



Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas

TRABAJO DE FIN DE GRADO

GRADO EN DERECHO



LA EVOLUCIÓN JURISPRUDENCIAL DE LAS CARTAS DE  
PATROCINIO

Yon López Fernández

Tutor: José Carlos Espigares Huete

# ÍNDICE

<b>1. INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>3</b>
<b>2. CARTAS DE PATROCINIO.....</b>	<b>3</b>
2.1 Definición .....	3
2.2 Características.....	6
2.3 Función .....	9
<b>3. POSICIÓN DEL TRIBUNAL SUPREMO .....</b>	<b>10</b>
3.2 Sentencias al respecto .....	10
3.3 Conclusiones de las sentencias .....	16
<b>4. CLASIFICACIÓN .....</b>	<b>20</b>
4.1 Opiniones doctrinales.....	20
4.1.1 Doctrina Italiana .....	20
4.1.2 Doctrina Francesa .....	21
4.1.3 Doctrina Alemana.....	21
4.1.4 Doctrina Española .....	22
4.2 Cartas débiles .....	24
4.3 Cartas fuertes.....	26
<b>5. CONCLUSIONES.....</b>	<b>28</b>
<b>6. BIBLIOGRAFIA .....</b>	<b>30</b>

## **1. INTRODUCCIÓN**

Las cartas de patrocinio, llamadas también <<cartas de confort>>, <<cartas de apoyo>>, <<cartas de conformidad>>, <<cartas de responsabilidad>> o <<cartas de garantía>>, son un medio utilizado en el mercado financiero para favorecer la concesión de crédito. Una empresa, solicita la concesión de crédito a una entidad financiera, y un socio mayoritario de la misma, o una tercera empresa, que tiene intereses en que se lleve a cabo esa concesión (por ser la sociedad matriz del grupo empresarial al que pertenece dicha empresa) emite un documento que entrega a la entidad financiera (la carta de patrocinio) en el que aporta motivos por los que la entidad financiera debe llevar a cabo esa concesión de crédito, y es ahí donde radica precisamente el problema de este tipo de garantías, puesto que existe disparidad de opiniones, acerca de si ese documento es realmente, una garantía que obliga a ese socio o tercera empresa a responder ante la entidad financiera prestamista, en caso de que la empresa beneficiaria falle a la hora de devolver su crédito, o por el contrario, no tiene la carga suficiente para considerarse garantía y por lo tanto el socio o empresa que emitió la carta de patrocinio no debería responder ante esa deuda.

Pues bien, en España las cartas de patrocinio carecen de regulación legal como tal, solo podemos basarnos para tratar la citada problemática, en las sentencias del tribunal supremo que tenemos hasta la fecha.

## **2. CARTAS DE PATROCINIO**

### **2.1 Definición**

Las cartas de patrocinio son un instrumento que surge en la década de los años cincuenta, se utilizan cuando la sociedad matriz desea dar seguridad a la entidad financiera a la hora de que conceda financiación a su filial y así asegurar que se lleva a cabo efectivamente esa financiación, pero sin vincularse por medio de una modalidad de contrato de garantía personal típico, como sería la fianza. Constan de un documento que se redacta en forma de misiva por parte de la empresa matriz, y que va dirigido normalmente a una entidad bancaria.

Este tipo de garantías surgieron como alternativas a las comúnmente conocidas, como son los avales y las fianzas. La fianza ha venido siendo tradicionalmente la típica de las garantías personales, sin embargo, frente a esta forma de garantía

más rígida y conservadora, han surgido en el tráfico bancario otras garantías atípicas, que buscan superar los límites de las mismas, en concreto en el ámbito de la financiación de las sociedades, encontramos las cartas de patrocinio, en este ámbito, ese documento emitido por la sociedad matriz o el socio mayoritario es un instrumento para dotar de confianza y tranquilidad a la entidad bancaria en cuanto a temas de solvencia de la filial<sup>1</sup>.

Con el paso del tiempo las cartas de patrocinio van evolucionando y ganando cierta importancia, a pesar de ello no están previstas ni en el Código Civil ni en el Condigo Mercantil y no es hasta la época de los años 80 cuando el Tribunal Supremo hace su primer pronunciamiento al respecto en una sentencia.

La sentencia de 16 de diciembre de 1985 del TS define las cartas de patrocinio como:

*“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 de fianza, mediante la cual el emisor contrae una obligación accesorio de indemnizar en beneficio del acreedor para el evento de que el deudor principal incumpla lo pactado en sus relaciones con el segundo”<sup>2</sup>.*

La carta de patrocinio no tiene un concepto claro y global como podemos comprobar en las distintas definiciones que aportan los autores entendidos en la materia:

FRANCISCO VICENT CHULIÁ las define como: *“cartas redactadas en cualquier forma, siempre que estén dotadas de seriedad y claridad, que la sociedad bancaria u otra sociedad dominante de un grupo de sociedades dirige a uno o varios acreedores o posibles futuros acreedores de sus filiales asumiendo una obligación de resultado por el buen fin de las obligaciones de éstas; obligaciones que no se especifican ni muchas veces pueden especificarse (por tanto, no se “afianzan”: no es contrato de fianza). La entidad garante informa que participa en el capital o en la administración de la favorecida, o informa de los planes de*

---

<sup>1</sup> En *Grandes Tratados*. “Estudios sobre Financiaciones Sindicadas”, BIB 2017\3606, Aranzadi, Enero de 2017

<sup>2</sup> ESPIGARES HUETE, J.C. “La incertidumbre sobre las cartas de patrocinio en la práctica financiera”, *Revista de Derecho Mercantil*, Nº275, 2010, págs. 127-194.

*expansión o saneamiento en que piensa participar; naciendo un indudable deber de informar si las circunstancias cambiasen*<sup>3</sup>.

JOSÉ MANUEL BUSTO LAGO habla de la ambigüedad de las mismas para definir las de una manera global [...] *“las cartas de patrocinio son un simple instrumento o soporte documental de un conjunto de declaraciones de voluntad –que pueden ser muy variadas en su contenido– o de simples declaraciones de hechos de carácter recepticio, realizadas en forma epistolar, que carecen de una disciplina unitaria y a través de las que se intenta favorecer, en sentido amplio, una operación que se llevará a cabo por un sujeto que merece la confianza suficiente para que se comprometa en la realización de la operación, pudiendo carecer de todo efecto jurídico –por la indeterminación de su objeto, porque exista una contradecación o una oportuna reserva– o, por el contrario, hacer surgir compromisos de naturaleza contractual”*<sup>4</sup>.

ESPERANZA GALLEGO SÁNCHEZ Y NURIA FERNÁNDEZ PÉREZ las ven de la siguiente manera: *“Las cartas de patrocinio, conocidas también con la denominación de cartas de acreditación o apoyo, pero sobre todo como confort letters, debido a su extracción anglosajona, son documentos en forma de carta mediante los que su emisor se propone facilitar la concesión de crédito o financiación al patrocinado que aparece en él, por parte del destinatario del mismo. Este último suele ser una entidad de crédito. El emisor es de ordinario la sociedad dominante de un grupo de sociedades y el patrocinado suele ser una de sus sociedades dominadas. Su contenido es muy variado, oscilando entre la simple declaración por el emisor de la participación que ostenta en el patrocinado, hasta la asunción de la obligación de vigilarle y controlarle para que esté en condiciones de cumplir sus obligaciones o incluso el compromiso de reembolso del crédito. En atención a ello se distinguen las cartas débiles y las fuertes”*<sup>5</sup>.

ANTONIO ALMENDROS RUIZ opina lo siguiente: Las cartas de patrocinio surgen en el contexto principalmente de grupos de sociedades, en el que una de ellas necesita financiación ajena y es la matriz la que mediante una declaración se comunica con un tercero financiador para favorecer esa financiación, apoyando con esa declaración a la filial, pero sin ser en sí misma una fianza como tal,

---

<sup>3</sup> VICENT CHULIÁ, F. “Introducción al derecho mercantil” Volumen II Ed. Tirant Lo Blanch Tratados, pág. 1854

<sup>4</sup> BUSTO LAGO, J.M. “Cartas de patrocinio” en Tratado de contratos, Tomo IV, Ed Tirant Lo Blanch, 2013 págs. 4703-4718

<sup>5</sup> GALLEGO SÁNCHEZ, E. y FERNÁNDEZ PÉREZ, N. en “Manual de derecho civil y mercantil” Ed Tirant Lo Blanch, 2019, 3ª edición, pág. 324

aunque sean garantías personales. Las cartas de patrocinio informan de determinadas circunstancias del patrocinado que facilitarán la consecución de la operación<sup>6</sup>.

