Manual de información para Empresas colaboradoras

ÍNDICE

1. Introducción **3**

2. Manual de uso y aplicación de marca en gastos de publicidad y propaganda …… **5**

3. Manual de aplicación para Empresas Colaboradoras …… **15**

A. Soportes cuya única finalidad es la publicidad del colaborador del Acontecimiento …….. 21
B. Soportes cuya finalidad principal es distinta de la publicitaria .. 30
C. Beneficios fiscales aplicables y procedimiento para la solicitud de la Certificación acreditativa ……. 40

4. Anexo I. Modelos **45**

A. Modelo de solicitud …….. 46
B. Modelo de declaración responsable ……. 50
C. Publicidad esencial ……. 85
D. Publicidad no esencial ……. 86
E. Modelo de certificación ……. 87

5. Anexo II. Normativa aplicable **90**

- Disposición adicional sexagésima cuarta de la Ley 3/2017, de 17 de junio, de Presupuestos Generales del Estado para el año 2017, modificada por Disposición final cuadragésima segunda. Cuatro de la Ley 6/2018, de Presupuestos Generales del Estado para 2018……. 91
- Real Decreto 582/2017, de 12 de junio, por el que se crea y se regula la Comisión Nacional para la conmemoración del V Centenario de la expedición de la primera vuelta al mundo de Fernando de Magallanes y Juan Sebastián Elcano …… 92
- Ley 49/2002, de 23 de diciembre, de régimen fiscal de las entidades sin fines lucrativos y de los incentivos fiscales al mecenazgo …….. 98
- Real Decreto 1270/2003, de 10 de octubre, por el que se aprueba el Reglamento para la aplicación del régimen fiscal de las entidades sin fines lucrativos y de los incentivos fiscales al mecenazgo.. 111

1. Introducción

En el año 2019 se cumple el quinto centenario del inicio de la expedición naval promovida por la Corona de España y capitaneada inicialmente por el navegante portugués al servicio de la Corona española, Fernando de Magallanes, con el propósito de abrir una nueva ruta a las islas de las Especias. El 23 de marzo de 1518 se firman las Capitulaciones de Valladolid entre el navegante y el Rey Carlos I de España, que le nombra «gobernador, adelantado, capitán general de la Armada para el descubrimiento de la especería», Magallanes partió de Sevilla la mañana del lunes 10 de agosto de 1519 al mando de cinco naves y doscientos sesenta y cinco hombres, de los cuales el 64 por ciento eran españoles y el resto se repartía entre nueve nacionalidades diferentes.

Esta empresa naval, que requirió de enorme tenacidad y esfuerzo para superar múltiples penalidades, condujo tres años más tarde a completar la hazaña descomunal de la primera vuelta al mundo, finalmente culminada gracias al arrojo, valor, destreza marinera y visión de Juan Sebastián de Elcano, marino natural de Guetaria (Guipúzcoa), que estuvo de regreso en Sevilla el día 6 de septiembre de 1522.

Una travesía que les llevó de Sanlúcar de Barrameda a Tenerife, costas de Sierra Leona, Río de Janeiro, el Río de la Plata, por entonces conocido como Río de Solís, la Patagonia, la Tierra del Fuego y el Estrecho al que, con el tiempo, se le dio nombre del mencionado capitán general, el Pacífico y las islas Marianas, las islas Filipinas, Sumatra y las Molucas, el cabo de Buena Esperanza y las islas Cabo Verde para retornar al puerto de donde había zarpado.

Tan asombroso periplo a través de los océanos Atlántico, Pacífico e Índico y los continentes de Europa, América, Oceanía, Asia y África supuso un decisivo avance científico al confirmar que la tierra era redonda, revalidando el legado de la antigüedad, y que además era esférica. Este viaje cambió el mundo y fue la primera acción globalizadora de la historia, y supuso un paso de gigante en la apertura a escala mundial de los conocimientos, las comunicaciones y los intercambios de todo orden, así como en el desarrollo y proyección de Europa y, en especial, de los países ibéricos. Y visto en la perspectiva de los cinco siglos transcurridos, se ha demostrado que su impronta sigue allí, y ha influido en muy diferentes ámbitos: naval, comercial científico, humano y humanístico, entre otros.

En junio de 2017 (Real Decreto 582/2017, de 12 de junio) se crea *la Comisión Nacional para la conmemoración del V Centenario de la expedición de la primera vuelta al mundo de Fernando de Magallanes y Juan Sebastián Elcano*, para la preparación y programación de los actos conmemorativos que celebren y recuerden esta impresionante hazaña. La Comisión se suma a iniciativas que están llevando a cabo tanto desde la sociedad civil como desde instituciones públicas españolas así y por otros Estados.

Esta conmemoración tiene la consideración de acontecimiento de especial interés público a los efectos de lo dispuesto en el artículo 27 de la Ley 49/2002, de 23 de diciembre*, de régimen fiscal de las entidades sin fines lucrativos y de los incentivos fiscales al mecenazgo*, y en el presente manual se detallan las condiciones y modalidades para la aplicación de este beneficio.

2. Manual de uso y aplicación de marca en gastos de publicidad y propaganda

La marca está formada por un conjunto que debe mantenerse inamovible. La parte del logotipo y la parte gráfica, que en su conjunto forman una identidad visual que constituye la imagen de marca.

Logo, versión principal.

Logo, versión reducida.

Logotipo, principal alineado a la izquierda.

Área de seguridad

Reducciones.

Para obtener una visión optima, la reducción máxima no deberá ser inferior a los límites establecidos, indicados a continuación.

Versión principal
+
Máxima reducción

Versión principal alineada a la izquierda
+
Máxima reducción.

Colores corporativos.

CMYK
0C 100M 100Y 0K

RGB
191R 4G 17B

PANTONE
485C

CMYK
0C 20M 100Y 0K

RGB
191R 4G 17B

PANTONE
1235C

NEGRO

BLANCO

Versiones de color.

Tipografía.

La tipografía corporativa, utilizada para la marca que constituye el V Centenario de la 1º vuelta al mundo es la Noe Display-Medium.

Noe Display-Medium.
Mayúsculas 64 pt.

ABCDEFGHIJ
KLMNOPQRS
TVWXYZ

Noe Display-Medium.
Minúscula 67pt.

abcdefghijklmn
opqrstuvwxyz

Noe Display-Medium.
Números 81 pt.

1234567890

Usos incorrectos.

3. Manual de aplicación para empresas colaboradoras

El presente manual tiene por objeto tanto determinar los estándares de utilización del logotipo y/o imagen del Acontecimiento de Excepcional Interés Público (en adelante AEIP o acontecimiento) "V Centenario de la primera vuelta al mundo por Fernando de Magallanes y Juan Sebastián Elcano", como establecer los criterios para la cuantificación de los diferentes beneficios fiscales que prevé la normativa actual con el fin de apoyar el adecuado desarrollo de dicho acontecimiento.

El artículo 27 de la Ley 49/2002, de 23 de diciembre, *de régimen fiscal de las entidades sin fines lucrativos y de los incentivos fiscales al mecenazgo*, cuyo texto se incorpora al final de este manual, establece las distintas deducciones aplicables al amparo de las acciones encuadradas en un AEIP. Destacan, siempre en cumplimiento de los planes y programas de actividades establecidos por el consorcio o el órgano administrativo correspondiente, los contemplados en el artículo 27.3.Primero (en la propaganda y publicidad de proyección plurianual que sirvan directamente para la promoción del acontecimiento), y las previstas en el artículo 27.3.Segundo (la aplicación del régimen de mecenazgo prioritario).

En este manual se desarrolla lo contemplado en el artículo 27.3.Primero. La trascendencia de los acontecimientos de excepcional interés público requiere un alto grado de difusión de los mismos. Las posibilidades de éxito del acontecimiento en sí son mayores cuanto mayor es su difusión y publicidad. Los beneficios fiscales asociados a estos acontecimientos constituyen un incentivo para que las personas o entidades que deseen colaborar con la organización y celebración de los mismos materialicen ese apoyo contribuyendo a su difusión.

La participación de las personas o entidades que incurran en gastos de publicidad y propaganda a efectos del artículo 27 de la Ley 49/2002 (en adelante colaboradores en AEIP) en la difusión del mismo, puede responder, básicamente, a las siguientes modalidades:

-Producción y edición de material gráfico o audiovisual de promoción o información, consistente en folletos, carteles, guías, videos, soportes audiovisuales u otros objetos, siempre que sean de distribución gratuita y sirvan de soporte publicitario del acontecimiento.
-Instalación o montaje de pabellones específicos, en ferias nacionales o internacionales, en los que se promocione turísticamente el acontecimiento.
-Realización de campañas de publicidad del acontecimiento, tanto de carácter nacional como internacional.
-Cesión por los medios de comunicación de espacios gratuitos para la inserción de anuncios dedicados a la promoción del acontecimiento.

Quizá la forma de difusión del acontecimiento más extendida en los últimos tiempos sea esta última, la aplicación gráfica del logotipo o del elemento concreto en que se materialice la publicidad del mismo dentro de la publicidad de un determinado colaborador, bajo una estrategia de marcas compartidas en la que ambos obtienen beneficios económicos y/o de difusión de su imagen.

La multiplicidad de medios y formas publicitarias exige que se establezcan normas acerca del tamaño mínimo que debe tener el logotipo, o el elemento concreto en que se materialice la publicidad de cada acontecimiento, para ajustarse a los objetivos de difusión y cumplir una condición inexcusable: garantizar la visibilidad de los mismos.

Por ello, las normas de uso del logotipo o del elemento concreto en que se materialice la publicidad de cada acontecimiento, para que constituya una forma de difusión efectiva, deben ser concretas y ajustadas a un plan de comunicación.

Líneas estratégicas de comunicación

El objetivo del plan de comunicación es incrementar la notoriedad y difusión del acontecimiento a través de la difusión de su logotipo oficial o del elemento concreto en que se materialice la publicidad del mismo, sus contenidos y su programación en la comunicación corporativa y comercial de las empresas colaboradoras mediante anuncios, folletos, catálogos, encartes, material de *merchandising* y otros elementos en diferentes soportes, como envases y embalajes, páginas web, páginas de prensa, etc., que incorporarán tanto el logotipo del acontecimiento como los contenidos de la programación del mismo.

Con la inserción del logotipo o del elemento concreto en que se materialice la publicidad de cada acontecimiento, o incluso, de diferentes tipos de locuciones en los distintos soportes utilizados por los colaboradores, se consiguen impactos significativos en la población en general y exhaustivos en los consumidores de los productos publicitados.

Este plan de comunicación se desarrollara en dos fases:
-Conocimiento y notoriedad de cada acontecimiento con la difusión de su logotipo y contenidos en la comunicación global corporativa.
-Publicitaria, de manera intensa y continúa con presencia significativa en la difusión de los acontecimientos específicos que constituyen el patrocinio de las mismas.

Criterios para determinar la base de deducción aplicable a los gastos de publicidad en los que incurran los distintos colaboradores en la difusión del acontecimiento.

A continuación se definen los criterios que las empresas colaboradoras de los acontecimientos de excepcional interés público deberán tener en cuenta para determinar la base sobre la que se aplicará la deducción del 15% por gastos de propaganda y publicidad de proyección plurianual que sirvan directamente para la promoción de estos acontecimientos, prevista en el artículo 27 de la *Ley 49/2002, de 23 de diciembre*, *de régimen fiscal de las entidades sin fines lucrativos y de los incentivos fiscales al mecenazgo*.

Como antes se ha avanzado, existen tres modalidades de gastos de publicidad y propaganda en que pueden incurrir los distintos colaboradores en la difusión del evento:
-Cesión de espacios publicitarios al acontecimiento.
-Especial cobertura informativa del acontecimiento.
-Publicidad del propio colaborador en el AEIP, en la que se use el logotipo o el elemento concreto en que se materialice la publicidad del acontecimiento (en adelante, logotipo).

