



Expediente Tribunal Administrativo del Deporte núm. 94/2025 TAD

En Madrid, a 19 de junio de 2025, se reúne el Tribunal Administrativo del Deporte para conocer y resolver el recurso formulado por D. XXX en su condición de Director de los Servicios Jurídicos del XXX contra la Resolución de 19 de marzo de 2025 dictada por el Comité de Apelación de la Real Federación Española de Fútbol.

ANTECEDENTES DE HECHO

PRIMERO. El 6 de marzo de 2025 se disputó el encuentro entre el XXX y el XXX en el marco de la Copa S.M. la Reina. El acta arbitral consignó en el apartado “otras observaciones” que «el XXX modifica el parche oficial de la competición tapando el logotipo XXX».

Como consecuencia, el Juez Disciplinario Único, mediante resolución de 10 de marzo de 2025, consideró al XXX autor de una infracción del artículo 133 del Código Disciplinario de la RFEF en relación con el artículo 302 del Reglamento General de la RFEF, imponiéndole una sanción de 250€.

SEGUNDO. El XXX interpuso en tiempo y forma recurso de apelación ante el Comité de Apelación de la RFEF alegando cuanto tuvo por oportuno.

Este recurso fue desestimado mediante resolución del Comité de Apelación de la RFEF de fecha 19 de marzo de 2025.

TERCERO. Interpuesto recurso por el XXX ante este Tribunal Administrativo del Deporte, se remitió oficio a la RFEF a los efectos de solicitar el preceptivo informe, que fue remitido con fecha 31 de marzo de 2025.

A la vista del informe, el XXX presentó ante este Tribunal las alegaciones que estimó pertinentes.



FUNDAMENTOS DE DERECHO

PRIMERO. Competencia

El Tribunal Administrativo del Deporte es competente para conocer este recurso con arreglo a lo establecido en la disposición transitoria tercera de la Ley 39/2022, de 30 de diciembre, del Deporte, en concordancia con lo previsto en el artículo 84.1 a) de la Ley 10/1990, de 15 de octubre, del Deporte, y en los artículos 6.2 c) y f), y 52.2 del Real Decreto 1591/1992, de 23 de diciembre, sobre Disciplina Deportiva, así como en el artículo 1.a) del Real Decreto 53/2014, de 31 de enero, por el que se desarrolla la composición, organización y funciones del Tribunal Administrativo del Deporte.

SEGUNDO. Legitimación del recurrente.

El recurrente está legitimado activamente para plantear este recurso, por ser titular de derechos e intereses legítimos afectados por ella, en los términos exigidos por el artículo 33.4 del Real Decreto 1591/1992.

TERCERO. Hechos litigiosos y posiciones de las partes.

3.1 Hechos e infracción adjudicada al XXX

Según se desprende del acta arbitral, el XXX eliminó del logo de la competición que los clubes deben llevar en sus equipaciones la referencia a XXX. Como consecuencia, el Juez Disciplinario, en una decisión que es confirmada por el Comité de Apelación de la RFEF, considera al XXX responsable de la infracción tipificada en el artículo 133 del Código Disciplinario de la RFEF:

«Artículo 133. Incumplimiento de órdenes, instrucciones, acuerdos u obligaciones reglamentarias.

El incumplimiento de órdenes, instrucciones, acuerdos u obligaciones reglamentarias que dicten los órganos federativos competentes, con excepción de las específicas calificadas como de carácter grave o muy grave, será, sancionado como infracción leve y se impondrá la sanción, según determine el órgano disciplinario competente en base a las reglas que se contienen en el presente Ordenamiento, de multa en cuantía de hasta 602 euros, inhabilitación o suspensión por tiempo de hasta dos meses o de al menos dos encuentros, o clausura de hasta un partido».



En cuanto a la orden, instrucción, acuerdo u obligación reglamentaria dictada por los órganos federativos competentes que se considera incumplida, el Juez de Disciplina se remite al artículo 302 del Reglamento General de la RFEF:

«Artículo 302. Publicidad en prendas deportivas.