SANTIAGO LÓPEZ URIEL por su parte: *“una sociedad madre, con la intención de apoyar a una filial de su grupo a la que controla en determinada medida y que está por concluir o ha concluido la instauración, continuación o renovación de un contrato de crédito con una entidad de este carácter, generalmente un banco entrega a este un documento normalmente redactado en forma epistolar en el que a través de determinadas declaraciones muy diversas en su naturaleza y numero intenta llevar a su ánimo la seguridad del buen fin de la operación”*<sup>7</sup>.

Todas estas definiciones tienen muchas similitudes, y es que, a pesar de ser muchos autores los que definen las cartas de patrocinio, en esencia sus descripciones son casi idénticas, lo que indica que, aunque no hay una definición global, existe consenso entre todos ellos.

## 2.2 Características

Como ya hemos visto, la carta de patrocinio es una figura atípica, con lo cual, no tiene un contenido preestablecido, ni tiene unos elementos concretos, además ese contenido varía en función de la relación del patrocinante y el patrocinado debido a la financiación que este ha solicitado, en este sentido parece complicado conseguir una clasificación unánime por parte de la doctrina, de tal manera que se han establecido diversas clasificaciones para el contenido de las cartas de patrocinio, que veremos a continuación:

FRANCISCO JAVIER ARAMENDIA GURREA expone que deben contener varios tipos de cláusulas, habla de cláusulas declarativas, que se limitan a reconocer un hecho, expresar una opinión o formular un principio de política empresarial, y las relativas al mantenimiento de la participación accionarial, para asegurar a la entidad de crédito que la participación de la matriz en la filial se mantendrá al menos durante la vigencia de la financiación, habla también de las cláusulas relativas al control de la filial, en donde se muestra hasta qué punto llega el control de la matriz a la filial, y por ultimo clausulas referentes al apoyo financiero donde la matriz expone su apoyo a la filial para que esta cumpla sus obligaciones

---

<sup>6</sup> ALMENDROS RUIZ, A. “Los mercados financieros” en Tratados, Comentarios y Practicas Procesales, Ed. Tirant Lo Blanch, 2013 pág. 636

<sup>7</sup> LÓPEZ URIEL, S. “Los mercados financieros” en Tratados, Comentarios y Practicas Procesales, Ed. Tirant Lo Blanch, 2013 pág. 636

de reembolso, dependiendo de los términos de estas cláusulas la matriz quedará obligada o no<sup>8</sup>.

FRANCISCO JAVIER VALENZUELA GARACH por su parte establece tres grandes grupos: el primero constituido por aquellas declaraciones informativas en las que se limita a declarar su conocimiento y aprobación de la financiación solicitada e informa de la relación que tiene con la filial, el segundo incluye las declaraciones que manifiestan la intención de ejercer la influencia que tiene la matriz en la filial para asegurar que se satisface regularmente la deuda contraída, y apunta este autor que aquí se incluyen las mayores imprecisiones gramaticales y terminológicas buscadas incluso a propósito para, como hemos dicho antes, no atarse jurídicamente, y el tercer grupo en el que el emisor se compromete a que la filial cumplirá sus compromisos regularmente y se compromete a dotarla de los medios necesarios para ello, este grupo tiene un grado de vinculación alto y se incluirán en las cartas fuertes<sup>9</sup>.

JUAN SÁNCHEZ CALERO GUILARTE menciona las tres posibilidades que el cree concibe, que son en primer lugar, las que expresan el conocimiento o consentimiento del crédito solicitado por la filial, en segundo lugar, las que indican que la matriz tiene participación en la filial, y por último las que implican un compromiso de reembolso de la operación<sup>10</sup>.

ÁNGEL CARRASCO PERERA coincide con la ordenación que realiza LOPEZ URIEL, quien establece dos grandes categorías en función de que el contenido de la carta de patrocinio comporte una mera manifestación de hechos o incorpore un compromiso frente al acreedor: Dentro de las declaraciones de hechos, en primer lugar, de conocimiento del crédito solicitado por la filial, en segundo lugar, que aprueba y reconoce esa operación de financiación, en tercer lugar de control y participación de la filial, en cuarto lugar de la política de la matriz con respecto al mantenimiento de sus filiales, en quinto lugar de confianza en la gestión de los administradores de la filial. En cuanto a las declaraciones de voluntad, en primer lugar declaraciones de compromiso de mantenimiento o no transferencia de la participación del control sobre la filial, salvo conocimiento o aprobación de la entidad de crédito, en segundo lugar compromiso de buscar una solución satisfactoria o prestar garantías o reembolsar el crédito, si se transfiere o se pierde el control, en tercer lugar compromiso de ejercicio de influencia y vigilancia sobre la filial para que esta cumpla regularmente frente a la entidad de crédito, en cuarto lugar compromiso de gestionar eficazmente a la filial para que no disminuya su capacidad de cumplimiento, el quinto lugar mantener a la filial en situación que le permita atender a sus compromisos, en

---

<sup>8</sup> ARAMENDIA GURREA, F.J. La llamada "carta de confort" y su problemática jurídica. Revista de derecho bancario y bursátil nº 16 pág. 783

<sup>9</sup> VALENZUELA GARACH, F.J. La seriedad de las llamadas cartas de patrocinio, Revista de Derecho Mercantil, nº 185, pág. 358.

<sup>10</sup> SANCHEZ CALERO-GUILARTE J. Garantías bancarias: las cartas de patrocinio y las garantías a primera demanda, en contratos bancarios, Madrid, Ed Civitas. Págs. 711-808

sexto lugar compromiso de mantener cierto nivel de capital, en séptimo lugar compromiso frente al banco de que el crédito será reembolsado, en octavo lugar compromiso o prestación de garantía de que el crédito será reembolsado subsidiariamente por la matriz y en noveno lugar promesa de pagar penalización en caso de incumplimiento<sup>11</sup>.

JUSTINO DUQUE DOMINGUEZ distingue a su vez tres grandes grupos: el de las cláusulas enunciativas referentes al crédito solicitado, el de las cláusulas referentes a la participación o permanencia en el capital de la filial y el de la gestión y situación financiera de la filial.

Una cuestión importante que debemos mencionar, es la ambigüedad deliberada que le otorga la parte emisora a la carta de patrocinio, bien por el deseo de no vincularse jurídicamente, bien por la intención de que el contenido de la conducta prometida resulte tan indefinido que deje en manos del promitente un amplio campo de discrecionalidad difícilmente controlable. En palabras de Carrasco Perera, la ambigüedad de las declaraciones de patrocinio no constituye en estos casos un defecto de formulación de la carta. No existe desconexión entre lo que uno declara y lo que otro entiende: “el destinatario entiende la declaración exactamente en el mismo que la entiende el emisor, y la ambigüedad no procede de la capacidad de emisión y comprensión respectiva, sino del corazón mismo de la declaración, que ha sido convenido y aceptado como ambiguo o equívoco”.

Aquí observamos la lucha interna que se produce en esta figura, en la que, el emisor de la carta, sabedor de su posición fuerte en el mercado no está dispuesto a prestar una garantía tradicional, pero ante la necesidad del crédito de su filial, si está dispuesto a hacer uso de su influencia para mover el ánimo del acreedor, aunque ello signifique obligarse frente a este siempre y cuando tal vinculo no le obligue de manera tan contundente y clara como la fianza. Por su parte, el acreedor no puede conseguir una garantía personal, pero tampoco está dispuesto a dar crédito sin garantías. Concederá el crédito, aparte de por la obvia remuneración que reciba gracias a los intereses, también porque le interesará especialmente mantener relaciones comerciales con el grupo al que pertenece la sociedad patrocinada y de este modo obtener una amplia cartera de clientes.<sup>12</sup>

---

<sup>11</sup> 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, Madrid, Ed. Civitas

<sup>12</sup> INFANTE RUIZ, F.J. Las garantías personales y su causa, Tirant monografías 323

## 2.3 Función

Como hemos visto reflejado en las definiciones, las cartas de patrocinio son documentos redactados por un socio mayoritario, o por la sociedad matriz de un grupo de empresas que se dirigen a una entidad bancaria con el objetivo de que esta le conceda financiación.