A. CESIÓN DE ESPACIOS PUBLICITARIOS

El medio de comunicación colaborador valorará esta cesión de espacio a precio de mercado, teniendo en cuenta el contenido del artículo 17 de la *Ley General de Publicidad*.

La cesión por los medios de comunicación de espacios gratuitos para la inserción de anuncios dedicados a la promoción del acontecimiento, tiene la consideración de gastos de publicidad de carácter esencial, (art 8.1. a) 4º del *Reglamento para la aplicación del régimen fiscal de las entidades sin fines lucrativos y de los incentivos fiscales al mecenazgo*, aprobado por el Real Decreto 1270/2003, de 10 de octubre). Se recuerda que para poder disfrutar de la deducción del 15% en la cuota íntegra, es necesario realizar la donación prevista en el artículo 27.3 de la Ley 49/2002.

B. LA ESPECIAL COBERTURA INFORMATIVA DEL ACONTECIMIENTO

La especial cobertura informativa del acontecimiento dará derecho a deducción y se certificará como publicidad esencial valorándola a precio de coste de producción, siempre que la misma pueda distinguirse claramente de la cobertura habitual que el medio colaborador destina al tipo de evento al que pertenece el acontecimiento. En este sentido, se pueden destacar a título de ejemplo:

-Prensa escrita: Publicaciones separables del periódico, reportajes específicos sobre el acontecimiento que se aparten de la información ordinaria del medio, monográficos sobre el evento, suplementos especiales, etc.

-Televisión y Radio: Reportajes o programas específicos del acontecimiento que se aparten de la información ordinaria del medio, entendiendo esta como noticias o imágenes para la emisión de breves extractos en programas informativos, excluyéndose en todo caso la retransmisión específica del acontecimiento.

-Previamente el medio de comunicación deberá recibir la aprobación del consorcio u órgano administrativo correspondiente (Comisión Técnica) para el tipo de soporte, frecuencia, ubicación, número de páginas, duración de la inserción o mensaje y valoración económica.

C. LA PUBLICIDAD DEL PROPIO COLABORADOR EN EL AEIP, EN LA QUE SE USE EL LOGOTIPO

En este punto concreto, el cálculo de la base de deducción responde a una secuencia de tres pasos: determinar qué es contenido publicitario, cuantificar dicho contenido dando lugar al gasto publicitario y determinar la base de la deducción distinguiendo la esencialidad o no del soporte.

C.1) Diferenciación del contenido publicitario del que no lo es:

Un colaborador puede utilizar diferentes soportes en la estrategia de comunicación del acontecimiento. Algunos de ellos serán soportes publicitarios propiamente dichos. Otros tendrán una finalidad principal distinta de la publicitaria pero sin que ello impida que se les reconozca cierto contenido publicitario.

C.1.1. Soportes cuya única finalidad es la publicidad

Estamos ante los soportes puramente publicitarios. En estos supuestos, puesto que todo es publicidad, el contenido publicitario se extiende a la totalidad del soporte.

Los soportes a los que se aplica este criterio serían a título de ejemplo: publicidad en medios (televisión, prensa escrita, emisiones de radio), publicidad exterior (vallas, carteles, lonas, banderolas), publicaciones (folletos, catálogos, revistas) y productos promocionales (bolígrafos, camisetas, gorras).

C.1.2. Soportes que tienen otra finalidad además de la publicitaria (su finalidad o función principal es distinta a la publicitaria)

Son los soportes que si bien pueden incorporar publicidad, sin embargo tienen fundamentalmente otra finalidad.

En estos supuestos, el contenido publicitario, que puede servir de base de la deducción, queda limitado a la parte del soporte utilizado con tal finalidad.

C.1.3. Supuestos en los que no se considera que exista contenido publicitario

No se considera que tengan el carácter de gasto de publicidad de acontecimiento a los efectos de aplicar la deducción fiscal aquellos que tengan una finalidad distinta a la publicitaria, como son los gastos de personal, amortizaciones o gastos de mantenimiento.

C.2) Cuantificación del contenido publicitario relacionado con el acontecimiento

Una vez que, de acuerdo con el apartado C.1), se ha identificado el contenido publicitario dentro de cada soporte que la entidad colaboradora ha utilizado en la estrategia de difusión del acontecimiento, es necesario proceder a la valoración del mismo.

Una vez valorado el contenido publicitario, lo que resulta de dicha valoración será considerado gasto publicitario a los efectos de la aplicación del artículo 27 de la Ley 49/2002.

La valoración del contenido publicitario se realizará de acuerdo a los siguientes criterios de valoración:

C.2.1. Si el logotipo del acontecimiento se inserta en soportes no contratados por colaboradores en el AEIP, sino que formen parte de sus medios de producción, el contenido publicitario se valorará al coste incurrido en incorporar la publicidad al mencionado soporte. En este sentido, se tendrá en cuenta no sólo el coste derivado de la inserción del logotipo sino también el coste de incorporar al mismo la publicidad referida al colaborador (Ej. pintura, serigrafía, impresión, etc.). En ningún caso debe formar parte de la base de la deducción el coste de producción o adquisición del soporte al que se incorpora el contenido publicitario.

Si el soporte es comercializado de forma habitual por el colaborador del AEIP o por terceros, el contenido publicitario de dicho soporte se valorará por el valor de mercado[1] del mismo, siempre y cuando se acrediten documentalmente los siguientes extremos para su previa aprobación por el consorcio u órgano administrativo correspondiente (Comisión Técnica):

-Valor existente de mercado

-Antecedentes en la comercialización por la empresa de dicho soporte

-Proyecto de utilización del soporte para la difusión del AEIP

C.2.2. Si el logotipo del acontecimiento se inserta en soportes publicitarios contratados por el colaborador con un tercero, el contenido publicitario se valorará por el importe de la factura por la contratación del soporte.

Las empresas colaboradoras, en caso de duda sobre los criterios de valoración de los soportes, podrán solicitar una consulta previa a la Comisión Técnica, que, en ningún caso tendrá los efectos vinculantes de la consulta tributaria escrita regulada en los artículos 88 y siguientes de *la Ley General Tributaria* 58/2003 del 17 de diciembre.

[1] Entendiendo por valor de mercado, el establecido en el art. 16 del Texto Refundido de la *Ley del Impuesto sobre Sociedades*, es decir, aquel que se habría acordado por personas o entidades independientes en condiciones de libre competencia

C.3) Cuantificación de la base de deducción.

Una vez determinado el gasto publicitario de cada soporte utilizado por el colaborador en su labor de difusión del acontecimiento, es necesario determinar si el mismo contribuye de forma esencial o no a la difusión o divulgación del acontecimiento patrocinado, lo cual influirá de manera decisiva en la cuantificación de la base que finalmente resulte deducible, de acuerdo con las normas anteriormente mencionadas.

Existen dos posibilidades o formas de presencia en el plan de comunicación de una compañía con dos consideraciones fiscales distintas:

-ESENCIAL: Las condiciones que marcan la esencialidad de los soportes se rigen por criterios de difusión y notoriedad. El presente Manual especifica requisitos concretos para determinar la esencialidad de cada uno de los soportes descritos. En los supuestos en los que, de acuerdo a dichos requisitos, se considere que el soporte es esencial, el 100% del gasto publicitario tendrá la consideración de base de la deducción establecida en las normas más arriba mencionadas

-NO ESENCIAL: Todos aquellos soportes de divulgación que no cumplan con las especificaciones técnicas para que sean considerados como esenciales (tamaño mínimo del logo, tiempo mínimo exigido, tirada mínima, etc.), pasarán a ser soportes NO ESENCIALES de divulgación, siempre y cuando el logotipo del acontecimiento cumpla con un tamaño y/o duración que permita su correcta visibilidad y legibilidad. En este caso, únicamente el 25% del gasto publicitario tendrá la consideración de base de la deducción establecida en las normas arriba mencionadas

A continuación, se describen los distintos soportes que se pueden utilizar para la difusión del evento, en el bien entendido de que, si en el desarrollo del programa de apoyo, surgiese cualquier otro no incluido en este manual, se someterá a la valoración de la Comisión Técnica su carácter publicitario, su valoración y su consideración de esencial.
Se han considerado dos grupos de soportes diferentes:

-Soportes cuya única finalidad es la publicidad.
-Soportes cuya finalidad principal es distinta de la publicitaria.

Soportes cuya única finalidad es la publicidad del colaborador del acontecimiento

Los soportes que se enumeran a continuación se consideran puramente publicitarios por lo que la totalidad del gasto en que incurra la empresa colaboradora en el AEIP se considera gasto en publicidad.

Estos soportes puramente publicitarios pueden ser propios o ajenos. A continuación se analizará cada uno de los soportes y se determinará la base de deducción tanto en el caso que la publicidad se haga a través de medios propios como a través de medios ajenos, siendo este segundo caso el más habitual.

Si además se cumplen los requisitos que se exigen en cada caso, tendrán carácter esencial y, por lo tanto, la base de la deducción será del 100 % de dicho gasto en publicidad.

Si no se cumplen los requisitos, la publicidad se considerará no esencial, siempre y cuando el logotipo del acontecimiento cumpla con un tamaño y/o duración que permita su correcta visibilidad y legibilidad. En este último caso, la base de la deducción vendrá determinada únicamente por el 25% del gasto en publicidad.

Televisión

En los anuncios de televisión se utilizará una ''mosca'' de pantalla con reserva en positivo o en negativo, dependiendo de la luminosidad del spot ocupando al menos un 10% de la base de la pantalla.

Además, el logotipo del acontecimiento (símbolo+leyenda) deberá figurar en pantalla por un espacio de tiempo mínimo equivalente al 50% de la duración del anuncio.

Los logotipos del medio audiovisual utilizado en ningún caso se sobrepondrán al logotipo del acontecimiento (símbolo+leyenda).

La base de la deducción estará constituida por el coste de contratación con terceros o, en su caso, en el coste total del diseño, producción y emisión del anuncio.
En los supuestos del artículo 8.1.a).4º del *Reglamento para la aplicación del régimen fiscal de las entidades sin fines lucrativos y de los incentivos fiscales al mecenazgo*, aprobado por Real Decreto 1270/2003 de 10 de octubre, o en los supuestos de que entidades sin ánimo de lucro a las que se refiere el artículo 2 de la Ley 49/2002, de 23 de diciembre, *de régimen fiscal de las entidades sin fines lucrativos y de los incentivos fiscales al mecenazgo*, sean la que produzcan los contenidos publicitarios, cediendo los colaboradores los espacios gratuitamente, la base de la deducción será exclusivamente el coste de inserción en los que incurran los colaboradores, entendiendo por tal todos los costes en los que incurran por la realización de la publicidad de los contenidos.

Si adicionalmente los contenidos publicitarios son elaborados por los colaboradores la base de la deducción será, además, el coste de producción de los mismos.

En el caso de que los contenidos publicitarios sean elaborados por personas o entidad vinculadas con el colaborador, se valorarán por su valor de mercado en los términos del artículo 18 de la Ley 27/2014, de 27 de noviembre, del *Impuesto sobre Sociedades*.

Prensa y revistas

Página completa y media página.
El logotipo del acontecimiento tendrá un ancho mínimo de 35 mm para una página y 30 mm para media página, ocupando como mínimo un 10 % de la base del anuncio.

Robapáginas y faldón.
El ancho mínimo del logotipo en los robapáginas será de 25 mm y en faldones de 20 mm, ocupando como mínimo un 10 % de la base del anuncio. En ambos casos es necesario que además del logotipo figure la frase informativa del acontecimiento.

La base de la deducción estará constituida por el coste de contratación con terceros, o en su caso, el coste total de diseño, producción y edición del anuncio. Cuando los medios sean propios de la empresa colaboradora, la base de la deducción será exclusivamente el coste de inserción. En ningún caso se incluirá el coste de distribución.

