la filial y se refieren al porcentaje que la matriz tiene de la misma. Es una carta que suele ser simplemente informativa de la participación que ostenta en el capital, sin mención alguna al mantenimiento de ellas durante la vigencia de la obligación. Este tipo de declaraciones son muy habituales en la actividad empresarial ya que se pone en claro la relación existente entre la emisora y la beneficiaria.

Este tipo de declaraciones en las que el emisor comunica al acreedor que tiene cierta participación social en el capital de la beneficiaria suelen ir acompañadas de declaraciones de tipo fuerte que pueden ser de diversos tipos: de vigilancia y control de las obligaciones, de apoyo financiero, de mantenimiento de dicho porcentaje en la participación, etc...

En cambio, las declaraciones de provisión de medios son aquellas en las que el emisor realiza un compromiso de aportar fondos de la que manera que él escoja (préstamo, ampliación de capital, transferencia, etc...) salvo que estipule en el compromiso previo la forma. Es necesario destacar que el compromiso que toma el beneficiario es que el emisor sea responsable y amortice los pagos de acuerdo a lo establecido en la obligación.

⁴⁴ HERRERA SÁNCHEZ, J.A. “Una reflexión sobre las cartas de patrocinio a la luz de la Sentencia del Tribunal Supremo de 30 de Junio de 2005” en *Revista Aranzadi de Derecho Patrimonial*, cit., págs. 125-141

⁴⁵ HERRERA SÁNCHEZ, J.A. “Una reflexión sobre las cartas de patrocinio a la luz de la Sentencia del Tribunal Supremo de 30 de Junio de 2005” en *Revista Aranzadi de Derecho Patrimonial*, cit., pág. 135.

Estas declaraciones no obligan en ningún momento a devolver el crédito al banco, sino que informan que la obligación que tiene el emisor es poner a disposición de la beneficiaria los medios que sean necesarios para afrontar los compromisos establecidos.

Lo habitual en estas figuras es que sean presentadas de forma muy genérica, sin embargo estas declaraciones tienen varios rasgos distintivos: que la provisión de medios se realizará normalmente a través de la figura de la ampliación de capital, que el valor de dicha ampliación tendrá el importe del crédito acordado entre ambas partes y que se realiza (en caso de que se haga) para ayudar a la beneficiaria con el pago de la deuda sobre el acreedor.

Podemos concluir que esta sentencia aborda la problemática de las cartas de patrocinio y le intenta dar más luz. El Tribunal Supremo asume la carta como un encargo de dar crédito a un tercero determinado. Pero esta equiparación tampoco puede convertirse en la regla general, dada la variedad de declaraciones que pueden tener las cartas de patrocinio. En el caso, además, en esta carta de patrocinio se fijaba el compromiso del emisor de ampliar el capital social de la patrocinada, hasta la cantidad del crédito concedido por si tuviera problemas para devolverlo.

4.3.3 STS 13 de Febrero de 2007(STS 1026/2007)

En la sentencia del TS que se acaba de analizar, de 30 de Junio de 2005, se concluye que la carta de patrocinio podía ser equiparada a un mandato de crédito. En la sentencia de 13 de febrero de 2007 se vuelve a traer a colación la comparación entre carta de patrocinio y mandato de crédito, aunque como afirma ARCOS VIEIRA, *“lo que no tiene sentido es que la sentencia de 13 de febrero de 2007 reproduzca de manera literal tales reflexiones”, ya que lo que se pretende en esta es poner de manifiesto las diferencias existentes entre mandato de crédito y carta de patrocinio”*.

En esta sentencia, el TS rechaza la posibilidad de calificar la carta en cuestión como mandato de crédito, ya que como afirma *“no existe un mandato de crédito, puesto que la interpretación doctrinal que atribuye esta naturaleza a las cartas de patrocinio, reflejada indirectamente en la jurisprudencia, no sería aplicable a aquellos casos en los cuales la interpretación de las mismas es incompatible con la apreciación de un compromiso resolutorio inequívoco, como ocurre en el caso contemplado”*.

Por ello, se desestima en esta sentencia el hecho de calificar a la carta de patrocinio como mandato de crédito ya que existe una falta notoria de coincidencia en el esquema y la finalidad propios del contrato, que como todos sabemos básicamente es encontrar acuerdos de colaboración con empresas para que se le conceda financiación mediante crédito o préstamo a un tercero. El TS, respecto a este tema esgrime que *“las expresiones vertidas en la carta sean determinantes para la conclusión de la operación que el patrocinado pretenda realizar”, pero en ese caso se “incumple el requisito del carácter inequívoco del compromiso resolutorio para el buen fin de la operación que la jurisprudencia contempla como requisito para reconocer a las cartas de patrocinio la eficacia propia de un contrato de garantía”*.

Finaliza afirmando que “no existe un mandato de crédito, puesto que la interpretación doctrinal que atribuye esta naturaleza a las cartas de patrocinio, reflejada indirectamente en la jurisprudencia, no sería aplicable a aquellos casos en los cuales la interpretación de las mismas es incompatible con la apreciación de un compromiso resolutivo inequívoco, como ocurre en el caso contemplado”.