1. Los clubes están autorizados a que sus futbolistas utilicen publicidad en sus prendas deportivas cuando actúen en cualquier clase de partidos.

En este sentido, la publicidad, necesariamente deberá tener contenido comercial, sin que puedan ser objeto de incorporación en la indumentaria de juego cualesquiera marcas, signos distintivos, anagramas, emblemas y/o imágenes que supongan de hecho, o puedan suponer manifestaciones de tipo político o religioso o su utilización sea considerada contraria a los intereses de la RFEF.

2. Con independencia de ello, y tratándose de competiciones de ámbito estatal y carácter profesional, los futbolistas deberán exhibir obligatoriamente en su indumentaria el logotipo de la LNFP. También deberán exhibir durante toda la competición del Campeonato de España/Copa de S.M. el Rey el emblema de dicho torneo. Será obligatorio lucir el logotipo oficial del campeonato en la Supercopa de España.

En las restantes competiciones de ámbito estatal y carácter no profesional y en las específicas definidas en las Normas y Bases de Competición, los/as futbolistas deberán exhibir obligatoriamente en su indumentaria el logotipo de la RFEF o el emblema oficial de la categoría o torneo, según estipule la RFEF para cada una de ellas.

Queda expresamente prohibida la utilización de logotipos o emblemas no autorizados expresamente por la RFEF.

3. Tratándose de competiciones de Primera y Segunda División de Fútbol Sala, los/as futbolistas deberán exhibir obligatoriamente en su indumentaria el logotipo de la RFEF sin que esté permitida la publicidad de otras organizaciones deportivas u organizaciones empresariales conformadas por entidades deportivas.

4. Los logotipos de los distintos Campeonatos Nacionales a los que se refiere este artículo, únicamente podrán exhibirse en cada uno de los citados Campeonatos, esto es, en la categoría a la que corresponden, quedando prohibida su utilización en otros de distinta categoría».

3.2 La defensa del XXX

En sus distintos recursos y escritos, el XXX viene a sostener dos líneas argumentales.

Siguiendo la primera, el Club estima que la RFEF ha aplicado incorrectamente la normativa federativa. Entiende que la RFEF puede imponer el uso del logotipo institucional en los encuentros de la competición, pero sin marcas comerciales. A continuación, cita diversos preceptos de las Normas Reguladoras y Bases de Competición de Torneos de Fútbol Femenino de la RFEF en las que se refieren a la



competición como «Campeonato de España/ Copa de S.M. la Reina», denominación que, entienden, es la oficial del torneo, sin que en ningún momento aparezca la denominación comercial XXX

A continuación, manifiesta que la Circular 49 de la temporada 2024/2025, referida al «Programa Élite Fútbol Femenino II», explica el esquema básico del programa, que ha sido desde su origen en el año 2019 poner en común activos, capacidad y recursos de la RFEF y de los clubes que, voluntariamente, se adhieran al programa. Entiende que, del tenor de la Circular, se concluye que los clubes conservan la plena titularidad sobre sus activos y derechos de imagen. Entiende que los derechos comerciales, publicitarios y de imagen de los equipos no pueden ser objeto de explotación unilateral por la RFEF. Asimismo, destaca que el XXX no se ha adherido al citado Programa.

Cita diversa doctrina de este Tribunal en apoyo de sus argumentos.

Por último, considera que la RFEF carece de competencias disciplinarias para un asunto como el que trae a nuestro conocimiento, ya que se trataría, en todo caso, de una obligación de naturaleza mercantil que, como mucho, generaría responsabilidad con sujeción al Derecho privado.