En los supuestos del artículo 8.1.a).4º del *Reglamento para la aplicación del régimen fiscal de las entidades sin fines lucrativos y de los incentivos fiscales al mecenazgo*, aprobado por Real Decreto 1270/2003 de 10 de octubre, o en los supuestos de que entidades sin ánimo de lucro a las que se refiere el artículo 2 de la Ley 49/2002, de 23 de diciembre, *de régimen fiscal de las entidades sin fines lucrativos y de los incentivos fiscales al mecenazgo*, sean la que produzcan los contenidos publicitarios, cediendo los colaboradores los espacios gratuitamente, la base de la deducción será exclusivamente el coste de inserción en los que incurran los colaboradores, entendiendo por tal todos los costes en los que incurran por la realización de la publicidad de los contenidos.

Si adicionalmente los contenidos publicitarios son elaborados por los colaboradores la base de la deducción será, además, el coste de producción de los mismos.

En el caso de que los contenidos publicitarios sean elaborados por personas o entidad vinculadas con el colaborador, se valorarán por su valor de mercado en los términos del artículo 18 de la Ley 27/2014, de 27 de noviembre, *del Impuesto sobre Sociedades*.

Radio

La locución "empresa colaboradora del acontecimiento…" debe mantenerse inalterable y deberá pronunciarse de manera que sea perfectamente comprensible.

Dicha locución se dirá al final de la cuña, en el mismo idioma que la propia cuña publicitaria.

La base de la deducción estará constituida por el coste de contratación con terceros, o en su caso, el coste total de diseño, producción y emisión de la cuña publicitaria.

En los supuestos del artículo 8.1.a).4º del *Reglamento para la aplicación del régimen fiscal de las entidades sin fines lucrativos y de los incentivos fiscales al mecenazgo*, aprobado por real Decreto 1270/2003 de 10 de octubre, o en los supuestos de que entidades sin ánimo de lucro a las que se refiere el artículo 2 de la Ley 49/2002, de 23 de diciembre, *de régimen fiscal de las entidades sin fines lucrativos y de los incentivos fiscales al mecenazgo*, sean la que produzcan los contenidos publicitarios, cediendo los colaboradores los espacios gratuitamente, la base de la deducción será exclusivamente el coste de inserción en los que incurran los colaboradores, entendiendo por tal todos los costes en los que incurran por la realización de la publicidad de los contenidos.

Si adicionalmente los contenidos publicitarios son elaborados por los colaboradores la base de la deducción será, además, el coste de producción de los mismos.

En el caso de que los contenidos publicitarios sean elaborados por personas o entidad vinculadas con el colaborador, se valorarán por su valor de mercado en los términos del artículo 18 de la Ley 27/2014, de 27 de noviembre, del *Impuesto sobre Sociedades*.

Folletos y catálogos

La tirada mínima de estos soportes publicitarios deberá de ser de 200.000 ejemplares anuales. Es necesario, además, que figure la frase informativa del acontecimiento.

La tirada mínima de estos soportes publicitarios deberá de ser de 200.000 ejemplares anuales para folletos y 200.000 ejemplares anuales para catálogos.

En los folletos plegados el logotipo del acontecimiento (símbolo+leyenda), aparecerá en el ángulo inferior derecho de la portada y de la contraportada, con un ancho mínimo de 22 mm, ocupando un mínimo del 10% de la base del folleto.

En los folletos no plegados, el logotipo del acontecimiento (símbolo+leyenda) aparecerá como mínimo en una de las caras, con un ancho mínimo de 22 mm, ocupando un mínimo del 10% de la base del folleto.

En los catálogos, el logotipo del acontecimiento (símbolo+leyenda) ocupará al menos el 10% de la base del catálogo.

La base de la deducción estará constituida por el coste de contratación con terceros, o en su caso, por el coste de diseño, producción, edición y distribución.

Encartes y Mailings.

La tirada mínima de estos soportes publicitarios, considerados individualmente, será de 200.000 ejemplares anuales para mailings y encartes, o destinatarios anuales en el caso de e-mailings.

En el caso de encartes y mailings, el logotipo del acontecimiento (símbolo+leyenda) tendrá como mínimo el mismo peso visual que la marca de la empresa colaboradora, partiendo de un ancho mínimo de 20 mm, ocupando un mínimo del 10% de la base del anuncio.

En los mailings, el logotipo del acontecimiento (símbolo+leyenda) deberá insertarse en todos los elementos del mailings: sobre exterior, carta explicativa, folleto o revista (y en caso de revista se ha de incluir también contenidos del acontecimiento).

Para e-mailings, el logotipo del acontecimiento (símbolo+leyenda) deberá insertarse en el e-mailings y tendrá, como mínimo, el mismo peso visual que la marca del colaborador.

Por “peso visual” se considera "la superficie", es decir, el resultado de multiplicar el ancho por el alto.

La base de la deducción estará constituida por el coste de contratación con terceros, o en su caso, por el coste de diseño, producción, edición y distribución.

Vallas, mupis/opis, marquesinas, cabinas y video pantalla

El logotipo del acontecimiento (símbolo+leyenda) deberá situarse en el margen inferior del anuncio, preferiblemente en el ángulo derecho.

Vallas: el tamaño mínimo es de un 10% del ancho.

Mupis/opisymarquesinasycabinas: el tamaño mínimo es de 140 mm.

En todos estos casos el logotipo del acontecimiento ocupará como mínimo un 10% de la base del anuncio. Es necesario que figure, además, la frase informativa del acontecimiento.

Video pantallas: el logotipo del acontecimiento (símbolo+leyenda) aparecerá según las condiciones establecidas para los spots de televisión.

La base de la deducción estará constituida por el coste de contratación con terceros, o en su caso, por el coste total de diseño, producción y contratación de los soportes.

Banderolas, cartelería, escaparates y lonas

El logotipo del acontecimiento (símbolo+leyenda) deberá situarse en el margen soporte, preferentemente en el ángulo inferior derecho.

En todos los casos el ancho del logotipo será como mínimo, el 10% de la base del soporte.

En las **banderolas dobles**, si únicamente se colocara en una de las caras de la banderola, el ancho del logotipo será como mínimo, el 20% de la base del soporte.

La base de la deducción estará constituida por el coste de contratación con terceros, o en su caso, por el coste total de diseño, producción y contratación de los soportes.

Stands en ferias y eventos deportivos

La presencia del logotipo del acontecimiento en el stand de la empresa colaboradora en el AEIP, será igual o superior al 10 % de la totalidad de la extensión del mismo. Se entiende por extensión del stand, la suma de las distintas superficies del mismo. En el caso de que el stand sólo sea de suelo (ej.: exposición de coches), el logotipo del acontecimiento (símbolo+leyenda) deberá quedar siempre perfectamente visible, ya sea en el suelo o en *roll ups*, por ejemplo.

La base de la deducción estará constituida por el coste de alquiler del espacio, así como de la instalación o montaje del stand.

No obstante, no formará parte de la base de la deducción el coste de producción de los elementos estructurales del stand, como el mobiliario o hardware presentes en el mismo, sino únicamente en estos casos el coste de inserción del logotipo del acontecimiento en dichos elementos estructurales.

Tampoco formará parte de la base de la deducción el gasto del personal empleado en el stand.

Puntos de información

Poste de información: la marca aparecerá centrada y podrá ir precedida de la frase "aquí le informaremos sobre…". El ancho del logotipo será como mínimo del 50 % del ancho de la base.

Caseta de información o mostradores: el logotipo irá siempre en la parte frontal de dicha caseta y tendrá un mínimo del 12 % del ancho de la base.

Como la función esencial de estos elementos es la información de las actividades que forman parte del acontecimiento, la marca de la institución o empresa colaboradora aparecerá a modo de complemento.

La base de la deducción será constituida por el coste total de contratación del soporte.

En ningún caso se incluirán los costes de personal.

Merchandising.

Gorras, camisetas, cazadoras, impermeables, bolígrafos con publicidad de la empresa colaboradora en el Acontecimiento de Excepcional Interés Público en la que se incluye el logotipo del mismo: partiendo de un ancho mínimo de 30 mm, el logotipo tendrá como mínimo el mismo peso visual que la marca del colaborador.

Además, para **maletas, mochilas y bolsas de viaje**: el logotipo del acontecimiento (símbolo+leyenda) ha de ubicarse en una parte en la que puede verse bien y en el caso de bolsas de viaje, ha de aparecer en ambas caras.

Por "peso visual" se considera "la superficie", es decir, el resultado de multiplicar el ancho por el alto.

La base de deducción estará constituida por el coste de contratación con terceros o en su caso, por el coste de producción.

Marketing directo.

Productos publicitarios de la empresa colaboradora en el AEIP con inserción del logotipo que se entregan de forma gratuita. La tirada mínima de este soporte publicitario deberá ser de 150.000 ejemplares anuales.

La marca del acontecimiento tendrá el mismo peso que la marca del colaborador, partiendo de un mínimo de 30 mm. visible siguiendo el sentido de la lectura.
Por peso visual se considera "la superficie", es decir, el resultado de multiplicar el ancho por el alto.

Todas las piezas que contengan el envío de marketing directo tendrán que llevar el logotipo del acontecimiento.

Ejemplo: si el envío consta de tres piezas como puede ser una caja cuyo contenido sea un regalo y un folleto, cada una de estas piezas llevará el logotipo del acontecimiento. La base de deducción estará constituida por el importe de la contratación con terceros o, en su caso, por el coste de producción.

Productos promocionales fabricados exclusivamente para la difusión del acontecimiento.

Los artículos deberán haber sido confeccionados específicamente para el acontecimiento, como por ejemplo:

-Ediciones limitadas del producto de la empresa colaboradora en el AEIP en las que dicho producto se asocie inequívocamente a la imagen del acontecimiento, de forma que sea indisociable de la misma.
-Recipiente con la forma de logotipo, mascota o cualquier otro motivo característico de la imagen institucional del acontecimiento.

La base de deducción estará constituida por el importe de la contratación con terceros o, en su caso, por el coste total de producción.

Productos promocionales de distribución empresarial.

Inserción del logotipo del acontecimiento siempre y cuando se comparta el espacio con la marca de la compañía que utilice esta herramienta en su *mix* de comunicación. Ambos logos deben tener el mismo peso visual.

Por "peso visual" se considera "la superficie", es decir, el resultado de multiplicar el ancho por el alto.

La base de la deducción estará constituida por el coste de contratación con terceros, o en su caso, por el coste de producción.

***Banners* y *videobanners*.**

Banners: la marca del acontecimiento deberá ser del mismo tamaño (misma presencia) y mantenerse en pantalla el mismo tiempo que el logotipo del anunciante.

En el caso de utilizar ***videobanners*** (spots de televisión) la marca del acontecimiento deberá aparecer según las condiciones establecidas para los spots de televisión.

La base de la deducción estará constituida por el coste de producción o de adquisición del mismo.

Soportes publicitarios digitales, páginas web, dispositivos móviles, aplicaciones para móviles y tabletas (APPS), redes sociales.

A) Contratación a terceros de estos medios (banners, pop-ups, video banners, etc.), como soporte publicitario de una campaña por la empresa colaboradora que incluya el logotipo (símbolo+leyenda).

El logotipo deberá ser como mínimo del mismo tamaño (mismo peso visual) y mantenerse en pantalla el mismo tiempo que el logotipo del anunciante.

Por “peso visual” se considera "la superficie", es decir, el resultado de multiplicar el ancho por el alto.

En todo momento el logotipo (símbolo+leyenda) será perfectamente visible, estará a la misma altura que el logo de la empresa y no quedará oculto por ventanas emergentes.

B) Si el medio utilizado para la realización de la campaña publicitaria es propiedad de la empresa colaboradora:

Web creada para la difusión del acontecimiento y microsite. El logotipo (símbolo+leyenda) deberá aparecer en los mismos espacios y como mínimo con el mismo peso visual que el de la empresa colaboradora, en todo momento será perfectamente visible, estará a la misma altura que el logo de la empresa y no quedará oculto por ventanas emergentes. Tendrá contenidos específicos de difusión del acontecimiento y en cualquier caso un link que lleve a la página oficial del acontecimiento en la URL www.XXXX.es. El contenido específico mínimo será de una página.