4.3.4 STS 18 Marzo de 2009 (STS 1257/2009)

El Tribunal Supremo define las cartas fuertes, continuando la línea de las 2 anteriores, como aquellas que “pueden entenderse como contrato atípico de garantía personal con un encuadramiento específico en alguna de las formas negociales o categorías contractuales tipificadas en el ordenamiento jurídico como contrato de garantía, o como contrato a favor de terceros, o como promesa de crédito, criterio seguido en la STS de 16 de Diciembre de 1985, que lo refiere al contrato de fianza, la cual puede constituirse por carta del fiador al banco”. Además, el TS confirma la claridad del compromiso adquirido mediante la emisión de la carta⁴⁶ ya que “los estrictos términos literales de la carta controvertida, en el punto relativo a los compromisos asumidos por la recurrente en el caso de impago de la prestataria son, no sólo concretos por venir referidos a una operación crediticia determinada (...), sino además claro e inequívocos en cuanto al contenido obligacional que comportan”. De las 4 sentencias enunciadas hasta ahora por el TS, esta es la más clara de todas en lo referente a las cartas de patrocinio fuertes, ya que el emisor se vincula obligacionalmente y no tiene intención exclusiva de generar confianza⁴⁷.

La sentencia tiene en cuenta que el emisor de la carta, ha asumido frente al acreedor Banco Santander Central Hispano la obligación de realizar todos los esfuerzos necesarios para el buen fin de la operación, al haber afirmado en la carta de patrocinio:

“Les confirmamos por la presente que haremos todos los esfuerzos necesarios para que la firma SIERRACORK S.L. disponga en todo momento de medios financieros que le permitan hacer frente a sus compromisos alcanzados con ustedes por los créditos que les concedan (...) Caso de que nuestra entidad participada fuese por cualquier razón incapaz de hacer frente a sus obligaciones respecto a su banco, en virtud de la obligación financiera detallada en el párrafo primero, nosotros prestaremos a la misma todos los recursos necesarios de tipo financiero, técnico o de otra clase, que le permitan cumplir satisfactoriamente sus compromisos, tanto en lo que se refiere a nominal, intereses, costas y todos los gastos que conlleven la presente operación”.

El TS estima que los compromisos que asume el patrocinante son “concretos, por venir referidos a una operación crediticia determinada” y son “claros e inequívocos, en cuanto al contenido obligacional que comportan”.

⁴⁶ ESPIGARES HUETE, J.C. “El desconcierto en la interpretación de las cartas de patrocinio; de una obligación de medios (antes) a una obligación de resultado distinta de la fianza (ahora)” en *Revista de Derecho Mercantil y Bursátil*, N° 143, 2016, pág 202-203.

⁴⁷ ALVAREZ LATA, N. “Sentencia de 18 de Marzo de 2009: Carta de patrocinio fuerte. Asunción de compromisos claros e inequívocos por la patrocinante en caso de impago de la prestataria” en *Cuadernos Civitas de Jurisprudencia Civil*, N°81, 2009, pág. 1457.

No obstante, el razonamiento del TS sobre la naturaleza de la carta de patrocinio⁴⁸ comienza a ser más difuso, y no se molesta en calibrar, (...) cuál debe ser el encuadramiento específico de este contrato atípico de garantía. A pesar de ello, el TS no emitía opinión sobre este asunto y parece apuntar a la fianza⁴⁹ *“como régimen que se le haya de aplicar a la relación que nace de esta carta de patrocinio, aunque no quede si porque estamos en realidad ante una fianza o porque no suponiendo la constitución de una fianza puede participar en algunos aspectos de sus características”*.

En la sentencia el Banco BSCH que normalmente asumiría el rol de acreedor no se considera como tal dentro de la relación fideusoria, sino que la reclamación existe en concepto de indemnización⁵⁰ - por el valor de la deuda, eso sí, en el endeudamiento de que la obligación de Emagsa (la emisora) de proveer fondos a su filial en el caso de que no pueda hacer frente a la devolución del préstamo es, en realidad, una obligación de indemnidad para con él y no de verdadera fianza, aunque razone como tal.

A pesar de ello, el TS establece la fianza como relación a mantener en esta carta de patrocinio⁵¹. Aunque si analizamos las características antes mencionadas no tenemos claro si es porque realmente es una fianza o porque la carta de patrocinio en su naturaleza de contrato atípico participa en algunos aspectos de las características de dichos instrumentos jurídicos y que no deben llevar a error comparándolo con la fianza.

Otro aspecto clave de esta sentencia es que la emisión de la carta de patrocinio puede vincular a la entidad patrocinadora aunque no sea la matriz de la sociedad patrocinada, y también aunque la entidad patrocinadora no tenga participación mayoritaria en la patrocinada. En este caso, a pesar de que la inversión esté por debajo del 50%, la relación contractual seguirá vigente ya que:

“Según la jurisprudencia de la Sala, la situación propia de sociedad matriz-sociedad filial es algo distinto de la posición de accionista mayoritario de la patrocinadora en la patrocinada, e incluso en Sentencia de 13 de febrero de 2007 se matiza tal requisito, entendiéndolo concurrente en un supuesto en que no se trata de una garantía otorgada por una sociedad matriz respecto de la sociedad filial, sino que existe un compromiso personal por parte de firmante de la carta en función de la posición de domino en la sociedad, derivada de la posesión por su parte y por el grupo de sociedades de la que es titular de la mayoría de las acciones de aquella”.

Lo que viene a explicar es que en las sentencias anteriores, para que fuera efectivo el compromiso en la carta de patrocinio la empresa matriz debía poseer o bien una posición

⁴⁸ ALVAREZ LATA, N. “Sentencia de 18 de Marzo de 2009: Carta de patrocinio fuerte. Asunción de compromisos claros e inequívocos por la patrocinante en caso de impago de la prestataria” en *Cuadernos Civitas de Jurisprudencia Civil*, cit., págs. 1461.