Las cartas de patrocinio tienen tres partes: el emisor (el socio mayoritario o la sociedad matriz), el beneficiario (que sería la empresa que obtiene la financiación y por tanto se adeuda con la entidad financiera) y el acreedor (la entidad financiera que aporta la financiación).

Estos instrumentos surgen en la década de los años cincuenta, como alternativa de las garantías personales comunes en esa época, ya que son una opción menos rígida que la fianza o el aval, en la medida en que las cartas de patrocinio no son una modalidad de contrato de garantía personal típico, sino que se basan en dotar de confianza y seguridad a la entidad financiera pero sin atarse jurídicamente como responsables subsidiarios (aunque esto dependerá del tipo de carta que sea, “fuerte” o “débil”, que veremos más adelante) en caso de que el beneficiario no cumpla con la devolución del crédito<sup>13</sup>.

Por lo tanto, este es uno de los objetivos del patrocinador, es decir, no estar jurídicamente obligado frente al receptor, sino que se buscará la obligación en el aspecto moral, y este es el motivo por el que una empresa elige la carta de patrocinio frente a una fianza o un aval, esto es, porque puede elegir qué responsabilidad va a tener y cuanto se quiere arriesgar en una operación determinada, por ejemplo: si una empresa cree que la entidad financiera a la que va a emitir la carta de patrocinio no le va a suponer mucha dificultad el conceder la financiación a su empresa puede utilizar una carta débil, sin embargo, si cree que la entidad financiera al estudiar el caso para comprobar si accede a financiar a la empresa acreedora va a tener dificultad para conceder esa financiación, podría comprometerse más y redactar una carta fuerte y así intentar subsanar esas dudas o dificultades que pueda tener la entidad financiera, pero todo esto lo explicaré más adelante. También cabe decir que, en este caso, se juega también con la reputación de la empresa, es decir, si una empresa muy reputada emite una carta de patrocinio, aunque sea débil, la entidad financiera podrá entender que dicha empresa no va a sacrificar su reputación no haciéndose responsable si la filial no cumple a la hora de devolver el crédito, aunque son casos concretos en los que depende de muchas variables.

Por otro lado, el otro objetivo que se busca es mejorar la situación de una empresa, que será la filial, utilizando la imagen de la empresa matriz para

---

<sup>13</sup> En *Grandes Tratados*. “Estudios sobre Financiaciones Sindicadas”, BIB 2017\3606, Aranzadi, Enero de 2017

obtener la financiación e intentar conseguir unas condiciones más ventajosas de las que hubiese obtenido si hubiese actuado por separado.

En definitiva, las cartas de patrocinio se han convertido en una buena opción frente a otros tipos de garantías, ya que además de lo anteriormente citado, emitir una carta de patrocinio tiene menos dificultad y menos tramites o requisitos a cumplir y también tiene menor coste ya que no conlleva gastos de gestión.

### **3. Posición del Tribunal Supremo**

El tribunal supremo se ha pronunciado en varias ocasiones sobre la naturaleza jurídica y alcance de las cartas de patrocinio y siempre ha seguido el mismo criterio. A continuación, analizaremos las sentencias:

#### *3.1 Sentencia nº 774 de 16 de Diciembre de 1985*

Esta sentencia es la primera sobre esta materia, resolvía el recurso de casación interpuesto por la inaplicación del art 1101 del Cc. y de los arts. 1081 y 1827 de forma subsidiaria contra la sentencia de la audiencia territorial de Madrid de 18 de octubre de 1984. Las cartas de patrocinio responden en el campo de la financiación a la idea de proporcionar una garantía semejante a la fianza, mediante la cual el emisor contrae una obligación accesoria de indemnizar al acreedor en caso de que el beneficiario incumpla con sus obligaciones pactadas. Se cita que la declaración constitutiva de la fianza ha de ser clara e inequívoca, y en este caso no lo es.

La empresa Hotelplan interpone demanda reclamando cantidad contra Airspain, los interventores del procedimiento de suspensión de pagos y contra el Banco del Noroeste, ya que la empresa de turismo tenía un contrato con Airspain y es el Banco el que emite una carta de patrocinio hacia Hotelplan alegando su participación en el capital de Airspain, y posteriormente Airspain incumple su contrato y esa es la razón de la reclamación de Hotelplan al Banco del Noroeste alegando que se debería hacer responsable por la carta que emitió. El juzgado de primera instancia de Madrid dicta sentencia estimando parcialmente la demanda, condenando a Airspain y subsidiariamente al Banco del Noroeste, posteriormente se recurre y la audiencia territorial estima el recurso y revoca la sentencia de primera instancia al concluir que no existe precisamente lo que hemos citado antes, una declaración constitutiva de la fianza clara e inequívoca.

### 3.2 Sentencia nº 529 de 30 de Junio de 2005

Esta es la segunda sentencia en la que el Tribunal Supremo trata el tema de las Cartas de Patrocinio y es veinte años después. Banco Zaragozano reclama a Rústicas la cantidad adeudada por Congelados Ibéricos en cuyo capital social participaba la demandada en un 100%, debido a que en la carta de patrocinio emitida por Rústicas por el crédito que le concedió Banco Zaragozano a Congelados Ibéricos se estipulaba que si esta última tenía problemas para cumplir sus obligaciones económicas, Rústicas ampliaría capital para hacer frente, el banco consideraba que esa carta era un compromiso y la demandada alegaba que quien firmó la carta no tenía representación suficiente. Se interpone recurso y la audiencia provincial se remite a la sentencia de 1985 y determina que en este caso si existe translación de responsabilidad.

Como podemos observar, tras 20 años se matizan algunos aspectos en cuanto a la naturaleza jurídica, se matiza la comparación anterior con la fianza, determinando que la carta de patrocinio supone una garantía personal atípica, y se le da la capacidad de producir efectos jurídicos si el patrocinador se compromete en algún aspecto a ayudar a que la deuda del beneficiario sea saldada.

En esta sentencia se incluyen dos tipos de declaraciones: las declaraciones de provisión de medios y las de participación.

Las declaraciones de participación son relativas al capital social de la filial y se refieren al porcentaje que la matriz tiene de la misma, es una carta simplemente informativa de la relación existente entre emisora y beneficiaria, este tipo de declaraciones suelen ir acompañadas de declaraciones fuertes en el sentido de más intervención del emisor en la filial, tales como: vigilancia, control y apoyo financiero.

Por otro lado, en las declaraciones de provisión de medios, el emisor se compromete a aportar fondos, sin embargo, en estas declaraciones el emisor no se obliga a devolver el crédito, sino que pone a disposición del beneficiario los medios para devolverlo, en estos casos suele hacerse por medio de ampliación de capital por el importe de la deuda.

### 3.3 Sentencia nº 96 de 13 de Febrero de 2007

En esta sentencia se pronuncia el TS sobre el recurso de casación interpuesto por infracción de normas del OJ, concretamente en los arts. 1281, 1282, 1091, 1822 del Cc. y 439 del Ccom. En este caso Banco de Comercio concedió un préstamo a una mercantil, esta poseía determinadas garantías, pero no fianza. Se demanda al consejero delegado de la empresa beneficiaria, que, en la misma fecha de

formalización del préstamo, emite una carta de patrocinio en la que informa al banco de que su grupo de empresas tiene la mayoría del capital social de la beneficiaria y de que tiene interés en que la operación financiera llegue a buen fin, además se compromete a informar en caso de que cambie la situación de mayoría de capital.

El banco demandante consideró la carta como una fianza solidaria, que contenía tres declaraciones como son; la de conocimiento, aceptación de participación y la de compromiso de cumplimiento.

En esta sentencia, al igual que en la anterior de 2005, se equipara la carta de patrocinio con un mandato de crédito. En este caso el TS rechaza la posibilidad de calificar la carta como mandato de crédito, ya que no contempla que exista un compromiso resolutorio inequívoco, requisito necesario para reconocer a las cartas de patrocinio la eficacia propia de un contrato de garantía.

#### 3.4 Sentencia nº 197 de 18 de marzo de 2009

El recurso de casación interpuesto a esta sentencia, alega infracción de normas del OJ. En este caso Banco Santander concede un préstamo a Sierracork, empresa de la que tiene participación no mayoritaria EGMASA, que es quien emite la carta de patrocinio, alegando compromiso de mantener esa participación hasta devolver el préstamo, además del compromiso de informar previamente si va modificar esa participación, para obtener la aprobación del banco y si no la obtiene se compromete a abonar las cantidades pendientes, también se le prestarían todos los recursos necesarios para que la filial pudiese hacer frente a los pagos.