En cuanto a la segunda de las líneas de defensa esgrimidas por el XXX, en ella viene a sostener que la obligación de incorporar el término XXX en el logo de la competición no solo se encuentra huérfana de soporte normativo federativo, sino que tampoco las leyes otorgan tal competencia a la RFEF. Sostienen que la inclusión del logo de XXX no obedece a razones de identificación de la competición, sino a intereses estrictamente comerciales derivados de acuerdos publicitarios suscritos entre la RFEF e XXX

Recuerda que la Ley del Deporte reconoce a los clubes la capacidad para gestionar sus derechos comerciales y de imagen y, en este sentido, cita normativa y jurisprudencia que viene a distinguir entre usos institucionales y usos comerciales. Sostiene que la RFEF, al obligar al XXX a incluir determinada publicidad comercial en sus camisetas, está abusando de su posición dominante e infringiendo la Ley de Competencia Desleal.

3.3 Los argumentos del Comité de Apelación de la RFEF

El Comité de Apelación desestimó las quejas del XXX y confirmó la sanción impuesta por el Juez Disciplinario.

Se arguye, en primer lugar, que el artículo 302 del Reglamento General permite a la RFEF fijar el logotipo a utilizar en las competiciones. En ejercicio de tal competencia, señala que la RFEF incluyó el término « XXX » en el emblema oficial de la RFEF. Afirma que «es un hecho notorio que el emblema oficial de la Copa de S.M. la Reina incluye la marca comercial “XXX” desde el año 2020, constituyendo una práctica consolidada y constante en la identidad visual del torneo».



El XXX era consciente de este hecho por haber participado en actos y eventos donde el emblema del torneo ha estado visible.

En este sentido, se afirma que la Disposición General Octava, numeral 7, de las Normas Reguladoras y Bases de Competición de Torneos de la Federación de Fútbol Femenino permite claramente a la RFEF establecer el logo correspondiente a utilizar en las competiciones o torneos.

Cita diversa doctrina de este Tribunal en apoyo de su postura y termina desestimando los argumentos del XXX en cuanto a la falta de existencia de un mandato al que el Club hubiera quedado vinculado.

Se rechaza igualmente que la RFEF no tenga competencias para imponer la sanción discutida por tratarse de una materia meramente mercantil, ya que lo incumplido son obligaciones reglamentarias y órdenes de la RFEF. Entiende el Comité que las disposiciones reglamentarias y órdenes incumplidas son:

«el artículo 302 del Reglamento General de la RFEF, que establece la obligación de portar el emblema oficial de la competición, definido por la RFEF; la Disposición General Octava, numeral 7, de las Normas Reguladoras y Bases de Competición de Torneos de Fútbol Femenino, que exige que todas las futbolistas lleven el emblema oficial de la Copa de S.M. la Reina; y las instrucciones u órdenes expresas emitidas por la RFEF antes del torneo, mediante las cuales se reiteró a los clubes la obligatoriedad de utilizar el emblema estipulado y que fueron debidamente comunicadas a los equipos participantes».

Por último, en cuanto a las alegaciones del XXX referidas a la incompatibilidad entre la posibilidad de que la RFEF obligue a los clubes a portar en sus equipaciones anuncios de determinadas empresas y la Ley del Deporte, señalan que tal decisión se ha adoptado en el marco de la normativa reglamentaria vigente, la cual no ha sido impugnada, por lo que el Comité de Apelación, en ejercicio de las funciones revisoras que le vienen atribuidas, no puede pronunciarse sobre dicho extremo.

CUARTO. El juicio del Tribunal

Tanto por la RFEF como por el XXX se han planteado argumentos de diversa índole. Estando, como estamos, revisando el ejercicio de la potestad disciplinaria por parte de la RFEF, el debate debe reconducirse al análisis de la existencia o no de la infracción que se imputa al Club. En este sentido, el artículo 133 del Código Disciplinario de la RFEF tipifica

«El incumplimiento de órdenes, instrucciones, acuerdos u obligaciones reglamentarias que dicten los órganos federativos competentes».

Alcanzar un juicio de tipicidad objetiva positivo pasa, en consecuencia, por determinar la existencia de una orden, una instrucción, un acuerdo o una obligación



reglamentaria dictada por el órgano federativo competente y, además, que el destinatario de cualquiera de las anteriores obligaciones las hubiera incumplido.