⁴⁹ ALVAREZ LATA, N. “Sentencia de 18 de Marzo de 2009: Carta de patrocinio fuerte. Asunción de compromisos claros e inequívocos por la patrocinante en caso de impago de la prestataria” en *Cuadernos Civitas de Jurisprudencia Civil*, cit., págs. 1463.

⁵⁰ ALVAREZ LATA, N. “Sentencia de 18 de Marzo de 2009: Carta de patrocinio fuerte. Asunción de compromisos claros e inequívocos por la patrocinante en caso de impago de la prestataria” en *Cuadernos Civitas de Jurisprudencia Civil*, cit., págs. 1462

⁵¹ ALVAREZ LATA, N. “Sentencia de 18 de Marzo de 2009: Carta de patrocinio fuerte. Asunción de compromisos claros e inequívocos por la patrocinante en caso de impago de la prestataria” en *Cuadernos Civitas de Jurisprudencia Civil*, cit., págs. 1463.

total de dominio, o bien cierto porcentaje de participación para controlar la situación de la filial. A partir de esta sentencia, el TS establece que ya no es necesaria esa condición para emitir una carta de patrocinio y darle cierto compromiso contractual (En sentencias posteriores incluso se ha relajado todavía más este requisito, como veremos).

En esta relación, la doctrina se decanta por la opción de la dirección unitaria⁵², como factor esencial que dará coherencia interna al concepto del grupo de empresas. En este caso, la sociedad matriz será la que desempeñe dicha dirección.

Para concluir, podemos afirmar que esta sentencia representa una vuelta a la figura de la fianza aunque “uno no se obligue a pagar o cumplir por un tercero”. La solución fideusoria⁵³, fuese o no una fianza en sentido estricto, se convirtió en medio para evitar cualquier situación de riesgo para el acreedor derivada de la declaración de concurso.

4.3.5 STS 14 de Octubre de 2014 (STS 4433/2014)

El supuesto de hecho resuelto en esta sentencia es el siguiente. La entidad Duplicaciones Videográficas S.A. (en adelante, Duvisa), suscribió dos pólizas de préstamo con Banco Pastor en 2004, la primera por importe de 1.500.000€ y la segunda por importe de 1.000.000€. Un día antes de la concesión de cada uno de esos préstamos, cada uno de los cuatro accionistas de Duvisa (B.C. Review, D. Inocencio, Duplicaciones Géminis S.L. y D. Pío), dirigieron sendas cartas de patrocinio con el siguiente contenido y con la única diferencia de que cada uno de ellos hacía constar su porcentaje de participación en la patrocinada (D. Pío un 25%, B.C. Review un 37,5%, D. Inocencio un 12,5% y Duplicaciones Géminis S.L. un 25%):

“Muy Sres. Nuestros: Nos referimos a la operación de préstamo concedida por Vds. a DUPLICACIONES VIDEOGRÁFICAS S.A, por importe de 1.500.000 euros, plazo siete años y tipo de interés del EURIBOR más 0,400, revisable anualmente. Sabemos que en la concesión de la citada operación han tenido vds. en cuenta como elemento decisivo nuestra participación en el capital de DUPLICACIONES VIDEOGRÁFICAS S.A. con su participación del (...) Por la presente le confirmamos con carácter irrevocable, que caso de que DUPLICACIONES VIDEOGRÁFICAS S.A, no hiciese frente a sus obligaciones derivadas del préstamo en cuestión, que procederíamos al pago de las cantidades pendientes de pago (vencidas y por vencer) bien mediante la subrogación como prestarlos en dicho contrato, bien mediante la fórmula que Vds. consideren más oportuna”

Duvisa dejó de pagar las cuotas de ambos préstamos en 2008, por lo que Banco Pastor reclamó el saldo pendiente de ambos préstamos, de 1.613.515,93 € más los intereses a los cuatro emisores de las cartas de patrocinio.

⁵² ALVAREZ LATA, N. “Sentencia de 18 de Marzo de 2009: Carta de patrocinio fuerte. Asunción de compromisos claros e inequívocos por la patrocinante en caso de impago de la prestataria” en *Cuadernos Civitas de Jurisprudencia Civil*, cit., pág. 1466.

⁵³ ESPIGARES HUETE, J.C. “El desconcierto en la interpretación de las cartas de patrocinio; de una obligación de medios (antes) a una obligación de resultado distinta de la fianza (ahora)” en *Revista de Derecho Mercantil y Bursátil*, cit., pág 215.

El Tribunal Supremo no cuestiona la existencia de una carta fuerte en la anterior declaración, y la cuestión discutida es si los cuatro emisores deben responder de forma solidaria o mancomunada. La sentencia se decanta por esta segunda opción:

“pues de los términos empleados en las cartas de patrocinio no se desprende claramente que la obligación de afianzamiento asumida por quienes las suscribieron fuera solidaria entre ellos y respecto de la sociedad. La referencia que en cada una de las cartas de patrocinio se hace a la participación que tiene en la sociedad prestataria quien la firma, y la ausencia de una mención expresa al carácter solidario de la obligación, muestran que los términos empleados para garantizar la obligación de pago de la sociedad prestamista no eran tan claros y concluyentes como pretende el recurrente, en el sentido de que fuera solidaria”.

La diferencia entre los cuatro accionistas del grupo comercial es que tenían diferentes porcentajes de participación en la misma. En dicho pleito el Banco Popular demandó a dichas entidades ya que tras comprometerse en la carta de patrocinio antes mencionada, los prestatarios no querían asumir que la obligación de devolver los pagos y exigían que no fuese mancomunada (es decir, que cada uno devolviera su parte) sino solidaria (se puede exigir a cada uno de los deudores por el total de la deuda).