Por “peso visual” se considera "la superficie", es decir, el resultado de multiplicar el ancho por el alto, que ha de ser como mínimo el mismo.

En todo caso se tendrán que respetar las especificaciones que cada web o red social establezca para las campañas en sus soportes en cuanto a diseño, colores, tamaños, etc. En estos casos se consensuará la manera óptima de aparición.

La base de la deducción será el coste de diseño e inserción del logotipo (símbolo+leyenda), o el valor del espacio publicitario si éste estuviese comercializado por la empresa o por el medio de comunicación colaborador. En ningún caso se incluirán los costes de mantenimiento de la página web.

En el caso de utilizar video banners (spots televisión) el logotipo del acontecimiento (símbolo+leyenda) deberá aparecer según las condiciones establecidas para los spots de televisión.

La base de deducción estará constituida por el coste de diseño y producción o de contratación con terceros del soporte.

Soportes cuya finalidad principal es distinta de la publicitaria

Los soportes que se enumeran a continuación NO se consideran puramente publicitarios. Procede efectuar una diferenciación entre:

a) Si el logotipo del acontecimiento (símbolo+leyenda) se inserta en soportes no contratados por los colaboradores, sino que forman parte de sus medios de producción, el contenido publicitario se valorará al coste incurrido en incorporar la publicidad del acontecimiento al mencionado soporte.

En ningún caso debe formar parte de la base de la deducción el coste de producción del soporte al que se incorpora el contenido publicitario.

b) Si el logotipo del acontecimiento (símbolo+leyenda) se inserta en soportes que no siendo propiedad del colaborador ni formando parte de los medios de producción utilizados, o productos propios de su actividad económica, son contratados con terceros con la finalidad de publicitar los productos o servicios del colaborador, cumpliendo para el mismo una función promocional o publicitaria, en la que asimismo se promociona el acontecimiento, la base de deducción será el coste de contratación con terceros que se corresponda exclusivamente con el contenido publicitario del acontecimiento del soporte.

Una vez determinado el gasto publicitario, la base de la deducción será el 100 % de dicho valor, si se cumple con los requisitos de esencialidad que a continuación se enumeran para cada soporte.
Si no se cumplen dichos requisitos, el gasto publicitario se considerará no esencial, siempre y cuando el logotipo del acontecimiento cumpla con un tamaño y/o duración que permita su correcta visibilidad y legibilidad. En este último caso, la base de la deducción vendrá determinada únicamente por el 25 % del gasto en publicidad.

Furgonetas, turismos, autobuses, camiones, grúas, vehículos articulados y otros vehículos de carga y transporte.

A) Contratación con terceros de estos vehículos como soporte publicitario de una campaña por el colaborador en el acontecimiento que incluya el logotipo del mismo.

La base de la deducción estará constituida por el coste de contratación con terceros que se corresponda exclusivamente con el contenido publicitario del soporte.

B) Si el vehículo en el que se realiza la campaña publicitaria es propiedad del colaborador, la base de la deducción será el coste incurrido en incorporar la publicidad al mencionado soporte, en los puntos establecidos en el punto 3.a) del presente Manual.

En ambos casos el logotipo debe ocupar, como mínimo, el 10% de la base del espacio publicitario.

Grúas de construcción.

A) Contratación a terceros de estos medios como soporte publicitario de una campaña por la empresa colaboradora en el AEIP que incluya el logotipo del mismo.

La base de la deducción estará constituida por el coste de contratación con terceros que se corresponda exclusivamente con el contenido publicitario del soporte.

B) Si el vehículo en el que se realiza la campaña publicitaria es propiedad de la empresa colaboradora en el AEIP, la base de la deducción será el coste incurrido en incorporar la publicidad al mencionado soporte, en los términos establecidos en el punto 3.a) del Manual.

En ambos casos el logotipo del acontecimiento en este soporte deberá reunir los siguientes requisitos:

-deberá ser visible en todo momento por el público colocándose a la altura adecuada para que así sea.
-deberá ocupar el 100% de la base de la lona manteniendo la proporción del logotipo.
-estará presente, como mínimo, en una lona colgante ubicada en cualquiera de las caras de la columna que sustenta la grúa.

Globos aerostáticos y otros soportes similares.

A) Contratación a terceros de estos medios como soporte publicitario de una campaña por la empresa colaboradora en el AEIP que incluya el logotipo del mismo.

La base de la deducción estará constituida por el coste de contratación con terceros que se corresponda exclusivamente con el contenido publicitario del soporte.

B) Si el medio utilizado para la realización de la campaña publicitaria es propiedad de la empresa colaboradora en el AEIP, la base de la deducción será el coste incurrido en incorporar la publicidad al mencionado soporte, en los términos establecidos en el punto 3.a) del Manual.

En ambos casos el logotipo del acontecimiento debe tener un tamaño mínimo del 30% del diámetro (o base) manteniendo las proporciones y ubicándose de manera centrada.

Máquinas expendedoras, botelleros, vitrinas, neveras y refrigeradoras.

A) Contratación a terceros de estos medios como soporte publicitario de una campaña por la empresa colaboradora en el AEIP que incluya el logotipo del mismo.

La base de la deducción estará constituida por el coste de contratación con terceros que se corresponda exclusivamente con el contenido publicitario del soporte.

En ningún caso se incluirán los costes de contratación de la propia máquina expendedora.

B) Si el medio utilizado para la realización de la campaña publicitaria es propiedad de la empresa colaboradora del AEIP, la base de la deducción será el coste incurrido en incorporar la publicidad al mencionado soporte, en los términos establecidos en el punto 3.a) del Manual.

En ambos casos el logotipo deberá tener un tamaño mínimo de 150 mm de ancho en la parte frontal, ocupando como mínimo el 10% de la base de la máquina.

Call Center

En el caso de que sean propios, la base de la deducción vendría determinada por aquella parte del sueldo del telefonista que retribuya el tiempo que el mismo utilice para dar publicidad del acontecimiento, esto es, un cociente que vendrá determinado por:

Coste del telefonista x tiempo de cada locución x número de llamadas diarias / Tiempo de trabajo

El tiempo de locución debe entenderse como el tiempo que destina el telefonista, en cada llamada, a dar publicidad al acontecimiento.

En el caso de tratarse de una grabación automática en la que exclusivamente se emita publicidad del acontecimiento, la base de la deducción estará constituida por el coste total de producción.

En el caso de que sean contratados con terceros, la base de la deducción estará constituida por el coste de contratación a terceros que se corresponda exclusivamente con el tiempo que destina el telefonista en cada llamada a dar publicidad del acontecimiento.

En todo caso, se ha de realizar una locución por el servicio diciendo "…Empresa colaboradora con el acontecimiento…" de manera perfectamente comprensible.

Displays, puntos lectores de ventas.

A) Contratación a terceros de estos medios como soporte publicitario de una campaña por la empresa colaboradora en el AEIP que incluya el logotipo del mismo.

La base de la deducción estará constituida por el coste de contratación a terceros que se corresponda exclusivamente con el contenido publicitario del soporte.

B) Si el medio utilizado para la realización de la campaña publicitaria es propiedad de la empresa colaboradora en el AEIP, la base de la deducción será el coste incurrido en incorporar la publicidad al mencionado soporte, en los términos establecidos en el punto 3.a) del Manual. En ambos casos:

Displays: El logotipo del acontecimiento tendrá el mismo peso que la marca anunciante, partiendo de un mínimo de 40 mm.
PLV: el logotipo del acontecimiento tendrá el mismo peso que la marca anunciante, partiendo de un mínimo de 40 mm.

Por peso visual se considera "la superficie", es decir el resultado de multiplicar el ancho por el alto.

Web del colaborador

El logotipo del acontecimiento aparecerá en la *home* y en lugares destacados en los apartados de la web relacionados con el acontecimiento. El logotipo deberá tener como mínimo el mismo peso visual que el de la empresa colaboradora, en todo momento será perfectamente visible, estará a la misma altura que el logo de la empresa y no quedará oculto por ventanas emergentes. Tendrá contenidos específicos de difusión del acontecimiento y en cualquier caso un link que lleve a la página oficial del mismo en la URL www.XXX.es. El contenido específico mínimo será de una página.

Por "peso visual" se considera "la superficie", es decir, el resultado de multiplicar el ancho por el alto, que ha de ser como mínimo el mismo.

En todo caso se tendrán que respetar las especificaciones que cada web o red social establezca para las campañas en sus soportes en cuanto a diseño, colores, tamaños, etc. En estos casos se consensuará la manera más óptima de aparición.

La base de la deducción será el coste de inserción del logotipo (símbolo+leyenda), o el valor del espacio publicitario si éste estuviese comercializado por la empresa o por el medio de comunicación colaborador. En ningún caso se incluirán los costes de mantenimiento de la página web.

Uniformidad y equipaciones deportivas.

A) Contratación a terceros de estos medios como soporte publicitario de una campaña por la empresa colaboradora en el AEIP que incluya el logotipo del mismo.

La base de deducción está constituida por el coste de adquisición del espacio publicitario.

B) Si el medio utilizado para la realización de la campaña publicitaria es propiedad de la empresa colaboradora en el AEIP, la base de la deducción será el coste incurrido en incorporar la publicidad al mencionado soporte, en los términos establecidos en el punto 3.a) del Manual.
El logotipo del acontecimiento tiene que aparecer en la uniformidad o equipación con un "peso visual" no inferior al de la empresa colaboradora, salvo que una norma de obligado cumplimiento lo prohíba expresamente.

Por "peso visual" se considera "la superficie", es decir, el resultado de multiplicar el ancho por el alto.

Cajeros automáticos

A) Contratación a terceros de estos medios como soporte publicitario de una campaña por la empresa colaboradora en el AEIP que incluya el logotipo del mismo.

La base de la deducción estará constituida por el coste de contratación con terceros que se corresponda exclusivamente con el contenido publicitario del soporte.

B) En el caso de que los anunciantes propietarios del cajero, lo utilicen como soporte publicitario, la base de deducción estará constituida por el coste incurrido en incorporar la publicidad al mencionado soporte, en los términos establecidos en el punto 3.a) del Manual.

En ambos casos el logotipo del acontecimiento (símbolo+leyenda) tendrá, como mínimo, el mismo peso visual que la marca anunciante, partiendo de un mínimo de 40 mm.

Por "peso visual" se considera la "superficie", es decir, el resultado de multiplicar el ancho por el alto.

Embalajes varios

A) Si son productos que se contratan con terceros como soporte publicitario la base de la deducción estará constituida por el coste de contratación con terceros que se corresponda exclusivamente con el contenido publicitario del soporte.

B) Si los embalajes anteriormente mencionados son propiedad o producidos por el colaborador en el acontecimiento, la base de la deducción queda limitada al coste incurrido en incorporar la publicidad al mencionado soporte en los términos descritos en el apartado 2.2 del Manual, entendiendo por dicho coste, en el caso concreto de los embalajes, el coste de rotulación de los mismos.

En ambos casos el logotipo del acontecimiento (símbolo+leyenda) deberá reunir los siguientes requisitos:

Embalajes: (como packaging de producto): el logotipo del acontecimiento se imprimirá en la parte inferior de la cara donde aparezca la marca del producto, siguiendo el sentido de la lectura, con un ancho mínimo del logotipo de 20 mm.

Cajas: el logotipo se imprimirá en la parte inferior de, como mínimo, una de las dos caras frontales, siguiendo el sentido de la lectura, con un ancho mínimo del logotipo de 25mm. Se evaluará cada pieza individualmente.

Bolsas (como packaging de producto): la marca se imprimirá en la parte inferior de, como mínimo, el frontal de la bolsa, siguiendo el sentido de la lectura.