En este caso el juzgado de primera instancia y la audiencia provincial de Sevilla califican el documento como obligacional. Se estipula que EGMASA emite la carta de patrocinio y en ella se obliga directamente y no solo se utiliza para generar confianza.

El TS estima que los compromisos que asume el emisor son concretos porque versan sobre una operación económica en concreto, que en este caso es el préstamo y son claros y concisos porque no dejan lugar a dudas sobre el contenido obligacional que contiene.

Un punto muy importante a tratar en esta sentencia es que a pesar de que la emisora de la carta de patrocinio, en este caso EGMASA, no sea la matriz de

SIERRACORK o no posea la mayoría de participación, puede vincularla jurídicamente.

En las sentencias anteriores, para que existiese el compromiso efectivo, la empresa matriz debía tener el control total o un porcentaje de participación mayoritario, pero es a raíz de esta sentencia que esto cambia y ya no son necesarias esas condiciones para emitir una carta de patrocinio y dotarla de compromiso contractual.

### 3.5 Sentencia nº 533 de 14 de Octubre de 2014

En esta ocasión son varios socios de una mercantil los que emiten varias cartas de patrocinio manifestando que conocen los términos de la financiación que había recibido la beneficiaria, además de que se había tenido en cuenta para esa financiación su participación en la sociedad y que ellos responderían de las cantidades pendientes. Las obligaciones de la sociedad beneficiaria no fueron cumplidas y la sentencia desestimo la pretensión de la demandante por estimar que la carta contenía afianzamiento mancomunado y no solidario.

En la sentencia de apelación se ratifica que todas las cartas de patrocinio contenían un afianzamiento de las obligaciones asumidas por la prestataria, pero con carácter mancomunado. A pesar de esto, se condenó a los demandados a pagar en proporción a su participación en la sociedad. El TS rechazó la existencia de incongruencia extrapetita, alegando que lo impuesto estaba solicitado en la demanda.

El TS no se cuestiona el hecho de que esta sea una carta fuerte, sino que la responsabilidad de los emisores sea solidaria o mancomunada, pero como ya hemos dicho, la decisión es finalmente que sea mancomunada. En el contenido de las cartas no se ve claramente que las obligaciones sean solidarias, no hay mención expresa a responsabilidad solidaria.

### 3.6 Sentencia nº 731 de 26 de Diciembre de 2014

En este caso, los socios de CR Aeropuertos S.L. emiten cartas de patrocinio con Caja Sur como receptor, en estas cartas manifestaban de manera clara, que tenían conocimiento de la financiación que se estaba estudiando por parte del banco y que era necesaria para la financiación, que cada uno informaba de la participación que tenía en la beneficiaria, comprometiéndose a no reducirla hasta que se devolviese el todo el capital, o en caso de cambiar esa participación solicitar el permiso de la entidad bancaria y se obligaban a procurar garantía

suficiente antes de ese consentimiento, además, se comprometían a una ampliación de capital para restituir el capital necesario para cumplir las obligaciones de la beneficiaria y aseguraban tener los poderes suficientes para suscribir dichas cartas.

El crédito fue concedido, pero a su vencimiento no fue reembolsado, ya que la sociedad fue declarada en concurso de acreedores. La entidad financiera interpuso demanda contra los socios alegando que las cartas de patrocinio tenían el carácter de fuertes con contenido obligacional.

El juzgado de primera instancia dictó sentencia estimando la demanda y condenando a los socios a pagar solidariamente. El recurso de apelación estimó en parte manteniendo la condena, pero con carácter mancomunado en lugar de solidario. El TS estimó los recursos de casación interpuestos por 2 de los 4 demandados, y esa situación favorable se amplió también a las partes que no demandaron por ser una situación indivisible por existir una comunidad procesal, y como consecuencia estimó los recursos de apelación y absolvió a los 4 demandados.

En esta sentencia se ve el cambio en la doctrina del TS, ya que estipula que no es una fianza ni una garantía, pero en esta carta los emisores asumen la obligación de realizar ciertas conductas y al no llevarlas a cabo, deben responder.

El TS condena a pagar a las demandadas de forma solidaria ya que como se afirma en el recurso de apelación las demandadas también asumen esta obligación.

El TS además desestima los recursos de casación y les obliga a pagar de forma solidaria, aquí se apunta a una nueva dirección, en la que se distancian de la fianza.

### 3.7 sentencia nº 440 de 28 de Julio de 2015

En esta ocasión es Caja Castilla la Mancha la que emite a Banco Espirito Santo SA una carta de patrocinio donde se informa que está al tanto de la operación de descuento que iba a formalizar con DHO, además de informar también de su participación accionarial de la caja en la sociedad beneficiaria del descuento, siendo consciente de que la operación se había realizado precisamente por esa participación.

En esa carta de patrocinio Caja Castilla la Mancha se comprometía a ayudar en lo posible, económicamente si es necesario, para que DHO cumpliera con sus obligaciones.

Banco Espirito Santo demanda a Caja Castilla la Mancha reclamando el importe que DHO le adeudaba, y la sentencia del juzgado de primera instancia estima la demanda y condena a Banco de Castilla la Mancha al pago de la cantidad reclamada. Posteriormente la audiencia provincial desestima el recurso de apelación interpuesto. En su defensa, Banco Castilla la Mancha alega que en la carta de patrocinio no había términos que llevasen a tener efectos obligacionales, y que solo contenía una recomendación e información de su participación en la empresa beneficiaria del descuento, con el fin de generar confianza, y por tanto que se trataba de una carta de patrocinio débil. Además, alegaba también que DHO no era una empresa filial de la emisora de la carta.

En esta sentencia la AP de Cuenca en este caso recuerda los criterios para la diferenciación entre cartas débiles y fuertes, atribuyendo solo a las fuertes la capacidad de crear un vínculo obligacional, fijándose especialmente en la interpretación de su contenido para fijar si la declaración de voluntad es suficiente para vincular al emisor.

El TS desestima el recurso de casación interpuesto por el Banco de Castilla la Mancha. En este caso el vínculo obligacional del que hemos hablado anteriormente se concreta en la expresión utilizada “nos comprometemos frente a ustedes”, además cuando habla del apoyo financiero “permanecerá en vigor en tanto subsistan las responsabilidades derivadas de la operación de descuento”.

En esta sentencia el TS pasa de una obligación de medios en la sentencia anterior a una obligación de resultados. La eficacia obligacional no es automática, debe cumplir una serie de requisitos.

En primer lugar, la carta de patrocinio debe contemplar de forma clara e inequívoca el compromiso obligacional del patrocinador. Además, requiere que el compromiso del patrocinador sea aceptado por el acreedor. Esta aceptación puede ser tacita o presunta.

Por último, se confirma como habíamos visto en anteriores sentencias 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 a otra.

### 3.8 Sentencia Nº 424 de 27 de Junio de 2016

En esta ocasión el Banco Banesto decide interponer demanda contra Extremeña de Sondeos S.L. y Compañía de Generadores y Grupos Electrógenos S.L. por no cumplir con sus obligaciones de garantía de pagos.

Como en muchas de las sentencias que hemos analizado surge la cuestión de si ambas empresas deben responder ante las deudas conforme a la participación que posean, es decir, mancomunadamente o deben responder solidariamente.

La parte demandada se opone a la pretensión principal alegando que dicha carta de patrocinio contenía declaraciones de intenciones sin compromiso obligacional, además de alegar que no eran la matriz de la deudora.

En primera instancia, la sentencia consideró que se trataba de una carta de patrocinio fuerte, al no haber recomendaciones en su contenido, conforme a ello los demandados debían responder solidariamente. Tras esto, las demandadas presentan recursos de casación, asegurando que esas cartas eran de tipo débil ya que no tenían la voluntad de obligarse a pagar la deuda.

El TS vuelve a repetir la tesis ya usada en otras sentencias: “En primer lugar 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 lugar, el efecto obligacional requiere que el compromiso del patrocinador resulte aceptado por el acreedor en orden a la realización, de la operación proyectada”.