El Tribunal tiene en cuenta que cada de las dos cartas de patrocinio emitidas son firmadas por un solo fiador, y que para que exista solidaridad en dicha obligación no es necesario que se haya empleado dicho término, sino que surja la voluntad por parte de todas las partes de pagar de forma íntegra lo adeudado.

Por lo tanto, el TS interpreta que las cartas de patrocinio emitidas contenían obligaciones mancomunadas, por lo que cada empresa patrocinadora debía hacer frente a la misma en función de la participación social en la patrocinada, y se constaba la ausencia de obligaciones solidarias.

4.3.6 STS 26 de Diciembre de 2014 (STS 5755/2014)

En esta sentencia surge un pleito por la concesión por parte de Caja de Ahorros y Monte de Piedad de Córdoba a CR Aeropuertos SL un crédito de Veinte millones de euros (20.000.000€) a devolver en veinticuatro meses. Por virtud de ello se había obligado a poner a disposición de CR Aeropuertos SL, dentro de un límite⁵⁴, sumas de dinero para la promoción y construcción del aeropuerto Don Quijote de Ciudad Real. La acreditada CR Aeropuertos SL fue disponiendo de cantidades y originando un saldo deudor. Con posterioridad al crédito fue declarada en concurso de acreedores. Por ello, Caja de Ahorros y Monte de Piedad de Córdoba interpuso demanda contra Inversiones Aeroportuarias del Centro SA, Caja Castilla La Mancha Corporación SA, Grupo Isolux Corsán SA y Fundación General de la Universidad de Castilla La Mancha, en cuanto firmantes de sendas

⁵⁴ ESPIGARES HUETE, J.C. “El desconcierto en la interpretación de las cartas de patrocinio; de una obligación de medios (antes) a una obligación de resultado distinta de la fianza (ahora)” en *Revista de Derecho Mercantil y Bursátil*, cit., 2016, pág.206.

cartas de patrocinio o confort, emitidas para favorecer la concesión del crédito a CR Aeropuertos SL.

En esta sentencia se ve ya el cambio en la doctrina del Tribunal Supremo hacia la responsabilidad contractual, ya que:

“Siendo, por lo dicho, esa la voluntad de los declarantes, hay que entender que las mismas asumieron la obligación de ejecutar - ciertamente, con el fin de garantizar o aumentar la seguridad de la acreedora de ver satisfecho su interés - las conductas señaladas, pero no la de pagar en caso de que no lo hiciera CR Aeropuertos, SL. Dicho con otras palabras, no se obligaron a afianzar el pago de la deuda de la misma, sino, con carácter principal - sin la subsidiaridad de la fianza -, a ejecutar aquellas conductas. El incumplimiento de las prestaciones que, propiamente, asumieron las recurrentes - negado por ellas y afirmado en la demanda - podrá generar una responsabilidad - artículos 1101 y 1107 del Código Civil— por el daño causado a la acreedora. Pero en la sentencia recurrida no se ha condenado a las recurrentes - tampoco se había solicitado en la demanda - como responsables de un daño, por no haber cumplido lo prometido, sino, realmente, como fiadoras. Por ello, se entiende infringida la norma del primer párrafo del artículo 1281 del Código Civil, ya que los términos de las cartas expresaban claramente que no fue esa la voluntad de los declarantes.”

Es decir, no es una fianza, ni una garantía. En esta carta de patrocinio asumieron la obligación de realizar ciertas conductas, y responden por no haber cumplido.

Alguna empresa alegó que el crédito se concedió no por las cartas de patrocinio fuertes sino por tener suficiente liquidez y ser una financiación a corto plazo. Es curioso este caso porque una entidad financiera como Caja Castilla La Mancha recomienda que se le conceda financiación a la empresa aeroportuaria pero ella no está dispuesta a concederle dicha cantidad.

Así pues, el TS les condenó a pagar a las demandadas de forma solidaria ya que como se afirma en el recurso de apelación incluso las demandadas lo asumieron *“asimismo, sabemos que es causa determinante para la concesión de la financiación la suscripción de esta comfort letter por nuestra sociedad”*.

Aunque dos empresas interpusieron sendos recursos de casación (Grupo Isolux Corsán SA e Inversiones Corporativas SA) alegando que en las cartas únicamente se remitía a las obligaciones de permanecer en el accionariado de la compañía aérea *“no se obligaron a afianzar el pago de la deuda de la misma, sino, con carácter principal-sin la subsidiaridad de la fianza-, a ejecutar aquellas conductas”*., además de decir que las palabras empleadas en las cartas no eran contrarias a la voluntad común y que según Grupo Isolux las cartas de confort que firmaron no expresaban la voluntad de cada firmante Inversiones Corporativas no discute que tengan que pagar, pero considera que el tribunal de apelación cambia los términos de la carta de patrocinio firmada por la empresa y les da el carácter de fianza. El TS desestima ambos recursos y les obliga a pagar la cantidad adeuda de forma solidaria. En consecuencia *“(…) el incumplimiento de las prestaciones que, propiamente, asumieron las recurrentes (...) podrá generar una responsabilidad- art. 1101 y 1107 del Código Civil- por el daño causado a la acreedora”*

Esta sentencia y la que se emitió meses después tenían un claro objetivo: el distanciamiento de la fianza pero con una fundación diferente. La STS de 26 de Diciembre de 2014⁵⁵ es un claro ejemplo de la trascendencia práctica de un determinado posicionamiento. Representa una “particular” huida de la fianza fundamentada en la consideración de la obligación contraída en las cartas emitidas como una obligación de medios.