-Bolsas pequeñas (superficie menor o igual a 200 cm2): ancho mínimo 20 mm.
-Bolsas grandes (superficie mayor a 200 cm2): ancho mínimo 30 mm.

Material de construcción (sacos, film y otros): La inserción del logotipo del acontecimiento en estos soportes deberá tener en cuenta las siguientes indicaciones:

-**Sacos**: el logotipo se imprimirá en cualquier área visible en, como mínimo, una de las dos caras frontales, siguiendo el sentido de la lectura, con un tamaño mínimo del 20% del ancho del mismo.

-**Film y otros envoltorios** (como *packaging* de producto): el logotipo se imprimirá siguiendo el sentido de la lectura, debiendo estar presente en cada unidad de comunicación o plancha de impresión.

En todo caso, el logotipo deberá tener siempre un tamaño mínimo del 30% respecto a las dimensiones de la marca del anunciante.

Palés: la inserción del logotipo de la marca del acontecimiento en este soporte deberá tener en cuenta las siguientes indicaciones:

-El logotipo se imprimirá de manera centrada como mínimo en una de las tres vigas de soporte de cada una de las cuatro caras.
-El logotipo deberá tener un mínimo del 50% de la sección visible o superficie de exposición.

Latas, botellas y botellines.

A) Si son medios que se contratan con terceros como soporte publicitario la base de la deducción estará constituida por el coste de contratación con terceros que se corresponda exclusivamente con el contenido publicitario del soporte.

B) Si el medio utilizado para la realización de la campaña publicitaria es propiedad de la empresa colaboradora en el AEIP, la base de la deducción será el coste incurrido en incorporar la publicidad al mencionado soporte, en los términos descritos en el apartado 3.a) del presente Manual, entendiendo por dicho coste, en el caso concreto de latas, botellas y botellines:

-Si el logotipo se consigna en elementos separables del envase: coste de la etiqueta o banderola, siempre que el logotipo ocupe el 10% del ancho del soporte.
-Si el logotipo se consigna en el envase: el coste de serigrafía, siempre que el logotipo ocupe el 10% del ancho del soporte.

En ambos casos, el logotipo del acontecimiento (símbolo+leyenda) aparecerá en el sentido de la lectura y su ancho será, como mínimo, de 20mm.

Envases alimentarios.

A) Si son medios que se contratan con terceros como soporte publicitario la base de la deducción estará constituida por el coste de contratación con terceros que se corresponda exclusivamente con el contenido publicitario del soporte.
B) Si el medio utilizado para la realización de la campaña publicitaria es propiedad de la empresa colaboradora en el AEIP, la base de la deducción será el coste incurrido en incorporar la publicidad al mencionado soporte en los términos descritos en el apartado 3.a) del Manual, entendiendo por dicho coste, en el caso concreto de envases alimentarios:

-Si el logotipo se consigna en elementos separables del envase: el coste de la etiqueta o banderola, siempre que el logotipo ocupe el 10% de su superficie.

-Si el logotipo se consigna en el envase: el coste de serigrafía, siempre que el logotipo ocupe el 10% de su superficie.

En ambos casos el logotipo del acontecimiento (símbolo+leyenda) deberá reunir los siguientes requisitos:

En los **tetrabricks**, el logotipo del acontecimiento (símbolo+leyenda) aparecerá en las dos caras y en el sentido de la lectura.

En los **tetrabricks grandes** (capacidad mayor o igual 1 litro) el ancho del logotipo del acontecimiento (símbolo+leyenda) será como mínimo de 30 mm y en los pequeños (capacidad menor de 1 litro) de 20 mm.

Bolsas contenedoras

A) Si son medios que se contratan con terceros como soporte publicitario, la base de la deducción estará constituida por el coste de contratación con terceros que se corresponda exclusivamente con el contenido publicitario del soporte.

B) Si el medio utilizado para la realización de la campaña publicitaria es propiedad de la empresa colaboradora en el AEIP, la base de la deducción será el coste incurrido en incorporar la publicidad al mencionado soporte en los términos descritos en el apartado 3.a) del Manual, entendiendo por dicho coste, en el caso concreto de bolsas contenedoras, el coste de serigrafía.

En ambos casos el ancho del logotipo del acontecimiento (símbolo+leyenda) será, como mínimo, de 30 mm y ocupará, como mínimo, un 10% de la base de la bolsa".

Soportes de divulgación corporativa (documentos corporativos, facturas y extractos bancarios de uso externo, etc.)

La tirada mínima de estos soportes, considerados individualmente, deberá ser de 200.000 ejemplares anuales.

El logotipo del acontecimiento (símbolo+leyenda) ha de tener el ancho mínimo siguiente: papel de carta (A4), 20 mm; papel de carta (A5), 16 mm; tarjetón, 20 mm; carpeta cerrada (DIN A4), 20 mm, colocándose el logotipo del acontecimiento (símbolo+leyenda) en la parte inferior derecha de la contraportada; sobre de mensajería, 30 mm y el colocándose el logotipo en la parte delantera; sobre americano, 20 mm; facturas y extractos bancarios de uso externo, 20 mm ocupando un mínimo del 10% de la base del soporte.

La base de deducción estará constituida por el coste incurrido en incorporar la publicidad al mencionado soporte, entendiendo por dicho coste, el de impresión.

En ningún caso se incluirá el coste de distribución.

Beneficios fiscales aplicables y procedimiento para la solicitud de la certificación acreditativa

A. Beneficios fiscales aplicables

·La Disposición adicional sexagésima cuarta de la *Ley 3/2017, de 27 de junio, de Presupuestos Generales del Estado para el año 2017*, otorga a la celebración del "V Centenario de la expedición de la primera vuelta al mundo de Fernando de Magallanes y Juan Sebastián Elcano" la consideración de acontecimiento de excepcional interés público a los efectos de lo dispuesto en el artículo 27 de la Ley 49/2002, de 23 de diciembre, *de régimen fiscal de las entidades sin fines lucrativos y de los incentivos fiscales al mecenazgo*, aplicándole los máximos beneficios fiscales establecidos en el artículo 27.3 de dicha Ley.

·La duración del programa de apoyo a este acontecimiento abarcará desde el 8 de mayo de 2017 hasta el 7 de mayo de 2020.

·Los beneficios fiscales aplicables a la celebración del "V Centenario de la expedición de la primera vuelta al mundo de Fernando de Magallanes y Juan Sebastián Elcano" son:

A) Deducción de la cuota íntegra del Impuesto sobre Sociedades, del Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas que realicen actividades económicas en régimen de estimación directa o del Impuesto sobre la Renta de no Residentes que operen en territorio español mediante establecimiento permanente, del 15 por 100 de los gastos que, en cumplimiento de los planes y programas de actividades establecidos por la Comisión Nacional para la conmemoración del *V Centenario de la expedición de la primera vuelta al mundo de Fernando de Magallanes y Juan Sebastián Elcano* realicen en propaganda y publicidad de proyección plurianual y que sirvan directamente para la promoción del acontecimiento.

El importe de esta deducción no puede exceder del 90 por 100 de las donaciones efectuadas a las entidades de titularidad pública o entidades a que se refiere el artículo 2 de la Ley 49/2002, de 23 de diciembre, *de régimen fiscal de las entidades sin fines lucrativos y de los incentivos fiscales al mecenazgo*, en su calidad de órganos encargados de la realización de los planes y programas de actividades relacionados con el acontecimiento. De aplicarse esta deducción, dichas donaciones no podrán acogerse a cualquiera de los incentivos fiscales previstos en la Ley 49/2002, entre ellos la deducción por donativos. Cuando el contenido del soporte publicitario se refiera de modo esencial a la divulgación del acontecimiento, la base de la deducción será el importe total del gasto realizado. En caso contrario, la base de la deducción será el 25 por 100 de dicho gasto.

La calificación de esencial o no esencial del contenido del soporte será competencia de la Comisión Técnica, que deberá hacer mención de la misma en la certificación expedida por dicha Comisión a efectos de aplicar este beneficio fiscal.

De acuerdo con lo dispuesto en el artículo 8.1 del Real Decreto 1270/2003, de 10 de octubre, *por el que se aprueba el Reglamento para la aplicación del régimen fiscal de las entidades sin fines lucrativos y de los incentivos fiscales al mecenazgo,* a efectos de la aplicación de los incentivos fiscales previstos en el apartado primero del artículo 27.3 de la Ley 49/2002, se considerará que los gastos de propaganda y publicidad de proyección plurianual cumplen los requisitos señalados en dicho apartado cuando obtengan la certificación acreditativa a que se refiere el artículo 10 de este Reglamento y reúnan las siguientes condiciones:

a) Que consistan en:
1º. La producción y edición de material gráfico o audiovisual de promoción o información, consistente en folletos, carteles, guías, vídeos, soportes audiovisuales u otros objetos, siempre que sean de distribución gratuita y sirvan de soporte publicitario del acontecimiento.
2º. La instalación o montaje de pabellones específicos, en ferias nacionales e internacionales, en los que se promocione turísticamente el acontecimiento.
3º. La realización de campañas de publicidad del acontecimiento, tanto de carácter nacional como internacional.
4º. La cesión por los medios de comunicación de espacios gratuitos para la inserción por el consorcio o por el órgano administrativo correspondiente de anuncios dedicados a la promoción del acontecimiento.

b) Que sirvan directamente para la promoción del acontecimiento porque su contenido favorezca la divulgación de su celebración.

B) Régimen de mecenazgo prioritario.

Los contribuyentes del Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas, los sujetos pasivos del Impuesto sobre Sociedades y los contribuyentes del Impuesto sobre la Renta de no Residentes que operen en territorio español mediante establecimiento permanente tendrán derecho a las deducciones previstas, respectivamente, en los artículos 19, 20 y 21 de la Ley 49/2002, por las donaciones y aportaciones que realicen a favor del consorcio que, en su caso, se cree con arreglo a lo establecido en el apartado A).

El régimen de mecenazgo prioritario previsto en el artículo 22 de la Ley 49/2002 será de aplicación a los programas y actividades relacionados con el acontecimiento "V Centenario de la expedición de la primera vuelta al mundo de Fernando de Magallanes y Juan Sebastián Elcano", siempre que sean aprobados por el consorcio u órgano administrativo encargado de su ejecución y se realicen por las entidades a que se refiere el artículo 2 de la Ley 49/2002 o por el citado consorcio u órgano administrativo, elevándose en cinco puntos porcentuales los porcentajes y límites de las deducciones establecidas en los artículos 19, 20 y 21 de la Ley 49/2002.

El artículo 12 del Real decreto 1270/2003, de 10 octubre, por el que se aprueba *el Reglamento para la aplicación del régimen fiscal de las entidades sin fines lucrativos y de los incentivos fiscales al mecenazgo.* (B.O.E. núm. 254, de 23 octubre) desarrolla el procedimiento para su aplicación.

C) Bonificación del 95 por 100 en las cuotas del Impuesto sobre Actividades Económicas por las actividades de carácter artístico, cultural, científico o deportivo realizadas durante la celebración del "V Centenario de la expedición de la primera vuelta al mundo de Fernando de Magallanes y Juan Sebastián Elcano", en el marco de los planes y programas establecidos por la Comisión Nacional del V Centenario de la expedición de la primera vuelta al mundo de Fernando de Magallanes y Juan Sebastián Elcano.

D) Bonificación del 95 por 100 en los impuestos y tasas locales que recaigan sobre las operaciones relacionadas exclusivamente con los objetivos de los programas citados, según certificación de la Comisión Técnica del *V Centenario de la expedición de la primera vuelta al mundo de Fernando de Magallanes y Juan*

***Sebastián Elcano*; no estando comprendidos el Impuesto sobre Bienes Inmuebles ni el Impuesto sobre Vehículos de Tracción Mecánica.**

Procedimiento para la solicitud de la certificación acreditativa ante la Comisión Técnica de la Comisión Nacional del "V Centenario de la expedición de la primera vuelta al mundo de Fernando de Magallanes y Juan Sebastián Elcano"

I. Solicitud ante la Comisión Técnica

La entidad o entidades encargadas de los planes y programas de actividades relacionados con el acontecimiento, suscribirá en su caso los acuerdos o convenios, sea cual sea su forma jurídica, con las personas físicas o jurídicas interesadas en la divulgación del acontecimiento.