### **3.9. Consideraciones acerca de las sentencias citadas**

Una vez analizadas estas sentencias vamos a comentar algunos aspectos de las mismas:

- La primera sentencia (16 de diciembre de 1985) es de gran importancia doctrinal, por ser la primera que habla de la naturaleza jurídica y alcance de las cartas de patrocinio y además porque establece que las cartas de patrocinio tienen validez conforme al Cc. art 1255 pero no si tienen contenido meramente enunciativo.

Las cartas de patrocinio no contienen transcendencia jurídica cuando se trata de expresiones declarativas sin otro alcance y como tales limitadas a la afirmación de un hecho o a la manifestación de un parecer, pero sin asumir obligaciones sobre apoyo financiero de la sociedad matriz a la filial.

Aquellas que suponen un apoyo financiero con fuerza vinculante son eficaces jurídicamente al amparo de la libertad de contratación del Cc., careciendo de obligatoriedad las meramente enunciativas ya que estas últimas no crean nexo alguno con posible ejecución forzosa.

En esta sentencia citamos los fundamentos de derecho 2º y 3º:

*“Segundo. El fenómeno de las denominadas, con diversa terminología, letter of responsibility, letter of support, lettre de patronaje, 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; pero tal compromiso con transcendencia jurídica, que encuentra su explicación en los vínculos económicos y normativos existentes entre una sociedad cabeza de grupo y sus afiliadas, según hace notar la doctrina que se ocupa de tal figura, no pasara de ofrecer repercusiones en un orden estrictamente moral cuando se trata de expresiones declarativas, sin otro alcance, y como tales limitadas a la afirmación de un hecho o a la manifestación de un parecer, pero sin asumir obligaciones sobre apoyo financiero de la sociedad matriz a la filial no contraer deberes positivos de cooperación a fin de que la compañía subordinada pueda hacer efectivas las prestaciones que le alcanzan en sus tratos con el tercero, quien obviamente no podrá titularse favorecido por una inexistente Letter of comfort”.*

*“Tercero. 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 proclamado en el artículo 1255 del Código Civil y sus concordantes sobre los efectos de la relación obligatoria, pero las declaraciones meramente enunciativas carecerán de obligatoriedad, dado que por su contenido no crean nexo alguno con posible ejecución forzosa entre la sociedad principal y el tercero, ni aun invocando el elemento de la buena fe proclamado en los artículos 57 del código de comercio y 1258 del Código Civil, pues no hay contrato, o acudiendo a los usos normativos -que tendrían que ser probados- por la vía del artículo 2 de aquel Cuerpo Legal; sin olvidar, por otra parte, que según indica asimismo la doctrina científica, a no ser que el objeto social de la entidad conste expresamente la posibilidad de afianzar o que el Consejo de Administración tenga conferida en los estatutos tal facultad, habrá de ser la Junta General de accionistas de la Sociedad el órgano que debe autorizar el afianzamiento”<sup>14</sup>.*

- La sentencia del 30 de Junio de 2005 va en la línea de la anterior puesto que continúa declarando que las declaraciones meramente enunciativas carecerán de obligatoriedad, dado que por su contenido no crean nexo alguno con posible ejecución forzosa, pero en este caso el tribunal supremo va más allá afirmando que es una fórmula de crédito financiero, para facilitar que se celebre el contrato de crédito.

En esta sentencia se establecen por primera vez los requisitos de las cartas de patrocinio:

1. Que exista intención de obligarse la sociedad matriz a prestar apoyo financiero a la filial o a contraer deberes positivos de cooperación a fin de que la compañía subordinada pueda hacer efectivas las prestaciones que le alcanzan en sus tratos con el tercero favorecido por la carta, careciendo de aquella obligatoriedad las declaraciones meramente enunciativas.
2. Que la vinculación obligacional resulte clara, sin que pueda basarse en expresiones equívocas, por aplicación analógica de los requisitos de la declaración constitutiva de la fianza del artículo 1827 del Código Civil.
3. Que el firmante de la carta tenga facultades para obligar al patrocinador en un contrato análogo al de fianza.

---

<sup>14</sup> AÑÓN CALVETE, J.C. en Garantías a Primer Requerimiento, Ed. Tirant Lo Blanch, 2016

4. Que las expresiones vertidas en la carta sean determinantes para la conclusión de la operación que el patrocinado pretenda realizar.
  5. Que la relación de patrocinio tenga lugar en el ámbito o situación propia de sociedad matriz de 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 –solo admisible en casos excepcionales– que dichas cartas significan tienen en 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.
- La sentencia de 13 de Febrero de 2007, no aporta nada nuevo más que en el 4º fundamento del derecho, donde hace referencia a la importancia de la labor interpretativa del documento que sea objeto de discusión.

*“Ante una carta de esta naturaleza, es preciso, mediante las técnicas de interpretación contractual, determinar, en primer término, si la declaración de voluntad tiene entidad para vincular al emitente y suponiendo que la tenga, calificarla y de conformidad con el resultado de esta, aplicar las normas que procedan con el fin, si procede, de determinar la existencia de una obligación de garantía de carácter mercantil a la que pueda resultar aplicable la jurisprudencia de esta sala, no exenta ciertamente de excepciones, relativa al carácter solidario de la fianza mercantil”<sup>15</sup>.*

- La sentencia de 18 de Marzo de 2009 no introduce cambios y sigue la hoja de ruta anterior aun cuando hubiera podido desestimar el recurso de casación. Habla de que la doctrina de la sala de lo Civil del Tribunal Supremo entiende que la tarea de interpretación de los contratos es una tarea atribuida a los tribunales de instancia, y solo cuando su resultado es absurdo o contrario a las normas cabe su revisión casacional, y por eso en esta ocasión se rechaza el recurso de casación, puesto que el recurrente pretendía convertir el recurso en una tercera instancia.
- En las sentencias de 14 de Octubre de 2014 y la de 26 de Diciembre de 2014 el Tribunal supremo no entra a analizar la naturaleza jurídica de las cartas de patrocinio, sino que efectúa una interpretación de tales documentos. En la primera de las dos citadas establece que la carta de patrocinio obliga al cumplimiento de las prestaciones comprometidas y no al pago al acreedor, por lo tanto, desestima la pretensión de condena, en esa sentencia más allá de la tipología de la carta de patrocinio se centra en el contenido obligacional propio de cada uno de los firmantes de las cartas. En la segunda de las dos citadas se centra en que la carta de patrocinio pierde su carácter debido a que el emisor lleva a cabo unas declaraciones tan claras que esta puede considerarse como contrato de fianza, ya que se compromete a pagar lo que el deudor no pague.
- En cuanto a la sentencia de 28 de Julio de 2015 tiene un carácter doctrinal, ya que analiza la estructura de las cartas de patrocinio según su naturaleza y eficacia obligacional. En

---

<sup>15</sup> AÑÓN CALVETE, J.C. en Garantías a Primer Requerimiento, Ed. Tirant Lo Blanch, 2016

la clasificación de cartas de patrocinio fuertes y débiles, considera que las fuertes responden a la estructura del negocio jurídico unilateral con transcendencia obligacional, como declaración unilateral de voluntad, de carácter no formal, dirigida a la constitución de una relación obligatoria. También admite que desempeñan una función de garantía personal en orden a la concesión de financiación empresarial, asumiendo el patrocinador una obligación de resultado con el acreedor, o futuro acreedor, por el buen término de las operaciones de forma que garantiza su indemnidad patrimonial al respecto, por lo que el Tribunal Supremo determina que ese vínculo obligacional puede crearse en cualquier situación, no únicamente en el marco de las sociedades matrices y filiales, siempre que se justifique la validez del interés propio, atribución o ventaja que para el patrocinador pueda representar la realización de las operaciones financieras proyectadas. Pero el efecto obligacional no se produce, dada su naturaleza de negocio jurídico unilateral, de un modo automático, sino que requiere de dos condiciones: una es la declaración clara e inequívoca de dicho compromiso fuera de todo carácter de recomendación o comparecencia, exigiéndose voluntad real de crear una auténtica obligacional. Y la otra es el carácter recepticio de esta declaración unilateral de voluntad que requiere que el compromiso del patrocinador resulte aceptado por el acreedor en orden a la realización, de la operación proyectada, aceptación que no tiene carácter formal o expreso, pudiendo ser tacita o presunta.