4.3.7 STS 28 de Julio de 2015 (STS 4276/2015)

En esta sentencia el TS pasa de una obligación de medios en la sentencia anterior a una de resultados. En la misma se expresa que es de tipo fuerte, y añade que: *“Conforme al desenvolvimiento del tráfico patrimonial, es decir, a la función de garantía personal que se deriva de la carta de patrocinio en orden a la concesión de financiación empresarial, el patrocinador asume una obligación de resultados con el acreedor (...) por el buen fin de las operaciones o instrumentos de financiación proyectados; de forma que garantiza su indemnidad patrimonial al respecto”*.

El formato de la carta de patrocinio había sido redactado de la siguiente forma:

“Muy señores nuestros:

*Por la presente les confirmamos que tenemos conocimiento de la operación de descuento que por importe nominal de (x) Euros van ustedes a formalizar CON DHO EL PRESENTE DÍA. Les confirmamos que somos accionistas de esta sociedad y **somos conocedores de que la citada operación se ha concedido en base a nuestra participación en la misma.***

*Así mismo les confirmamos que, en base a las relaciones que mantenemos con dicha compañía, **nos comprometemos frente a ustedes a realizar nuestros mejores esfuerzos, incluido el apoyo financiero,** para que D.H.O cumpla en todo momento sus compromisos con ustedes, y en especial los adquiridos por la citada operación de descuento con objeto de que ustedes no tengan ningún perjuicio (...) El presente compromiso permanecerá en vigor en tanto subsistan responsabilidades derivadas de la citada operación de descuento que ustedes formalicen con DHO”*.

El TS realiza un importante esfuerzo para argumentar la responsabilidad de las patrocinadoras que surge de la carta de patrocinio:

“Conforme al desenvolvimiento del tráfico patrimonial, es decir, a la función de garantía personal que se deriva de la carta de patrocinio en orden a la concesión de financiación empresarial, el patrocinador asume una obligación de resultados con el acreedor, o futuro acreedor, por el buen fin de las operaciones o instrumentos de financiación proyectados; de forma que garantiza su indemnidad patrimonial al respecto”.

Dada la atipicidad que caracteriza a esta figura, como más adelante se expone, la relación concreta que se derive entre el patrocinador y el patrocinado, particularmente de que esta relación se dé,

⁵⁵ ESPIGARES HUETE, J.C. “El desconcierto en la interpretación de las cartas de patrocinio; de una obligación de medios (antes) a una obligación de resultado distinta de la fianza (ahora)” en *Revista de Derecho Mercantil y Bursátil*, N° 143, 2016, pág 206.

necesariamente, en el ámbito de una sociedad matriz respecto de su filial, sólo debe resultar justificativa de la validez de la "causa credendi" que sustenta el compromiso obligacional. De forma que cabe admitir cualquier marco relacional que justifique la validez del interés propio, atribución o ventaja que para el patrocinador pueda representar la realización de las operaciones financieras proyectadas; bien responda el marco relacional a la anterior circunstancia señalada, o bien a otras diferentes, como su condición de acreedor o de accionista. (STS de 13 de febrero de 2007).

Ahora bien, una vez reconocida la posible transcendencia obligacional de la carta de patrocinio, (entre otras, STS de 26 de diciembre de 2014, núm. 731/2014), debe precisarse que dicho efecto o eficacia obligacional no se produce, dada su naturaleza de negocio jurídico unilateral, de un modo automático, sino que requiere de dos presupuestos o condiciones.

Así, en primer término, y en el plano de la interpretación de la declaración de voluntad, la carta de patrocinio debe contemplar, de forma clara e inequívoca, el compromiso obligacional del patrocinador al margen, de toda declaración de mera recomendación o complacencia, sin voluntad real de crear un auténtico vínculo obligacional.

En segundo término, dado el necesario carácter recepticio de esta declaración unilateral de voluntad, el efecto obligacional requiere que el compromiso del patrocinador resulte aceptado por el acreedor en orden a la realización, de la operación proyectada. Aceptación que, conforme a la naturaleza de la figura, no tiene carácter formal o expreso, pudiendo ser tácita o presunta, particularmente inferida de la relación de causalidad entre la emisión de la carta de patrocinio y la realización o ejecución de la financiación prevista”.

Siendo una obligación de resultados, como hemos definido anteriormente, el emisor responderá de forma exclusiva por incumplir el compromiso acordado, en otras palabras, por no responder a la obligación de hacer que tenía y no aumentar el capital social de la beneficiaria.

En esta sentencia, como se intentó anteriormente, el Tribunal Supremo evita reconducir la carta de patrocinio a la figura de la fianza, pero en esta surge algo excepcional. El TS manifiesta el desafecto hacia este instrumento jurídico y su conversión a la obligación fideusoria⁵⁶.

No es una novedad⁵⁷,(...), que la STS de 28 de Julio de 2015 considere que la carta de patrocinio no pueda ser conducida al contrato de fianza. Se trata, refiere, de una modalidad de garantía personal con personalidad jurídica propia y diferenciada.

Esta sentencia convierte la carta de patrocinio en una obligación fideusoria, considerando la obligación del patrocinador⁵⁸ “(...) una obligación de indemnidad patrimonial respecto del buen fin o

⁵⁶ ESPIGARES HUETE, J.C. “El desconcierto en la interpretación de las cartas de patrocinio; de una obligación de medios (antes) a una obligación de resultado distinta de la fianza (ahora)” en *Revista de Derecho Mercantil y Bursátil*, cit., pág 215.