Las solicitudes relativas a la expedición por la Comisión Técnica de las certificaciones previstas en la disposición adicional sexagésima cuarta de la Ley 3/2017, de 27 de junio, de *Presupuestos Generales del Estado para el año 2017*, y en el Real Decreto 582/2017, de 12 de junio, estarán dirigidas a:

Comisión Técnica del V Centenario de la
expedición de la primera vuelta al mundo de
Fernando de Magallanes y Juan Sebastián
Elcano
Secretaría de Estado de Cultura
Plaza del Rey nº 1. Planta 1ª
28071-MADRID

Pueden presentarse directamente en el Registro de la Comisión Técnica, por cualquiera de los medios previstos en el artículo 16.4 de la Ley 39/2015, de 1 de octubre, *del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas*, o a través de la sede electrónica de la Secretaría de Estado de Cultura en la dirección electrónica http://www.mecd.gob.es.

El plazo para la presentación de las solicitudes de expedición de certificaciones terminará el 22 de mayo de 2020, conforme está establecido en el artículo 10.1 del Real Decreto 1270/2003.

El modelo de solicitud figura en el Anexo I A) de este Manual junto con la documentación que deberá adjuntarse. En cualquier caso, la Comisión Técnica podrá solicitar la documentación adicional que estime necesaria.

II. Plazo de resolución y efectos del silencio administrativo

De acuerdo con lo dispuesto en el apartado 3 del artículo 10 del Real Decreto 1270/2003, la Comisión Técnica dispone de **dos meses**, desde la fecha en que la solicitud haya tenido entrada en su Registro, para notificar al interesado la resolución emitida.

La certificación será emitida por la Comisión Técnica, siendo necesario el voto favorable del representante del Ministerio de Hacienda.

El cómputo de dicho **plazo se suspenderá** cuando se requiera al interesado que complete la documentación presentada, por el tiempo que medie entre la notificación del requerimiento y la presentación de la documentación requerida.

Transcurrido el plazo de dos meses sin que se hubiera recibido requerimiento o notificación administrativa sobre la solicitud, se entenderá cumplido el requisito de la certificación, pudiendo el interesado solicitar a la Administración tributaria el reconocimiento del beneficio fiscal, aportando copia sellada de la solicitud.

En este supuesto, y tratándose de gastos de publicidad y propaganda, cuando en la solicitud presentada ante la Comisión Técnica no se hubiera efectuado mención expresa de la calificación que se solicita, se entenderá que el contenido del soporte publicitario **no se refiere de modo esencial** a la celebración del "V Centenario de la expedición de la primera vuelta al mundo de Fernando de Magallanes y Juan Sebastián Elcano".

Anexos

ANEXO I. A

MODELO DE SOLICITUD ANTE LA COMISIÓN TÉCNICA DE LA COMISIÓN NACIONAL DE CERTIFICACIÓN ACREDITATIVA DE LA ADECUACIÓN DE LOS GASTOS REALIZADOS A LOS PLANES Y PROGRAMAS DE ACTIVIDADES "CONMEMORACIÓN DEL V CENTENARIO DE LA EXPEDICIÓN DE LA PRIMERA VUELTA AL MUNDO DE FERNANDO DE MAGALLANES Y JUAN SEBASTIÁN ELCANO".

D./Dña. Nombre y apellidos del interesado y, en su caso, de la persona que lo represente con domicilio fiscal ,y domicilio a efectos de notificación en identificación del lugar que se señale a efectos de notificaciones, y NIF , en la actualidad desarrollo o he desarrollado las actividades que se adjuntan en el anexo,

Solicito

A la Comisión Técnica de la Comisión Nacional "Conmemoración de la expedición de la primera vuelta al mundo de Fernando de Magallanes y Juan Sebastián Elcano" la expedición de certificación, en la que conste que la actividad llevada a cabo, consistente en gastos de **publicidad esencial** por importe de ..... euros, consistente en .....

.
.
.
.
.
.

..... y **publicidad no esencial** por importe de .....euros, se ha realizado en cumplimiento de los planes y programas de actividades establecido por la Comisión Nacional "Conmemoración de la expedición de la primera vuelta al mundo de Fernando de Magallanes y Juan Sebastián Elcano", de tal manera que le puedan ser de aplicación los beneficios fiscales previstos en la disposición adicional sexagésima cuarta de la Ley 3/2017, de 27 de junio, *de Presupuestos Generales del Estado para el año 2017*, sobre beneficios fiscales aplicables al acontecimiento de excepcional interés público "Conmemoración de la expedición de la primera vuelta al mundo de Fernando de Magallanes y Juan Sebastián Elcano" y en la Ley 49/2002, de 23 de diciembre, *de régimen fiscal de las entidades sin fines lucrativos y de los incentivos fiscales al mecenazgo.*

Y para que conste, a los efectos oportunos, firmo en
Lugar y fecha.

[Firma del solicitante o acreditación de la autenticidad de su voluntad expresada por cualquier medio válido en Derecho]

Dirigido a la Comisión Técnica de la Comisión Nacional "Conmemoración de la expedición de la primera vuelta al mundo de Fernando de Magallanes y Juan Sebastián Elcano"
Secretaría de Estado de Cultura, Plaza del Rey nº 1, Planta 1ª, 28071-MADRID.

Esta solicitud puede presentarse directamente en el Registro de la Secretaría de Estado de Cultura, por cualquiera de los medios previstos en la Ley 39/2015, de 1 de octubre, de Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas o en la Sede Electrónica de la Secretaría de Estado de Cultura accesible en la dirección electrónica http://www.mecd.gob.es.

ACTIVIDADES CONSISTENTES EN GASTOS DE PROPAGANDA Y PUBLICIDAD

Esta solicitud se refiere al siguiente tributo (elegir uno):	
	Impuesto sobre Sociedades
	Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas (aplicable cuando los sujetos pasivos realicen actividades económicas en régimen de estimación directa)
	Impuesto sobre la Renta de no Residentes
Requisitos a cumplimentar:	
	Las actividades a las que se refiere la solicitud se realizaron o se realizan en cumplimiento de los planes y programas de actividades aprobados por la Comisión Nacional del Acontecimiento de Excepcional Interés Público “Conmemoración de la expedición de la primera vuelta al mundo de Fernando de Magallanes y Juan Sebastián Elcano””
	Los gastos de propaganda y publicidad de proyección plurianual consisten en:
	1º La producción y edición de material gráfico o audiovisual de promoción o información, consistente en folletos, carteles, guías, vídeos, soportes audiovisuales u otros objetos, siempre que sean de distribución gratuita y sirvan de soporte publicitario del acontecimiento.
	2º La instalación o montaje de pabellones específicos, en ferias nacionales e internacionales, en los que se promocione turísticamente el acontecimiento.
	3º La realización de campañas de publicidad del acontecimiento, tanto de carácter nacional como internacional.
	4º La cesión por los medios de comunicación de espacios gratuitos para la inserción por el consorcio o por el órgano administrativo correspondiente de anuncios dedicados a la promoción del acontecimiento.
	Y sirven directamente para la promoción del acontecimiento porque su contenido favorezca la divulgación de su celebración.
	Documentación que se aporta a esta solicitud (marcar los que correspondan):

	Fotocopia compulsada del DNI o del Número de Identificación Fiscal **si se trata de personas físicas**, o autorización a la Comisión Nacional del Acontecimiento de Excepcional Interés Público "Conmemoración de la expedición de la primera vuelta al mundo de Fernando de Magallanes y Juan Sebastián Elcano" para que realice la comprobación de los Datos de Identificación Personal que figuran en el DNI mediante el Sistema de Verificación de Datos.

	Las sociedades mercantiles deberán presentar original o fotocopia compulsada de los siguientes documentos: escritura de constitución, estatutos, inscripción en el Registro Mercantil y código de identificación fiscal.
	En el caso de asociaciones o fundaciones, original o fotocopia compulsada de sus estatutos, código de identificación fiscal y certificado de inscripción en el registro correspondiente.
	Declaración del domicilio fiscal realizada por el firmante de la solicitud.
	Copia compulsada del poder del solicitante con acreditación de su inscripción en el Registro Mercantil. Se aconseja que los sucesivos trámites sean suscritos por el mismo representante, salvo que si firma otro representante acredite la correspondiente representación. En el supuesto de que el solicitante actúe por medio de representante deberá acreditarse dicha representación por cualquier medio suficiente en Derecho, de acuerdo con lo dispuesto en el artículo 5 de la Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas.
	Modelo de declaración responsable: Memoria descriptiva de las características y finalidad del gasto realizado y su relación directa con la celebración del Acontecimiento de Excepcional Interés Público "Conmemoración de la expedición de la primera vuelta al mundo de Fernando de Magallanes y Juan Sebastián Elcano" expresando en qué supuesto, de entre los contemplados en los objetos y planes del programa establecido por la Comisión Nacional del Acontecimiento de Excepcional Interés Público se enmarca.
	Modelos de relación de facturas: Acreditación del gasto en publicidad realizado, mediante relación de facturas satisfechas. Se incluirá en dichos modelos el coste exacto que corresponda a cada soporte y si el número de facturas es superior a 20 se incorporará en un archivo formato Excel que se incluirá en el *pen drive* mencionado a continuación. No se deben enviar facturas originales ni fotocopias de las mismas. (Utilizar Modelos de relación de facturas de este Manual en función del tipo de publicidad: esencial o no esencial)

	Soporte informático (pen drive) en el que se pueda visualizar la totalidad de las campañas publicitarias para las que se solicita certificación, desglosadas por tipo de publicidad y con una denominación de los archivos informáticos suficientemente clara para poder identificarlos y cruzarlos con el resto de la documentación. Hay que incluir un anuncio por cada campaña y por tipo de publicidad (TV, radio, prensa, etc.)
	Acreditación del carácter esencial de los gastos de publicidad mediante la indicación del tamaño y duración del logotipo insertado en los diferentes soportes publicitarios.

	Acreditación, en su caso, del coste de producción de las etiquetas en el supuesto de inserción del logotipo en elementos separables del envase o, del coste de los trabajos de serigrafía si el logotipo se inserta en el propio envase.
	Acreditación, en su caso, del coste de edición, producción y distribución de folletos y catálogos.
	Acreditación de la aportación para la promoción, divulgación, apoyo y mecenazgo a la celebración del Acontecimiento de Excepcional Interés Público “Conmemoración de la expedición de la primera vuelta al mundo de Fernando de Magallanes y Juan Sebastián Elcano”, de acuerdo con el contrato firmado entre las partes de fecha, ...de ...de dos mil ..... considerando que las cantidades percibidas lo son en concepto de donaciones irrevocables, puras y simples
	Cualquier otra documentación que se considere necesaria para la justificación del beneficio fiscal aplicable.