- Aceptada esta virtualidad obligacional que pueden alcanzar las cartas de patrocinio y apreciándola en el caso concreto de esta sentencia, se analiza la naturaleza y extensión del compromiso obligacional del patrocinador principalmente respecto de su relación jurídica con el acreedor. Siguiendo la doctrina, la tipicidad de las cartas de patrocinio responde a tres criterios de interpretación: en primer lugar, la función que desempeña, de carácter instrumental respecto de la financiación principal, función de garantía que puede enmarcarse dentro del ámbito general de estas garantías. El segundo criterio, se refiere al régimen jurídico aplicable, exige tener en cuenta que, a pesar de la función de garantía, no se trata de una especie de contrato de fianza, sino de una modalidad de garantía personal que excluye la tipicidad y régimen que se deriva de esta figura, de ahí que como concepto la carta de patrocinio no pueda ser reconducida al contrato de fianza, porque se trata de una modalidad de garantía personal con personalidad propia y diferenciada. Y, en tercer lugar, el contenido obligacional que se establece entre el patrocinador y el acreedor resulta claramente especializado respecto del contenido típico que regula esta misma relación en el contrato de fianza, desde el momento en que el patrocinador no viene obligado a ejecutar a favor del acreedor una prestación idéntica a aquella que adeuda el deudor principal, sino otra de distinta naturaleza y contenido, esto es, una obligación de indemnidad patrimonial respecto del buen fin o resultado de la operación financiera a cargo del acreedor, y además, porque este cambio en el objeto u obligación garantizada también comporta una clara modificación del régimen típico que en la fianza regula la extensión y alcance de la obligación del fiador; de forma que al patrocinador, en principio, tampoco le resulta aplicable este contenido obligacional expresamente previsto para el contrato de fianza, particularmente, en relación a la extensión máxima de la obligación del fiador y la reclamación legal de exceso, dado que el compromiso indemnizatorio asumido puede ser mayor que la prestación programada, a la aplicación legal del llamado beneficio de excusión a favor del fiador, o a las propias excepciones oponibles al acreedor.

- En conclusión, podemos determinar una serie de características que establece el Tribunal Supremo con respecto a las Cartas de Patrocinio conforme a las sentencias analizadas:
  - A. Las cartas de patrocinio son manifestaciones validas jurídicamente en tanto contengan declaraciones con contenido obligacional y no meramente enunciativas ya que no crean nexo alguno con posible ejecución forzosa.
  - B. Su eficacia jurídica nace de la libertad de contratación proclamada en el artículo 1255 del Código Civil.
  - C. Este tipo de manifestaciones o declaraciones se producen en el ámbito de la financiación bancaria, como cláusulas de apoyo financiero.
  - D. Las cartas de patrocinio aparecen en el ámbito de los grupos de sociedades, aunque no solo en este ámbito.
  - E. Las cartas de patrocinio con eficacia jurídica, cartas fuertes, son contratos atípicos de garantía, lo que no debe confundirse con la fianza, el contrato a favor de terceros ni con la promesa de dar crédito.



## 4. Clasificación

En primer lugar, cabe decir que si vamos a hablar de clasificación existen varias clasificaciones según la doctrina de cada país, por lo tanto, será necesario interpretar la concreta declaración de patrocinio que nos planteemos a los fines de establecer su concreta vinculatoriedad jurídica. Por ello las diversas clasificaciones mostrarán los criterios o pautas de interpretación que puedan ayudar al operador jurídico a un correcto entendimiento del fenómeno. A continuación, nombraremos a algunos de los autores más importantes de cada país y la clasificación que cada uno realiza:

### 4.1. Opiniones doctrinales

#### 4.1.1. Doctrina Italiana

En este caso encontramos a Segni el cual ordena las cartas de patrocinio en tres esquemas fundamentales. El primer grupo serian aquellas que contienen únicamente una aprobación de la relación instaurada entre el banco y la sociedad controlada y el compromiso de comunicar al banco la eventual cesión de acciones. Un segundo grupo hace referencia a aquellas declaraciones en las que la sociedad madre manifiesta que ejercerá toda su influencia sobre la filial a fin

de que la deuda sea cumplida. Y un tercer grupo en el que se incluyen las cartas de patrocinio en las que la sociedad madre asegura que la sociedad filial no será nunca insolvente y cumplirá regularmente, o se compromete a aportar los medios suficientes para el cumplimiento.

#### 4.1.2. Doctrina Francesa

En esta doctrina el autor Bellis distingue cuatro grupos de cartas de patrocinio:

- 1- Carta de Patrocinio referente al crédito, en virtud de la cual la sociedad madre, o confirma que tiene conocimiento de la existencia del contrato de crédito, añadiendo, eventualmente que la operación comporta su acuerdo, o bien, reconoce que el crédito no ha sido consentido más que por la emisión de la letra.
- 2- Carta de permanencia de la inversión en el capital de la filial: o bien se informa sobre el nivel de participación en la filial, o bien, se confirma que en la política de la sociedad madre se encuentra la de mantener la participación en la filial a su nivel actual, o bien, la sociedad madre se compromete a informar al beneficiario previamente a todo proyecto de cesión de su participación en la sociedad filial, o bien finalmente, además de la obligación de información, la carta puede incluir un compromiso de mantenimiento de un nivel específico de participación en la sociedad filial.
- 3- Carta de Patrocinio referente a la cualidad de la gestión, en virtud de la cual la sociedad madre se compromete a ejercer un control sobre la gestión y la dirección de las operaciones de su filial de manera que esta se encuentre en condiciones de satisfacer a todos sus acreedores y más particularmente a la banca.
- 4- Carta referente a la estructura financiera de la filial, que implican para la sociedad madre la obligación de financiar a la filial cuando la estructura financiera de esta lo requiera.

#### 4.1.3. Doctrina Alemana

En la doctrina alemana encontramos a Obermüller quien distingue siete clases de cartas de patrocinio

- 1- Información sobre la participación en la filial
- 2- Prohibición de vaciamiento
- 3- Modificación de la participación
- 4- Obligación moral
- 5- Ejercicio de su influencia en la filial
- 6- Mantenimiento de la solvencia
- 7- Compromiso de asignación

#### 4.1.4. Doctrina Española

Finalmente, en nuestra doctrina, destacamos a López Uriel el cual engloba las diferentes cartas de patrocinio en dos grandes grupos.

- En un primer grupo se encuadran todas las declaraciones consistentes en manifestaciones de hechos o creencias, que a su vez se subdividen en:
  - declaraciones de conocimiento del contrato de crédito entre la filial y el banco
  - Declaraciones sobre el control de la filial
  - Declaraciones sobre su política empresarial
  
- En el segundo grupo se engloban las declaraciones consistentes en manifestaciones de voluntad, distinguiéndose:
  - Declaraciones en las que la sociedad madre se compromete a mantener o a no reducir o transferir la participación de control.
  - Declaraciones por las que se compromete a ejercer su influencia y vigilancia sobre la gestión de la filial para que esta cumpla regularmente las obligaciones frente al banco, incluso obligándose a prestar personal directivo.
  - Declaraciones de compromiso de no gestionar en el futuro a la filial de forma que resulte para esta una disminución de su capacidad de cumplimiento.
  - Declaraciones de compromiso de no perjudicar la situación financiera actual de la filial, sustrayéndole fondos o recursos.
  - Declaraciones por las que se compromete a poner en práctica todos los medios necesarios para mantener a la filial en una situación financiera tal que pueda en todo momento hacer frente regularmente a sus obligaciones o pueda, al vencimiento, reembolsar regularmente el crédito al banco.
  - Declaraciones en virtud de las cuales se compromete a poner en práctica ciertas medidas financieras, precisando que tienen por finalidad procurar el reembolso del crédito por la filial, bien poniendo fondos a disposición de la filial, bien poniendo medios técnicos a disposición de la misma.
  - Declaraciones en virtud de las cuales se compromete a poner en práctica ciertas medidas financieras, pero sin hacer ninguna referencia a la finalidad de reembolso, manteniendo cierto nivel de capital, manteniendo ciertos ratios financieros, o subordinando sus créditos frente a la filial a los que tiene el banco frente a la misma por razón del crédito concedido.
  - Declaraciones sobre el compromiso de evitar cualquier pérdida al banco relacionada con el crédito concedido a la filial,

comprometiéndose a que el crédito será regularmente reembolsado por la filial en todo caso o en hipótesis perfectamente identificadas.

- Declaraciones en las que el compromiso de la sociedad madre consiste en garantizar al banco el reembolso a través de una figura jurídica tipificada por el ordenamiento, la cual se integra en la carta utilizándola como simple vehículo<sup>16</sup>.