⁵⁷ ESPIGARES HUETE, J.C. “El desconcierto en la interpretación de las cartas de patrocinio; de una obligación de medios (antes) a una obligación de resultado distinta de la fianza (ahora)” en *Revista de Derecho Mercantil y Bursátil*, cit., pág 213.

resultado de la operación financiera proyectada a cargo del acreedor". No es una fianza, ni tiene preceptos de la misma, pero se resuelve como tal.

En conclusión, en esta sentencia se pasa de una obligación de medios a una obligación de resultados con un pequeño matiz, y es que el carácter fianza que normalmente se le atribuía a este tipo de obligaciones pasa a considerarse una obligación fideusoria.

Por otro lado, se confirma que las cartas de patrocinio no tienen por qué emitirse siempre en el ámbito de una relación matriz-filial, o en una posición de dominio o control de una sociedad sobre otra.

4.3.8 STS 27 de Junio de 2016 (STS 3055/2016)

En la sentencia más reciente que se tiene hasta la fecha acerca de las cartas de patrocinio el conflicto surge cuando el Banco Español de Crédito S.A (Banesto) decide interponer una demanda contra dos sociedades (Extremeña de Sondeos S.L y Compañía de Generadores y Grupos Electrógenos S.L) por no cumplir con sus obligaciones de garantía de pagos establecidas en una carta de patrocinio⁵⁹.

En esta reclamación, vuelve a surgir la cuestión (como en sentencias anteriores) de si ambas empresas deben responder ante las deudas en proporción a la participación en la sociedad patrocinada o de forma solidaria. De hecho, Compañía de Generadores y Grupos Electrógenos S.L alega que *"la carta emitida posee el carácter de garantía que se proclama se declare que la garantía pretendida habrá de serlo en el porcentaje del 9,22% según la participación de esta parte sobre la cantidad solicitada y no del total reclamado de contrario"*.

Además, *"las demandadas se opusieron a dicha pretensión principal alegando que dicha carta de patrocinio solo contenía unas declaraciones de intenciones, sin compromiso obligacional alguno. Que ninguna de ellas es sociedad matriz de la deudora y que, en todo caso, solo deberían responder al porcentaje de participación en dicha sociedad deudora"*.

Para corroborar si las demandas tenían razón en sus alegatos, es necesario comprobar la carta de patrocinio que emitió previamente Compañía de Generadores y Grupos Electrógenos S.L:

"[...] Muy señores míos"

"[...] Asimismo, sabemos que es causa determinante para la concesión de la financiación la suscripción de esta carta de patrocinio por nuestra sociedad. Además, declaramos conocer todos los

⁵⁸ ESPIGARES HUETE, J.C. "El desconcierto en la interpretación de las cartas de patrocinio; de una obligación de medios (antes) a una obligación de resultado distinta de la fianza (ahora)" en *Revista de Derecho Mercantil y Bursátil*, cit., pág 214.

⁵⁹ Banesto solicita que el tribunal: *"Declare que Compañía de Generadores y Grupos Electrógenos S.L y Extremeña de Sondeos S.L han incumplido frente a Banco Español de Crédito, S.A su obligación de garantía prestada en las respectivas cartas de patrocinio emitidas por las demandas con fecha 28 de abril de 2009(...) actualmente vencido líquido y exigible y que presentaba un saldo deudor a fecha de 8 de febrero de 2011 de un millón quinientos treinta y dos mil doscientos cuarenta y siete euros con cuatro y cuatro céntimos (1.532.247,44 euros)"*.

términos, derechos y obligaciones a contraer por las partes en la Financiación, a todo lo cual prestamos nuestra entera conformidad”.

En primera instancia, la sentencia consideró que se trataba de una carta de patrocinio “fuerte” ya que no podía apreciar recomendación alguna, además de recogerse algunos compromisos sobre las obligaciones que debían suscribir los deudores. Ante ellas, los deudores responderán del total reclamado con base en el carácter solidario a las obligaciones que surgen en esta actividad negocial.

Posteriormente, ambas compañías presentan recursos de casación donde afirman que cuando se refiere a “*nuestra filial*” sugiere que no son considerados como actos propios, ya que en caso de serlo, deberían ser aquellos que crean un vínculo de confianza en las demandadas porque se les aseguró que este modelo de carta de patrocinio no suponía un aval. Además, aseguran que estas cartas tenían la naturaleza de ser de tipo débil ya que se carecía de la voluntad para obligarse a realizar algún pago de cierta deuda, añadiendo que no firmaron estas cartas de confort hasta que se les confirmara que no era un aval.

Tras analizar las cuestiones centrales, el TS resuelve que: *“Conforme al desenvolvimiento del tráfico patrimonial, es decir, a la función de garantía personal que se deriva de la carta de patrocinio en orden a la concesión de financiación empresarial, el patrocinador asume una obligación de resultado con el acreedor, o futuro acreedor, por el buen fin de las operaciones o instrumentos de financiación proyectados; de forma que garantiza su indemnidad patrimonial al respecto”.*

Esta tesis ya se había asumido en sentencias anteriores (STS 26 de Diciembre de 2014 y 28 de Julio de 2015) y se concreta que la eficacia de dichas letras necesita de dos condiciones: *“En primer término (...) la carta debe interpretar de forma clara e inequívoca, el compromiso obligacional del patrocinador al margen, de toda declaración de mera recomendación, sin voluntad real de crear un auténtico vínculo obligacional”.* *“En segundo término, (...) el efecto obligacional requiere que el compromiso del patrocinador resulte aceptado por el acreedor en orden a la realización, de la operación proyectada”.*

Finalmente, debemos añadir que las cartas de patrocinio fuertes destacan por su responsabilidad solidaria en las obligaciones contraídas, *“esta conclusión se obtiene de la clara correspondencia de la interpretación sistemática de las cartas de patrocinio, según lo anteriormente expuesto, con la base de negocio como criterio de interpretación del contrato (entre otras SSTS núm. 638/2013, de 18 de noviembre y núm 414/2014 de 12 de Noviembre)”.*

5. CONCLUSIONES

En conclusión, las cartas de patrocinio son un instrumento de común uso en el tráfico mercantil con un gran valor en las relaciones comerciales existentes, y más ahora en un entorno comercial más globalizado que nunca. El objetivo de estas cartas es doble, mejorar la situación de una empresa y lograr mejores condiciones de financiación (normalmente una empresa filial).