ANEXO II.B

MODELO DE DECLARACIÓN RESPONSABLE

<u>Nota</u>: Si la empresa no ha utilizado algún soporte de los citados en este modelo de declaración responsable, tiene que eliminar ese apartado del documento y cambiar la numeración, siguiendo el mismo orden. El documento resultante debe firmarse <u>en todas sus hojas</u>

D./Dña. ....., con DNI ....., en calidad de....., actuando en representación de la empresa ....., con C.I.F.nº ..... y domicilio a efectos de notificaciones en……. formula la siguiente

DECLARACIÓN RESPONSABLE

UNO.- Que el desglose de los gastos de publicidad y propaganda realizados en el ejercicio 20__
es el siguiente (*indicar solamente los soportes utilizados)*:

	Ejercicio 20.... (incluye IVA soportado no deducible)	
Soportes	**Publicidad esencial**	**Publicidad no esencial**
Televisión y cine		
Prensa y revistas		
Radio		
Folletos		
Catálogos		
Encartes, *mailings* y *e-mailings*		
Vallas, *mupis/opis*, marquesinas y video pantallas		
Etc...		
TOTAL importe		

En todas las campañas que se indican a continuación se utilizó el logotipo del acontecimiento de excepcional interés público "Conmemoración de la expedición de la primera vuelta al mundo de Fernando de Magallanes y Juan Sebastián Elcano" en los anuncios de la empresa durante el período comprendido entre el ... de ..... de 20__ y el ... de ..... de

DOS.- Las campañas de **TELEVISIÓN o CINE (no incluir en este apartado datos por cesión por los medios de comunicación de "espacios gratuitos para la inserción por parte de la entidad receptora de las aportaciones de anuncios dedicados a la promoción del acontecimiento" incluidosenelapartadotreinta)** se realizaron con el siguiente detalle:

A) Publicidad esencial

- En los anuncios se ha aplicado una "mosca" de pantalla con reserva en positivo o en negativo, dependiendo de la luminosidad del spot, ocupando un mínimo del 10% de la base de la pantalla.

- El logotipo del acontecimiento (símbolo+leyenda) ha figurado en pantalla por un espacio de tiempo mínimo equivalente al 50% de la duración del anuncio y en ningún caso los logotipos de las cadenas de TV o cine (ni ningún otro logotipo) se han superpuesto al logotipo del acontecimiento.

-Campañas en las que se emitieron los spots:

CAMPAÑAS

- Las cadenas de TV en las quese emitieron los anteriores spots son:

NACIONALES	AUTONÓMICAS	TEMÁTICAS

- Los cines en los que se emitieronlos anteriores spots son:

CINES

El importe de los gastos de publicidad abonados por este concepto, excluido el IVA, considerados como ESENCIALES, asciende a .....

B)Publicidad no esencial:

Hay campañas en las que no se han cumplido las especificaciones técnicas para que los gastos de publicidad puedan considerarse como esenciales, pero el logotipo del acontecimiento (símbolo+leyenda) tiene un tamaño que permite su correcta visibilidad y legibilidad y son las siguientes:

-Campañas en las que se emitieron los spots:

CAMPAÑAS

- Las cadenas de TV en las que se emitieron los anteriores spots son:

NACIONALES	AUTONÓMICAS	TEMÁTICAS

- Los cines en los que se emitieron los anteriores spots son:

CINES

El importe de los gastos de publicidad abonados por este concepto, excluido el IVA, considerados como NO ESENCIALES, asciende a .....

TRES.- Las campañas de **PRENSA y REVISTAS (no incluir en este apartado datos por cesión por los medios de comunicación de "espacios gratuitos para la inserción por parte de la entidad receptora de las aportaciones de anuncios dedicados a la promoción del acontecimiento" incluidos en el apartado treinta)** se realizaron con el siguiente detalle:

A) **Publicidad esencial:**

El logotipo del acontecimiento (símbolo+leyenda) tuvo un ancho mínimo de 35 mm en los anuncios de una página, 30 mm mínimo en los de media página, 25 mm mínimo en los robapáginas y 20 mm mínimo en los faldones, ocupando en todos los casos como mínimo un 10% de la base del anuncio.

Tanto en páginas completas y medias páginas como en robapáginas y faldones, ha figurado el logotipo del acontecimiento.

- Soportes:

MEDIO DE COMUNICACIÓN	SOPORTE/FORMATO (página completa, media página , roba páginas o faldón)

-Campañas:

CAMPAÑAS

El importe de los gastos de publicidad abonados por este concepto, excluido el IVA, considerados como ESENCIALES, asciende a .....

B) Publicidad no esencial:

Hay campañas en las que no se han cumplido las especificaciones técnicas para que los gastos de publicidad puedan considerarse como esenciales, pero el logotipo del acontecimiento (símbolo+leyenda) tiene un tamaño que permite su correcta visibilidad y legibilidad y son las siguientes:

- Soportes:

MEDIO DE COMUNICACIÓN	SOPORTE/FORMATO (página completa, media página , roba páginas o faldón)

- Campañas:

CAMPAÑAS

El importe de los gastos de publicidad abonados por este concepto, excluido el IVA, considerados como NO ESENCIALES, asciende a .....

CUATRO.- Las campañas de **RADIO (no incluir en este apartado datos por cesión por los medios de comunicación de "espacios gratuitos para la inserción por parte de la entidad receptora de las aportaciones de anuncios dedicados a la promoción del acontecimiento" incluidosenelapartadotreinta)** se realizaron con el siguiente detalle:

A) Publicidad esencial:

La empresa utilizó la locución "... Empresa colaboradora con la "Conmemoración de la expedición de la primera vuelta al mundo de Fernando de Magallanes y Juan Sebastián Elcano" al final de sus cuñas publicitarias en radio, en el mismo idioma que el de la propia cuña y de manera perfectamente comprensible.

- Las cadenas de radio en las que se emitieron las cuñas publicitarias son:

MEDIO DE COMUNICACIÓN

- Campañas:

CAMPAÑAS

El importe de los gastos de publicidad abonados por este concepto, excluido el IVA, considerados como ESENCIALES, asciende a .....

CINCO.- Las campañas de **FOLLETOS Y CATÁLOGOS** se realizaron con el siguiente detalle:

A) Publicidad esencial:

- La tirada mínima de folletos ha sido de 200.000 ejemplares anuales para folletos 200.000 ejemplares anuales para catálogos.

  En los folletos plegados el logotipo del acontecimiento (símbolo+leyenda), aparece en el ángulo inferior derecho de la portada y de la contraportada, con un ancho mínimo de 22 mm, ocupando un mínimo del 10% de la base del folleto.

- En los folletos no plegados, el logotipo del acontecimiento (símbolo+leyenda) ha aparecido como mínimo en una de las caras, con un ancho mínimo de 22 mm, ocupando un mínimo del 10% de la base del folleto.

- En los catálogos, la tirada mínima ha sido de 200.000 ejemplares anuales y el logotipo del acontecimiento (símbolo+leyenda) ha ocupado al menos el 10% de la base del catálogo.

-Campañas:

CAMPAÑA	TIRADA ANUAL

El importe de los gastos de publicidad abonados por este concepto, excluido el IVA, considerados como ESENCIALES, asciende a .....

B) Publicidad no esencial:

Hay campañas en las que no se han cumplido las especificaciones técnicas para que los gastos de publicidad puedan considerarse como esenciales, pero el logotipo del acontecimiento (símbolo+leyenda) tiene un tamaño que permite su correcta visibilidad y legibilidad y son las siguientes:

- Campañas:

CAMPAÑA	TIRADA ANUAL

El importe de los gastos de publicidad abonados por este concepto, excluido el IVA, considerados como NO ESENCIALES, asciende a .....

SEIS.- Las campañas de **ENCARTES, MAILINGS y E-MAILINGS,** se realizaron con el siguiente detalle:

A) Publicidad esencial:

- La tirada mínima de estos soportes publicitarios, considerados individualmente, ha sido de 200.000 ejemplares anuales para mailings y encartes, o destinatarios anuales en el caso de e-mailings.

- En el caso de encartes y mailings, el logotipo del acontecimiento (símbolo+leyenda) tuvo como mínimo el mismo peso visual que la marca de la empresa colaboradora, partiendo de un ancho mínimo de 20 mm, ocupando un mínimo del 10% de la base del anuncio.

- En los mailings, el logotipo del acontecimiento (símbolo+leyenda) se ha insertado en todos los elementos: sobre exterior, carta explicativa, folleto o revista (y en caso de revista se ha incluido contenidos del acontecimiento).

- Para e-mailings, el logotipo del acontecimiento (símbolo+leyenda) ha tenido el mismo peso visual que la marca del colaborador.

- Por “peso visual” se considera "la superficie", es decir, el resultado de multiplicar el ancho por el alto.

-Campañas:

CAMPAÑA	TIRADA ANUAL	TIPO DE SOPORTE (Encarte, mailing o e-mailing)

El importe de los gastos de publicidad abonados por este concepto, excluido el IVA, considerados como ESENCIALES, asciende a .....

B) Publicidad no esencial:

Hay campañas en las que no se han cumplido las especificaciones técnicas para que los gastos de publicidad puedan considerarse como esenciales, pero el logotipo del acontecimiento (símbolo+leyenda) tiene un tamaño que permite su correcta visibilidad y legibilidad y son las siguientes:

- Campañas:

CAMPAÑA	TIRADA ANUAL	TIPO DE SOPORTE (Encarte, mailing o e-mailing)

El importe de los gastos de publicidad abonados por este concepto, excluido el IVA, considerados como NO ESENCIALES, asciende a .....

SIETE.- Las campañas en **VALLAS, MUPIS, OPIS, MARQUESINAS, CABINAS Y VIDEO PANTALLAS**

Se realizaron con el siguiente detalle:

A) Publicidad esencial:

- En las vallas el ancho mínimo del logotipo del acontecimiento (símbolo+leyenda) es de un 10% del ancho de la misma.

- En los mupis, opis, marquesinas y cabinas el ancho mínimo es de 140 mm. En todos los casos el logotipo del acontecimiento (símbolo+leyenda) ha ocupado un mínimo del 10% de la base del anuncio.

- En las video pantallas, el logotipo del acontecimiento (símbolo+leyenda) ha aparecido según las condiciones establecidas para los spots de televisión.

-Campañas:

CAMPAÑA	TIPO DE SOPORTE (Valla, mupi, opi, marquesina, cabina, video pantalla)

El importe de los gastos de publicidad abonados por este concepto, excluido el IVA, considerados como NO ESENCIALES, asciende a .....

OCHO.- Las campañas en **BANDEROLAS, CARTELERÍA ,ESCAPARATES Y LONAS** se realizaron con el siguiente detalle:

A)Publicidad esencial:

- El logotipo del acontecimiento (símbolo+leyenda) deberá situarse en el margen inferior del anuncio, preferentemente en el ángulo inferior derecho.

- En todos los caos el ancho del logotipo será como mínimo, el 10% de la base del soporte.

- En las banderolas dobles, si únicamente se colocara en una de las caras de la banderola, el ancho del logotipo será como mínimo, el 20% de la base del soporte.

-Campañas:

CAMPAÑA	TIPO DE SOPORTE (Banderola, cartel, lona)

El importe de los gastos de publicidad abonados por este concepto, excluido el IVA, considerados como ESENCIALES, asciende a .....

B) <u>Publicidad no esencial</u>:

Hay campañas en las que no se han cumplido las especificaciones técnicas para que los gastos de publicidad puedan considerarse como esenciales, pero el logotipo del acontecimiento (símbolo+leyenda) tiene un tamaño que permite su correcta visibilidad y legibilidad y son las siguientes:

- <u>Campañas</u>:

CAMPAÑA	**TIPO DE SOPORTE (Banderola, cartel, lona)**

El importe de los gastos de publicidad abonados por este concepto, excluido el IVA, considerados como NO ESENCIALES, asciende a .....

NUEVE.- Las campañas en **<u>STANDS</u> <u>EN</u> <u>FERIAS</u> <u>Y</u> <u>EN</u> <u>EVENTOS</u> <u>DEPORTIVOS</u>,** se realizaron con el siguiente detalle:

A) <u>Publicidad esencial</u>:

- La presencia del logotipo del acontecimiento (símbolo+leyenda) en el stand ha sido igual o superior al 10% de la totalidad de la extensión del mismo.

- Se entiende por extensión del stand, la suma de las distintas superficies del mismo. En el caso de que el stand sólo sea de suelo (ejm.: exposición de coches), el logotipo del acontecimiento (símbolo+leyenda) deberá quedar siempre perfectamente visible, ya sea en el suelo o en roll ups, por ejemplo.