Partiendo de este punto, es un hecho admitido por el recurrente que la RFEF tiene competencia, de acuerdo con las normas reglamentarias citadas en los diversos escritos que conforman el expediente administrativo, para fijar el emblema de una competición como la de la Copa de S.M. la Reina, debiendo los clubes portarlo obligatoriamente en la equipación. Así se desprende sin dificultad del artículo 302 del Reglamento General de la RFEF y así lo ha declarado expresamente este Tribunal en las resoluciones que son objeto de cita por el Comité de Apelación y algunas otras que reiteraron las iniciales (Resoluciones del TAD 80/2021 y 111/2021, entre otras).

Sin embargo, la pretendida obligación de portar el emblema de la competición con el término “XXX” no se deriva de ninguna de las normas reglamentarias que se citan, que se limitan a atribuir competencias a la RFEF en tal sentido, sin que sea este el momento para discutir la extensión de tales competencias. Este punto es reconocido tangencialmente por el Comité de Apelación, al expresar en el FJ 3º de su resolución que:

«es un hecho notorio que el emblema oficial de la Copa de S.M. la Reina incluye la marca comercial “XXX” desde el año 2020, constituyendo una práctica consolidada y constante en la identidad visual del torneo. No se trata de una modificación reciente ni de una circunstancia sobrevenida, sino de un elemento gráfico consolidado y plenamente reconocible, que ha sido utilizado en todas las ediciones anteriores desde su incorporación».

A esto se refiere el recurrente, en una afirmación que se comparte, al subrayar que los órganos disciplinarios de la RFEF no pueden, sin conculcar el principio de tipicidad, transformar una genérica y abstracta norma que habilita a los órganos federativos a imponer determinadas obligaciones a los clubes en una concreta obligación, sin que se haya producido algún acto posterior por parte de los órganos competentes.

Las obligaciones impuestas por la RFEF, especialmente si terminan desplegando consecuencias sancionadoras, no pueden aflorar de prácticas consolidadas o hechos notorios, sino simple y llanamente de los mandatos a los que se refiere el artículo 133 del Código Disciplinario de la RFEF. A los efectos de integrar el tipo del artículo 133, se debería haber traído al conocimiento de este Tribunal una orden, una instrucción o un acuerdo emitido por la RFEF y puesto en conocimiento del XXX en el sentido de ordenar al Club portar el emblema de la competición junto al término XXX

Sin embargo, a la vista de expediente administrativo, la existencia de tal orden, acuerdo o instrucción, elemento imprescindible para colmar la tipicidad del artículo 133 del Código Disciplinario de la RFEF, no ha quedado acreditada. Y la carga de la prueba, como no podía ser de otra forma, correspondía a la RFEF. Al no haber



aportado a este Tribunal elementos probatorios que nos permitan concluir la existencia de tal obligación, más allá de referencias genéricas a hechos notorios o prácticas consolidadas, debemos, en el ejercicio de nuestra función revisora, declarar la nulidad de la sanción impuesta por el Juez de Disciplina, al no haber quedado acreditado el tipo objetivo de la infracción.

Y en nada desvirtúa esta conclusión la siguiente afirmación vertida por el Comité de Apelación en su resolución, al FJ 3º:

«[...] el XXX no ha acreditado que existiera indefinición alguna respecto al emblema oficial de la Copa de S.M. la Reina, pues dicho logotipo fue definido por la RFEF y comunicado de manera clara a los clubes antes del inicio del torneo».

O, en idéntico sentido, la RFEF, en el apartado v del informe remitido a este TAD, donde afirma que las disposiciones incumplidas por el XXX incluyen:

«[...] Las instrucciones y órdenes expresas emitidas por la RFEF antes del torneo, mediante las cuales se reiteró a los clubes la obligatoriedad de utilizar el emblema oficial de la competición, incluyendo la remisión expresa del logotipo con el emblema incorporando la marca comercial “XXX”».