Para describir estos documentos deben existir tres partes bien diferenciadas: el emisor (empresa matriz), el beneficiario (que es el con que se adeuda el banco) y receptor o destinatario (que suele ser un banco o una entidad financiera de crédito).

Su ambigüedad e incertidumbre a la hora de ser interpretada es uno de los motivos que les ha hecho ser más atractivas a los ojos de las empresas. Esto añadido a su sencillez y su carácter de ser gratuito respecto a otras figuras afines que acarrear costes de gestión hizo que se popularizaran rápidamente.

Por ello, desde mediados de los 80, diversos autores han tratado de dar luz a este instrumento jurídico definiéndolo como una figura atípica que agrupa contenido en constataciones de hecho y en declaraciones de voluntad.

Para que surja una carta de patrocinio, era necesario que se estableciera una relación matriz-filial o que la matriz ostentara una posición de dominio o control donde prevalecerá el “interés de grupo”.

Ya entrando en su tipología, las cartas de patrocinio débiles son aquellas declaraciones que no tienen trascendencia jurídica, únicamente basadas en la buena fe del emisor, aunque se les reconozca como obligaciones morales. Dentro de las sentencias, la única que ciertamente sustenta algo de este tipo de cartas es la de 13 de Febrero de 2007 debido a la voluntad del emitente de ceñirse a su declaración de voluntad.

Las cartas de patrocinio fuertes en cambio generan un compromiso y los esfuerzos necesarios por parte tanto del emisor como del beneficiario para atender a la obligación bajo contrato frente al acreedor para el buen fin de la operación.

Para ello, es necesario reunir ciertos requisitos, y como destacan en la doctrina, generan la asunción de un deber jurídicamente exigible.

Desde los inicios de la jurisprudencia española sobre las cartas de patrocinio, se han ido estableciendo determinados condicionantes para considerar una carta de tipo fuerte. En un principio, la relación matriz-filial era obligatoria para la emisión de las mismas y además las cartas de patrocinio eran equiparadas a una figura afín como era la fianza. Sentencias posteriores han asemejado también la figura al mandato de crédito, y han flexibilizado la necesidad de que exista una relación matriz-filial entre patrocinadora y patrocinada. Esta línea argumental siguió hasta hace apenas unos años, donde la flexibilización del criterio continuó hasta requerirse cierta vinculación entre los grupos de sociedades a la par que se distanciaban de la figura de la fianza y de la garantía hacia una simple figura de carácter

obligacional, afirmándose que la patrocinadora asume una obligación de resultado, si de la carta se desprende efectivamente su voluntad de obligarse.

Con el paso de los años, las cartas de patrocinio han pasado de ser un mero compromiso de caballeros a crear un vínculo obligacional, y aunque el emisor de la carta puede ser hasta una persona física en particular, se sigue utilizando mayormente en el ámbito de los grupos de sociedades, donde una matriz recomienda emitiendo una carta de patrocinio la concesión de un crédito de una entidad bancaria a una de sus filiales. Además, las garantías de estas cartas distan mucho de las asimiladas por otros modelos de garantías, a pesar de guardar ciertas semejanzas con las mismas.

Me quedo con una cita de ESPIGARES HUETE que define muy bien, bajo mi punto de vista, lo que ha sucedido a lo largo de estos más de treinta años de jurisprudencia en el país para explicar este fenómeno: *“Nadie sabe lo que son las cartas de patrocinio, o mejor aún, nadie sabe si las cartas de patrocinio son, o no, una fianza.”*

6. BIBLIOGRAFÍA

ÁLVAREZ LATA, N. “Sentencia de 18 de Marzo de 2009: Carta de patrocinio fuerte. Asunción de compromisos claros e inequívocos por la patrocinante en caso de impago de la prestataria” en *Cuadernos Civitas de Jurisprudencia Civil*, ISSN 0212-6206, N°81, 2009, págs. 1447-1468.

ARCOS VIEIRA, M.L. “Sentencia de 13 de Febrero de 2007: Reclamación de la entidad bancaria prestamista frente al emitente de una carta de patrocinio, tras el incumplimiento del contrato por la empresa prestataria. Cartas de patrocinio: doctrina. Requisitos para la consideración de las cartas de patrocinio como contrato de garantía. Carta de patrocinio y mandato de crédito” en *Cuadernos Civitas de Jurisprudencia Civil*, ISSN 0212-6206, N°77, 2008, págs. 511-536.

CARRASCO PERERA, A. “1897 Sentencia de 30 junio 2005: Cartas de patrocinio. Obligaciones resultantes de las declaraciones de titularidad sobre el capital de la filial y de apoyo financiero en caso de insolvencia” en *Cuadernos Civitas de Jurisprudencia Civil*, ISSN 0212-6206, N°71, 2006, págs. 895-915.

DE CASTRO MARTÍN, J.L. “Las cartas de patrocinio” en *Cuadernos del Consejo General del Poder Judicial*, 1994, págs. 13-18.