Al respecto de estas clasificaciones Carrasco Perera afirma que la clasificación más útil es aquella que puede combinar en la forma más optima la mayor riqueza de contenido factico y la mayor precisión sobre su eficacia jurídica, por lo que es preferible el sistema de López Uriel.

En este sentido cabe decir que otro miembro de la doctrina italiana, Mazzoni, opina que las declaraciones de confirmación de control de la filial y de mantenimiento en el futuro de la participación de la misma constituyen una base común de todas las cartas de patrocinio, ya que representan el mínimo contenido necesario para que un documento tenga el significado de carta de patrocinio.

Aunque ya las hemos citado anteriormente, vamos a proceder en este apartado a exponer la distinción dual que encontramos en las cartas de patrocinio según el Tribunal Supremo español, por un lado tenemos las cartas de patrocinio débiles, que suponen una carga nula en cuanto al compromiso que representan para el emisor con respecto al receptor de la carta, es decir, no suponen una obligación jurídica, y por otro encontramos las cartas de patrocinio fuertes que esta vez, si generan una obligación del emisor de las mismas con respecto al receptor. Esta breve introducción que acabamos de ver no esta tan clara, puesto que hay varios autores de la doctrina que abogan por que “El elemento determinante de una u otra calificación debe situarse en el distinto vinculo jurídico asumido por el declarante o patrocinante. Pero la diferencia no debe ubicarse [...] en la existencia o no de efectos jurídicos, puesto que en nuestra opinión todas las cartas de patrocinio los tienen. La única utilidad de tal distinción reside en distinguir el fundamento de la responsabilidad que usualmente originan para el patrocinante, responsabilidad que, al menos como posibilidad, concurre en cada caso” <sup>17</sup>en esta cita del articulo doctrinal del profesor ESPIGARES, podemos observar que nombra también la opinión de CARRASCO “Una declaración débil no es la que no tiene efectos jurídicos cualesquiera, sino aquella cuyos eventuales efectos en el sentido de una

---

<sup>16</sup> INFANTE RUIZ, F.J. en Las garantías personales y su causa, Tirant monografías 323

<sup>17</sup> ESPIGARES HUETE, J.C. La incertidumbre sobre las cartas de patrocinio en la práctica financiera, en Revista de Derecho mercantil, 275, 2010

obligación no nacen de una declaración de voluntad, sino de las reglas de responsabilidad civil in contrahendo como consecuencia de la confianza suscitada por aquella declaración”<sup>18</sup>.

Seguidamente vamos a exponer cada una por separado.

#### **4.2. Cartas de Patrocinio débiles**

Las cartas de patrocinio débiles, (aunque ya hemos dicho que existe una división de opiniones doctrinal acerca de las mismas), en su posición mayoritaria son aquellas en las que el emisor no carga con ningún tipo de responsabilidad jurídica con respecto al receptor, aunque algunos autores sí que hablan de carga moral o responsabilidad moral, como veremos a continuación.

En este tipo de cartas estamos ante declaraciones simplemente enunciativas, de hechos o de voluntad, con lo cual, no podrá el acreedor alegarlas como fundamento para la petición de la restitución de la financiación realizada por el mismo y no devuelta.

Este tipo de documentos ha sido muy utilizado en el derecho bancario, siendo un medio que generaba mucha confianza en el destinatario acerca de la capacidad del emisor de restituir la deuda, sin embargo, en las situaciones en las que el beneficiario de esa financiación no podía devolver lo pactado, era el acreedor el que se encontraba con un documento que como mucho ligaba moralmente al emisor, pero que en el aspecto jurídico era poco más que papel mojado.

La doctrina, mayoritariamente gira en torno a la opinión de que las cartas de patrocinio débiles, aunque no tienen valor jurídico, si generan obligaciones morales.

Además, debido a sus características podemos decir que generan cierta responsabilidad extracontractual por parte del emisor. En caso de que el emisor introduzca declaraciones con mala fe en la carta, tendentes a que la entidad financiera conceda la financiación, la acreedora buscará ante el impago una justificación de las mismas. Si respondiese extracontractualmente, la entidad financiera podría reclamar al emisor una indemnización por daños, además de la pérdida de prestigio y confianza que supondría ello, lo cual es otro factor importante a tener en cuenta.

---

<sup>18</sup> CARRASCO PERERA, A. Comentario a la sentencia TS de 30 de Junio de 2005, CCJC, Mayo/Septiembre 2006, pág. 903.

En definitiva, son muchos los autores que defienden el carácter moral de las cartas de patrocinio débiles, aunque no extirpan de esa ecuación en algunos casos la posibilidad de tener obligaciones jurídicas, de ahí la discusión doctrinal que hemos comentado antes.

En las cartas de patrocinio débiles normalmente se manifiesta:

- La condición de sociedad madre del patrocinado o de socio mayoritario de la misma
- La voluntad de mantener dicha condición de madre o socio mayoritario en el futuro
- El conocimiento de que la destinataria está estudiando conceder un crédito al destinatario
- Convencimiento o deseo de que la operación que se promueve se celebre y sea satisfecha a su vencimiento

A pesar de esto, el emisor no se compromete a que ese pago se realice, ni tampoco asume obligaciones de hacer que puedan servir, sea directa o indirectamente, para ello. La carta en definitiva es una carta de intenciones, en la que no se expresan compromisos.

Cabe plantearse que tipo de seguridad aporta una carta de intenciones débil cuando no supone un compromiso, y que sentido puede tener emitirla. Normalmente el destinatario de la carta confía en que el emisor va a hacer, de una u otra forma, que el patrocinado cumpla sus obligaciones. El apoyo supone una especie de respaldo moral, que, pese a no tener respaldos jurídicos, si suele tener económicos, pues la imagen y credibilidad del emisor queda unida al cumplimiento de la obligación. En este caso, la idea del patrocinio es expresiva a este respecto, pues la insolvencia de la patrocinada afectaría a la imagen de la patrocinadora. De hecho, puede ocurrir, que el emisor, socio mayoritario de la patrocinada, se comprometa a mantener tal condición en el futuro, hasta el punto de ser necesario obtener el permiso del destinatario de la carta para poder dejar de serlo, y es en este tipo de casos donde se puede apreciar claramente que el emisor proyecta su prestigio y credibilidad sobre la patrocinada y busca que la confianza que su figura representa para la destinataria se proyecte sobre su patrocinada.

Es importante también tratar el tema del incumplimiento de alguna de las obligaciones que en la carta se obliga a asumir el emisor, lo que daría lugar con independencia del grado de compromiso asumido en la carta a una responsabilidad por daños y perjuicios cuya cuantía vendría determinada por el importe de la obligación incumplida por la filial, pero dependería sobre todo de la prueba de cuál fue el daño causado por el incumplimiento.

### 4.3. Cartas de Patrocinio fuertes

Las cartas de patrocinio fuertes son aquellas que, aunque contienen declaraciones de muy distinta naturaleza, conllevan para quien las realiza un deber jurídicamente exigible. La doctrina considera que estos instrumentos son un ejemplo de garantía personal atípica, que en algunas situaciones podría derivar en una fianza, en caso de que el emisor se comprometa al pago del cumplimiento de la patrocinada.

En este tipo de cartas podemos decir que existe una garantía expresa, puesto que es la sociedad matriz la que va a responder por un crédito que no se la ha concedido a ella sino a su filial y que como consecuencia solo podría exigirse frente a la filial, en el caso de no existir la carta de patrocinio.

En las sentencias de Diciembre de 1985 y de Junio de 2005 antes citadas, se establecen unos parámetros para que una carta de patrocinio se considere fuerte:

1. Que la sociedad matriz tenga intención de obligarse a prestar apoyo financiero a la filial o contraer deberes 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 facultades para obligar al patrocinador en un contrato análogo al de la fianza.
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 las relaciones entre la matriz o filial, lo que se distingue de la relación entre accionista simplemente mayoritario y sociedad.

Estos requisitos son de obligado cumplimiento para que una carta de patrocinio sea considerada fuerte, en algunas sentencias en los que ha faltado uno de ellos ha significado que no sea considerada fuerte.

Las cartas fuertes según la doctrina alemana incorporan auténticos y verdaderos compromisos que asume el emisor de la carta y son exigibles por la entidad bancaria destinataria de la misma, se trata de una garantía atípica, admisible como fruto de la libertad de pactos del Cc. art 1255.