Si tal cosa realmente ocurrió es algo que ha quedado fuera de los confines de este procedimiento, y que, desde luego, no puede ser tenido por cierto ante las meras manifestaciones del órgano revisor de la RFEF o de la propia RFEF. La situación de absoluta orfandad probatoria en la que se ha colocado a este Tribunal no le deja más remedio que estimar, sin más, el recurso del XXX

Delimitado de esta manera el hecho con relevancia jurídica determinante para la resolución de la controversia, es claro que no había razones para admitir y practicar la prueba propuesta por el recurrente. En sede de apelación frente a la resolución del Juez Disciplinario Único, el XXX solicitó al Comité de Apelación de la RFEF la práctica de una prueba consistente en que la RFEF

«aporte todos los contratos, convenios, acuerdos y demás documentos suscritos entre la RFEF y la compañía XXX. (XXX) o cualquiera de sus empresas filiales, que regulen, afecten o se refieran a la denominación comercial de las competiciones oficiales de fútbol femenino en España, o a la inclusión de cualquiera de ellas del término “XXX incluyendo pero no limitándose a: 1. Contratos de patrocinio, colaboración, cesión derechos o cualquier otra forma de vinculación jurídica entre la RFEF e XXX (o cualquiera de sus filiales) en relación con el fútbol femenino. 2. Actas, informes o comunicaciones internas de la RFEF en las que se haga referencia a la negociación, suscripción, ejecución o renovación de dichos contratos. 3. Cualquier otro documento de naturaleza contractual, precontractual o administrativa que incida en la relación entre la RFEF e XXX en lo que respecta a la denominación comercial de las competiciones de fútbol femenino».



A la vista de la argumentación decantada en esta Resolución, resulta evidente que la prueba propuesta, centrada en la acreditación de la existencia de relaciones comerciales entre la RFEF e XXX, no resulta pertinente ni útil.

Por un lado, que la RFEF haya firmado contratos de patrocinio, colaboración u otros con XXX es irrelevante a los efectos de esta controversia, ya que en nada alteraría el cumplimiento o incumplimiento, por parte del XXX, de las pretendidas obligaciones a las que estaba sujeto. Tal cuestión únicamente tendría relevancia si estuviéramos en situación de tener que valorar la conformidad con la normativa vigente de obligar a los equipos a portar en el logo de la competición publicidad de alguna empresa. Lo mismo cabe decir respecto a la adhesión al Programa Élite, cuyo contenido podría desplegar alguna virtualidad en nuestros razonamientos si hubiera quedado acreditada la orden emitida por la RFEF en relación con el emblema que el Club debía portar y, en consecuencia, debiéramos haber continuado en el análisis de la responsabilidad infractora.

Aún con todo, este Tribunal entiende que la RFEF no cuenta con amparo normativo, en una competición como la Copa de S.M. La Reina, para imponer a los clubes participantes la obligación de portar publicidad comercial en sus equipaciones. Así, la Disposición General Previa de las Normas Regulatoras y Bases de Competición, Torneos Federación de Fútbol Femenino, Temporada 2024/2025, dispone el carácter no profesional de esta competición:

«Las competiciones oficiales de ámbito estatal y carácter no profesional de nivel aficionado de Campeonato de España/Copa de S.M. La Reina y la Supercopa de España de Fútbol Femenino para la temporada 2024/2025, tanto en su organización como en su desarrollo, se regirán, específicamente, por las presentes Normas Regulatoras y Bases de Competición, ello sin perjuicio de lo dispuesto en las demás normas que conforman el ordenamiento jurídico federativo».

La Ley 39/2022, de 30 de diciembre, del Deporte, clasifica los distintos tipos de competiciones, disponiendo que, en atención a su importancia económica y la naturaleza de sus participantes, pueden ser profesionales o aficionadas. Las competiciones aficionadas son posteriormente definidas en el artículo 84 de la misma Ley, mientras que el artículo 85 regula los derechos de comercialización en este tipo de competiciones:

«Los organizadores de las competiciones no profesionales podrán comercializar los derechos y productos que establezca la legislación vigente, con pleno respeto a los derechos individuales de los clubes y entidades deportivas asociados, no pudiendo disponer de ellos salvo consentimiento expreso de los mismos. Todo ello, sin perjuicio de lo dispuesto en el artículo 26 del Real Decreto-ley 15/2020, de 21 de abril, de medidas urgentes complementarias para apoyar la economía y el empleo.