DE LA CUESTA RUTE, J.M. director, VALPUESTA GASTAMINZA, E. coordinador, *Contratos Mercantiles* 2ª Ed. Editorial Barcelona: Bosch, 2009.

DIEGUEZ OLIVA, R. “Cartas de patrocinio y delimitación con respecto a otras figuras afines: fianza solidaria, mandato de crédito: comentario a la STS de 13 de febrero de 2007” en *Revista Aranzadi de Derecho Patrimonial*, ISSN 1139-7179, N°19, 2007, págs. 233-242.

ESPIGARES HUETE, J.C. “El desconcierto en la interpretación de las cartas de patrocinio; de una obligación de medios (antes) a una obligación de resultado distinta de la fianza (ahora)” en *Revista de Derecho Mercantil y Bursátil*, N° 143, 2016, BIB 2016/4508, págs.189-216.

ESPIGARES HUETE, J.C. “La incertidumbre sobre las cartas de patrocinio en la práctica financiera”, en *Revista de Derecho Mercantil*, ISSN 0210-0797, N°275, 2010, págs. 127-194.

FUENTES NAHARRO, M. “Cartas de patrocinio: algunas reflexiones sobre la construcción jurisprudencial del fenómeno” en *Revista de Derecho Bancario y Bursátil*, ISSN 0211-6138, Año n° 27, N°110, 2008, págs. 49-86.

HERRERA SÁNCHEZ, J.A. “Una reflexión sobre las cartas de patrocinio a la luz de la Sentencia del Tribunal Supremo de 30 de Junio de 2005” en *Revista Aranzadi de Derecho Patrimonial*, ISSN 1139-7179, N°19, 2007, págs. 125-141.

SÁNCHEZ ÁLVAREZ, M.M., “Las cartas de patrocinio” en *La Contratación Bancaria*, coord., por Enrique Gadea Soler, Adolfo Javier Siqueira Martín, 2007, ISBN 978-84-9849-070-1, págs. 1154-1175.

SÁNCHEZ-CALERO GUILARTE, J. “Las cartas de patrocinio” en *Derecho del Mercado Financiero* coord. por Julián Martínez-Simancas, Alberto Alonso Ureba, Vol 2, Tomo II, 1994, ISBN 84-89124-04-3, págs.. 217-236.

SÁNCHEZ-CALERO GUILARTE, J. “Las cartas de patrocinio” en *Instituciones del Mercado Financiero*. Coord. por Julián Martínez-Simancas Sánchez, Alberto Alonso Ureba, Vol.4, 1999, ISBN 84-85533-78-X, págs. 1771-1788.

SUÁREZ GONZÁLEZ, C. J. *Las declaraciones de patrocinio: Estudio sobre las determinadas cartas de confort*, ISBN 84-7695-131-0, Ed: La Ley, 1992, págs. 25-29.

7. TABLA DE SENTENCIAS CITADAS

-Sentencia del Tribunal Supremo de 16 de Diciembre de 1985 (STS 16 Diciembre 1985)

- STS 30 Junio 2005

- STS 13 Febrero 2007

- STS 18 Marzo 2009

- STS 16 Abril 2014

- STS 14 Octubre 2014

- STS 26 Diciembre 2014

- STS 28 Julio 2015

- STS 27 Junio 2016

ANEXO I: MODELOS DE CARTAS DE PATROCINIO

“En ..., a ... de ... de 20...

Muy Sres. Nuestros:

Hemos tenido conocimiento de la operación de crédito concertada entre Uds. y la sociedad..., de la cual se adjunta copia, y respecto de la misma hemos de manifestar lo siguiente.

La sociedad..., parte acreditada en dicha operación, es una filial de nuestro grupo, en cuyo capital participamos en un porcentaje del ...%. Como sociedad matriz afirmamos que mantendremos nuestra participación accionarial y nuestro apoyo financiero a la citada sociedad, para que pueda cumplir adecuadamente los compromisos asumidos frente a terceros. En el caso de dejar de tener esa participación, o de disminuirla, negociaríamos con Uds. para que sus intereses no se vieran perjudicados por esa circunstancia.

Las presentes manifestaciones constituyen simplemente una declaración de intenciones y de apoyo hacia el acreditado, sin que puedan entenderse en ningún caso como constitutivas de garantía personal alguna por nuestra parte hacia la acreditada ni respecto de sus acreedores.⁶⁰

[Firma de la sociedad madre]

“27 de Junio de...”

Sres:

Hemos tenido conocimiento de su carta de 10 de julio de dos mil..... a nuestra filial..... por la cual Vds. han decidido uniformemente el vencimiento de los créditos de 40.000.000 ptas. Acordados a la fecha de 12 de julio de dos mil.... correspondientes a la expiración de nuestra carta de garantía.

Comprendemos que se trata de un nuevo punto de partida de los créditos aludidos, y que Vds. están dispuestos a renovarlos por un período de un año.

Por la presente les hacemos constar nuestro acuerdo para la renovación de estos créditos, con las comisiones negociadas con nuestra filial.

Nosotros garantizamos durante el período de un año arriba indicado la buena ejecución de los términos de los contratos de préstamos relativos a los créditos indicados.

Nuestra garantía cubre el reembolso de los créditos concedidos a su vencimiento más los intereses, comisiones, indemnizaciones y gastos accesorios que dieran lugar a ello.

Atentamente.”

⁶⁰ DE LA CUESTA RUTE, J.M. director, VALPUESTA GASTAMINZA, E. coordinador, *Contratos Mercantiles 2ª* Ed. Editorial Barcelona: Bosch, 2009