Las cartas de patrocinio fuertes suponen un compromiso efectivo por parte del emisor, puede consistir en:

- La obligación patrocinada será satisfecha por el emisor en el caso de que no lo haga el deudor.

- O un apoyo indirecto para que esa obligación sea finalmente cumplida por la patrocinada, así, por ejemplo, cuando se afirma que se inyectaran los fondos necesarios o bien se suscribirá un aumento de capital que sea suficiente para cumplir la deuda.

La doctrina y la jurisprudencia consideran que esto supone una forma de garantía atípica que en algunos casos podría calificarse como verdadera fianza, así sucedería en el caso de que el emisor se comprometiese al pago en defecto del cumplimiento de la patrocinada. La cuestión relativa a la naturaleza jurídica de este tipo de compromisos no puede responderse de una forma única porque dependerá de los términos pactados.

Aunque teóricamente es posible distinguir entre los dos tipos, ya que el Tribunal Supremo ha establecido unos criterios objetivos para la determinación de cada una, no resulta fácil realizar la diferenciación en la práctica porque en muchas ocasiones es el mismo emisor de la carta el que busca establecer un lenguaje poco claro y ambiguo, aunque como contrapartida se podrá celebrar un negocio que en la mayoría de casos no planteará excesivos problemas si la patrocinada cumple con sus obligaciones.

En las cartas en las que el emisor se vincula de forma directa con el acreedor, la participación en el capital social se mantendrá hasta que las deudas y las obligaciones contraídas estén saldadas. La filial es deudora del banco y el banco podrá reclamar la deuda íntegra, el esfuerzo que debe hacer la filial para cumplir es el mismo que el de cualquier deudor, como afirma la doctrina, se hará todo lo necesario en la gestión de la filial para que esta cumpla sus compromisos.

En la sentencia del TS de 1985, que fue la primera de este tema se trató el tema de la reconducción de las cartas de patrocinio hacia la fianza, donde se decía que la fianza es un contrato accesorio, que requiere la existencia de una obligación principal, subsidiaria, pues el fiador se obliga para el caso que el deudor principal incumpla la obligación, y consensual, ya que para que pueda producir efectos jurídicos es necesario la constancia de una manifestación de voluntad expresa del fiador.

Esta equiparación fue muy criticada por la doctrina porque la carta de patrocinio busca facilitar la concesión de crédito sin usar la fianza para evitar la vinculación jurídica, ya que la fianza ha de ser expresa.

Englobar ambos conceptos no sería adecuado puesto que las cartas de patrocinio perderían sus virtudes, que son las ventajas fiscales, a diferencia de las fianzas que tienen un coste de control y gestión.

Las sentencias más recientes hablan de la posibilidad de que la obligación que asumen los emisores sea una obligación de medios y de resultados. 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 inmediata desde el momento en el que la entidad financiera concedente demuestra que no se ha cumplido el objetivo asumido en la carta, y en ese momento surgirá la responsabilidad de la patrocinadora.

Por otro lado, cuando el contrato que se establece entre ambas partes solo obliga a actuar a una de las mismas de forma cautelosa, este compromiso generado será de medios. El emisor estará libre de responsabilidad si prueba que actuó diligentemente, aunque no se alcanzase el buen fin de la operación.

En definitiva, las cartas de patrocinio, pese a poder ser oscuras a la hora de expresar el compromiso y las posibles consecuencias, no dejan de ser un instrumento muy utilizado en una práctica acostumbrada a un contexto de cierta incertidumbre como es la praxis bancaria.

## 5. CONCLUSIONES

En este apartado final vamos a detallar propiamente la evolución jurisprudencial de las Cartas de Patrocinio, y para ello vamos a analizar lo estipulado por el TS en las sentencias acerca de este tema.

En la primera sentencia sobre este tema del TS (16 de Diciembre de 1985) el TS vincula de forma clara la carta de patrocinio con la fianza, se puede extraer ello de alguna de las declaraciones que contiene “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 proclamado en el artículo 1255 del CC y sus concordantes sobre los efectos de la relación obligatoria”.

Se establecen en esta sentencia también, otros requisitos como la necesidad de que exista una relación matriz-filial entre la emisora y la patrocinada para que la carta de patrocinio tenga fuerza vinculante, pero deja muchas incertidumbres en esta sentencia el TS.

Posteriormente, en 2005, veinte años después, matiza algunos aspectos de la naturaleza jurídica de las cartas. Se reconoce la posibilidad de otorgar efectos jurídicos a las cartas que, aunque no incorporen obligación de reembolso, el patrocinador asuma realizar alguna actividad tendente a ayudar a ese reembolso.

En esta sentencia y en la posterior del 13 de Febrero de 2007 se equiparan las cartas de patrocinio a mandatos de crédito, pero es en la de 2007 en la que se determina rechazar esa comparación puesto que existe una falta notoria de coincidencia en el esquema y la finalidad propios del contrato, es decir, encontrar acuerdos de colaboración de financiación.

La sentencia de 18 de marzo de 2009 es más clara en el hecho de que en las cartas de patrocinio fuerte, el emisor se vincula obligacionalmente y no tiene intención exclusiva de generar confianza, a pesar de ello el razonamiento del TS sobre la naturaleza de la carta de patrocinio es difuso.

En la sentencia de Diciembre de 2014 se ve un cambio doctrinal hacia la responsabilidad contractual, se huye de la fianza fundamentada en la consideración de la obligación contraída en las cartas emitidas como una obligación de medios, sin embargo, en la siguiente sentencia (28 de Julio de 2015) se pasa de una obligación de medios a una de resultados, donde el emisor responderá de forma exclusiva por incumplir el compromiso acordado.

Como se hizo anteriormente, en esta sentencia el TS evita reconducir la carta de patrocinio a la figura de fianza, también 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.

Finalmente, en la sentencia de 27 de Junio de 2016 se concretan dos aspectos necesarios para la eficacia de una carta de patrocinio: la carta debe interpretarse 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. Y en segundo lugar el efecto obligacional requiere que el compromiso del patrocinador resulte aceptado por el acreedor en orden a la realización, de la operación proyectada.

## 6. BIBLIOGRAFÍA

- En Grandes Tratados. “Estudios sobre Financiaciones Sindicadas”, BIB 2017\3606, Aranzadi, Enero de 2017
- ESPIGARES HUETE, J.C. “La incertidumbre sobre las cartas de patrocinio en la práctica financiera”, Revista de Derecho Mercantil, Nº275, 2010, págs. 127-194.
- VICENT CHULIÁ, F. “Introducción al derecho mercantil” Volumen II Ed. Tirant Lo Blanch Tratados, pág. 1854
- BUSTO LAGO, J.M. “Cartas de patrocinio” en Tratado de contratos, Tomo IV, Ed Tirant Lo Blanch, 2013 págs. 4703-4718
- GALLEGO SÁNCHEZ, E. y FERNÁNDEZ PÉREZ, N. en “Manual de derecho civil y mercantil” Ed Tirant Lo Blanch, 2019, 3ª edición, pág. 324
- ALMENDROS RUIZ, A. “Los mercados financieros” en Tratados, Comentarios y Practicas Procesales, Ed. Tirant Lo Blanch, 2013 pág. 636
- LÓPEZ URIEL, S. “Los mercados financieros” en Tratados, Comentarios y Practicas Procesales, Ed. Tirant Lo Blanch, 2013 pág. 636
- ARAMENDIA GURREA, F.J. La llamada “carta de confort” y su problemática jurídica. Revista de derecho bancario y bursátil nº 16 pág. 783
- VALENZUELA GARACH, F.J. La seriedad de las llamadas cartas de patrocinio, Revista de Derecho Mercantil, nº 185, pág. 358.
- SANCHEZ CALERO-GUILARTE J. Garantías bancarias: las cartas de patrocinio y las garantías a primera demanda, en contratos bancarios, Madrid, Ed Civitas. Págs. 711-808
- 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, Madrid, Ed. Civitas
- INFANTE RUIZ, F.J. Las garantías personales y su causa, Tirant monografías 323
- AÑÓN CALVETE, J.C. en Garantías a Primer Requerimiento, Ed. Tirant Lo Blanch, 2016
- CARRASCO PERERA, A. Comentario a la sentencia TS de 30 de Junio de 2005, CCJC, Mayo/Septiembre 2006, pág. 903.