Cuando las competiciones sean clasificadas como profesionales su gestión y explotación se hará de conformidad con lo dispuesto en el título VI».



En este sentido, no pueden aceptarse las manifestaciones obrantes al Fundamento Jurídico Quinto de la resolución del Comité de Apelación, de conformidad con el cual el Comité renuncia a pronunciarse sobre la compatibilidad entre la supuesta orden de incluir en el logo de la competición el término “XXX” y el artículo 85 de la Ley 39/2022 porque las normas reglamentarias en las que se basa dicha orden -el Reglamento General y las Bases de la Competición- no han sido impugnadas y están plenamente vigentes. Lo que se discute no es la compatibilidad entre la redacción de dichos reglamentos y la Ley 39/2022, sino entre la aplicación que la RFEF ha hecho de las competencias que le vienen otorgadas y el citado artículo 85 de la Ley del Deporte.

No se discute, porque es una cuestión pacífica, que la RFEF pueda ordenar a los clubes que participen en las competiciones portar el logo de tal competición. Lo que se debate es si la Ley del Deporte permite a la RFEF incluir en el logo publicidad comercial de la que únicamente se beneficia la Federación, sin contar con la anuencia de los clubes. Y en este sentido, la respuesta debe ser negativa, lo que motivaría también la nulidad del acuerdo sancionador aun cuando se hubiera probado la existencia de la concreta orden emitida por la RFEF.

Así, resulta, en opinión de este Tribunal, endeble el razonamiento sostenido por el Comité de Apelación que sostiene, a la hora de interpretar el art. 302 del Reglamento de la RFEF, que «de la literalidad de dicho precepto se desprende que es la RFEF, como organizadora de la competición, la que define cuál es el emblema oficial de la misma, sin que en el reglamento se establezca restricción alguna respecto a la posibilidad de que dicho emblema pueda incorporar una marca comercial asociada a los derechos de denominación de la competición (*naming rights*)», especialmente porque este precepto es el punto segundo de la norma citada, mientras que la «publicidad en prendas deportivas» se regula en el punto primero; es decir, la interpretación obvia pasa por entender que la regulación mollar de la «publicidad» se hace en el primer número, quedando el segundo para los emblemas y logotipos «oficiales», de tal forma que, si se hubiera querido incluir en estos publicidad comercial, debiera de haberse previsto expresamente, no bastando el silencio para permitir su eventual inclusión.

Y, por último, también sorprende que, al referir una especie de «práctica comparada» que legitimaría la actuación de la RFEF, el Comité de competición se refiera a casos, como los de la Liga *EA Sports* o la Liga *Hypermotion*, en los que la publicidad comercial vinculada al logo en ningún caso se encuentra presente en las equipaciones de los equipos participantes en la competición, lo que, de algún modo, más que refrendar la tesis de la RFEF viene a reforzar el planteamiento del recurrente, pues nada tiene que ver participar en una competición cuyo denominación se «combine» con la de una marca comercial con incluir, de forma obligada, tal publicidad de un empresario privado en tu propia camiseta, a modo de complemento inserto en el logo o emblema de la entidad organizadora.



Por todo lo expuesto, este Tribunal Administrativo del Deporte

ACUERDA

ESTIMAR el recurso presentado por D. XXX, en su condición de Director de los Servicios Jurídicos del XXX, contra la Resolución de 19 de marzo de 2025 del Comité de Apelación de la Real Federación Española de Fútbol.

La presente resolución es definitiva en vía administrativa, y contra la misma podrá interponerse recurso contencioso-administrativo ante el Juzgado Central de lo Contencioso-Administrativo, con sede en Madrid, en el plazo de dos meses desde su notificación.

EL PRESIDENTE

EL SECRETARIO