-<u>Campañas</u>:

CAMPAÑA	**FERIA O EVENTO DEPORTIVO**

El importe de los gastos de publicidad abonados por este concepto, excluido el IVA, considerados como ESENCIALES, asciende a .....

B) <u>Publicidad no esencial</u>:

Hay campañas en las que no se han cumplido las especificaciones técnicas para que los gastos de publicidad puedan considerarse como esenciales, pero el logotipo del acontecimiento (símbolo+leyenda) tiene un tamaño que permite su correcta visibilidad y legibilidad y son las siguientes:

- <u>Campañas</u>:

CAMPAÑA	**FERIA O EVENTO DEPORTIVO**

El importe de los gastos de publicidad abonados por este concepto, excluido el IVA, considerados como NO ESENCIALES, asciende a .....

DIEZ.- Las campañas en **<u>PUNTOS DE INFORMACIÓN</u>** se realizaron con el siguiente detalle:

A) <u>Publicidad esencial</u>:

- La presencia de la marca de la empresa colaboradora ha aparecido a modo de complemento de la información de las actividades que forman parte del acontecimiento.

- En los postes de información, el logotipo del acontecimiento (símbolo+leyenda) ha aparecido centrado y con un ancho mínimo del 50% del ancho de la base.

- En las casetas de información o mostradores, el logotipo del acontecimiento (símbolo+leyenda) se ha situado en la parte frontal de las mismas, con un mínimo del 12 % del ancho de la base.

- <u>Campañas</u>:

CAMPAÑA	**SOPORTE (Poste de información, caseta de información)**

El importe de los gastos de publicidad abonados por este concepto, excluido el IVA, considerados como ESENCIALES, asciende a .....

B) <u>Publicidad no esencial</u>:

Hay campañas en las que no se han cumplido las especificaciones técnicas para que los gastos de publicidad puedan considerarse como esenciales, pero el logotipo del acontecimiento (símbolo+leyenda) tiene un tamaño que permite su correcta visibilidad y legibilidad y son las siguientes:

- <u>Campañas</u>:

CAMPAÑA	**SOPORTE (Poste de información, caseta de información)**

ONCE.- Las campañas en **<u>MERCHANDISING</u>** se realizaron con el siguiente detalle:

A) <u>Publicidad esencial</u>:

- El logotipo del acontecimiento (símbolo+leyenda) es visible en todo momento por el público, siguiendo el sentido de la lectura.

- Partiendo de un ancho mínimo de 30 mm, el logotipo del acontecimiento (símbolo+leyenda) ha tenido como mínimo el mismo peso visual que el logotipo de la empresa colaboradora. Por "peso visual" se considera "la superficie", es decir, el resultado de multiplicar el ancho por el alto.

- Para maletas, mochilas y bolsas de viaje: el logotipo del acontecimiento (símbolo+leyenda) ha ido ubicado en una parte en la que puede verse bien y en el caso de bolsas de viaje, ha aparecido en ambas caras.

- <u>Campañas</u>:

CAMPAÑA	**SOPORTE (Gorras, camisetas, llaveros, etc.)**

El importe de los gastos de publicidad abonados por este concepto, excluido el IVA, considerados como ESENCIALES, asciende a .....

B) <u>Publicidad no esencial</u>:

Hay campañas en las que no se han cumplido las especificaciones técnicas para que los gastos de publicidad puedan considerarse como esenciales, pero el logotipo del acontecimiento (símbolo+leyenda) tiene un tamaño que permite su correcta visibilidad y legibilidad y son las siguientes:

- <u>Campañas</u>:

CAMPAÑA	**SOPORTE (Gorras, camisetas, llaveros, etc.)**

El importe de los gastos de publicidad abonados por este concepto, excluido el IVA, considerados como NO ESENCIALES, asciende a .....

DOCE.- Las campañas en **<u>MARKETING DIRECTO</u>** se realizaron con el siguiente detalle:

A) <u>Publicidadesencial</u>:

- La tirada mínima del soporte fue de 150.000 ejemplares anuales. El logotipo del acontecimiento (símbolo+leyenda) ha tenido como mínimo el mismo peso visual que el logotipo de la empresa anunciante, partiendo de un mínimo de 30 mm y ha sido visible siguiendo el sentido de la lectura.

- Por “peso visual” se considera "la superficie", es decir, el resultado de multiplicar el ancho por el alto.

- Todas las piezas que componen el envío de marketing directo llevan el logotipo del acontecimiento (símbolo+leyenda).

- <u>Campañas</u>:

CAMPAÑA	**TIRADA ANUAL**

El importe de los gastos de publicidad abonados por este concepto, excluido el IVA, considerados como ESENCIALES, asciende a .....

A) Publicidad no esencial:

Hay campañas en las que no se han cumplido las especificaciones técnicas para que los gastos de publicidad puedan considerarse como esenciales, pero el logotipo del acontecimiento (símbolo+leyenda) tiene un tamaño que permite su correcta visibilidad y legibilidad y son las siguientes:

- Campañas:

CAMPAÑA	TIRADA ANUAL

El importe de los gastos de publicidad abonados por este concepto, excluido el IVA, considerados como NO ESENCIALES, asciende a .....

TRECE.- En las campañas utilizando **PRODUCTOS PROMOCIONALES FABRICADOS EXCLUSIVAMENTE PARA LA DIFUSIÓN DEL ACONTECIMIENTO**, los artículos han sido confeccionados específicamente para el acontecimiento, de forma que se asocian inequívocamente a la imagen del mismo.

- Campañas:

CAMPAÑA	TIPO DE PRODUCTO

El importe de los gastos de publicidad abonados por este concepto, excluido el IVA, considerados como ESENCIALES, asciende a .....

CATORCE.- Las campañas en **PRODUCTOS PROMOCIONALES DE DISTRIBUCIÓN EMPRESARIAL**, se realizaron con el siguiente detalle:

A) Publicidad esencial:

- El logotipo del acontecimiento (símbolo+leyenda) ha sido visible en todo momento por el público y ha compartido el mismo espacio que el de la empresa.

- Ambos logos han tenido el mismo tamaño.

- Campañas:

CAMPAÑA	TIPO DE PRODUCTO

El importe de los gastos de publicidad abonados por este concepto, excluido el IVA, considerados como ESENCIALES, asciende a .....

B) Publicidadno esencial:

Hay campañas en las que no se han cumplido las especificaciones técnicas para que los gastos de publicidad puedan considerarse como esenciales, pero el logotipo del acontecimiento (símbolo+leyenda) tiene un tamaño que permite su correcta visibilidad y legibilidad y son las siguientes:

- Campañas:

CAMPAÑA	TIPO DE PRODUCTO

El importe de los gastos de publicidad abonados por este concepto, excluido el IVA, considerados como NO ESENCIALES, asciende a .....

QUINCE.- Las campañas en **SOPORTES PUBLICITARIOS DIGITALES, PÁGINAS WEB, DISPOSITIVOS MÓVILES, APLICACIONES PARA MÓVILES Y TABLETAS (APPS), REDES SOCIALES** se realizaron con el siguiente detalle:

A.1) **Publicidad esencial (CONTRATANDO A TERCEROS):**

-En el caso de utilizar banners, el logotipo del acontecimiento (símbolo+leyenda) y el de la empresa anunciante han sido como mínimo del mismo tamaño (mismo peso visual) y se mantuvieron en pantalla el mismo tiempo.
-Por “peso visual” se considera "la superficie", es decir, el resultado de multiplicar el ancho por el alto.
-En todo momento el logotipo del acontecimiento (símbolo+leyenda) ha sido perfectamente visible, a la misma altura que el logo de la empresa y no ha quedado oculto por ventanas emergentes.
-En el caso de utilización de video banners, el logotipo del acontecimiento (símbolo+leyenda) ha aparecido según las condiciones establecidas para los spots de televisión.

- Campañas:

CAMPAÑA	FORMATO (Banner, video banner, pop-up, etc.)	SOPORTE (Página web, dispositivo móvil, red social, etc.)

A.2) Publicidad no esencial (CONTRATANDO A TERCEROS):

Hay campañas en las que no se han cumplido las especificaciones técnicas para que los gastos de publicidad puedan considerarse como esenciales, pero el logotipo del acontecimiento (símbolo+leyenda) tiene un tamaño que permite su correcta visibilidad y legibilidad y son las siguientes:

- Campañas:

CAMPAÑA	FORMATO (Banner, video banner, pop-up, etc.)	SOPORTE (Página web, dispositivo móvil, red social, etc.)

El importe de los gastos de publicidad abonados por este concepto, excluido el IVA, considerados como NO ESENCIALES, asciende a .....

B.1) Publicidad esencial (CON MEDIOS DE LA EMPRESA):

-La web ha tenido contenidos específicos (mínimo una página) de difusión del acontecimiento y se ha introducido un link que lleva a la página oficial del mismo www.XXX.es

-En el caso de web creada para la difusión del acontecimiento y microsite, el logotipo del acontecimiento (símbolo+leyenda) ha aparecido en los mismos espacios y como mínimo con el mismo peso visual que el de la empresa colaboradora. En todo momento ha sido perfectamente visible, a la misma altura que el logo de la empresa y no ha quedado oculto por ventanas emergentes.

-Por “peso visual” se considera "la superficie", es decir, el resultado de multiplicar el ancho por el alto.

- Campañas:

CAMPAÑA	FORMATO (Banner, video banner, pop-up, etc.)	SOPORTE (Página web, dispositivo móvil, red social, etc.)

El importe de los gastos de publicidad abonados por este concepto, excluido el IVA, considerados como NO ESENCIALES, asciende a .....

B.2) Publicidad no esencial (CON MEDIOS DE LA EMPRESA):

Hay campañas en las que no se han cumplido las especificaciones técnicas para que los gastos de publicidad puedan considerarse como esenciales, pero el logotipo del acontecimiento (símbolo+leyenda) tiene un tamaño que permite su correcta visibilidad y legibilidad y son las siguientes:

- Campañas:

CAMPAÑA	FORMATO (Banner, video banner, pop-up, etc.)	SOPORTE (Página web, dispositivo móvil, red social, etc.)

El importe de los gastos de publicidad abonados por este concepto, excluido el IVA, considerados como NO ESENCIALES, asciende a .....

DIECISEIS.- Las campañas en **FURGONETAS, TURISMOS, AUTOBUSES, CAMIONES GRÚAS, VEHÍCULOS ARTICULADOS Y OTROS VEHÍCULOS DE CARGAYTRANSPORTE**, se realizaron con el siguiente detalle:

A) Publicidad esencial:

El logotipo del acontecimiento (símbolo+leyenda) ha ocupado un mínimo del 10% de la base del espacio publicitario

- Campañas:

CAMPAÑA	IMPORTE GASTOS DE PUBLICIDAD SI EL VEHÍCULO SE HA CONTRATADO CON TERCEROS	IMPORTE GASTOS DE PUBLICIDAD SI EL VEHÍCULO ES PROPIEDAD DE LA EMPRESA

El importe de los gastos de publicidad abonados por este concepto, excluido el IVA, considerados como ESENCIALES, asciende a .....

B) Publicidad no esencial:

Hay campañas en las que no se han cumplido las especificaciones técnicas para que los gastos de publicidad puedan considerarse como esenciales, pero el logotipo del acontecimiento (símbolo+leyenda) tiene un tamaño que permite su correcta visibilidad y legibilidad y son las siguientes:
- Campañas:

CAMPAÑA	IMPORTE GASTOS DE PUBLICIDAD SI EL VEHÍCULO SE HA CONTRATADO CON TERCEROS	IMPORTE GASTOS DE PUBLICIDAD SI EL VEHÍCULO ES PROPIEDAD DE LA EMPRESA

El importe de los gastos de publicidad abonados por este concepto, excluido el IVA, considerados como NO ESENCIALES, asciende a .....

DIECISIETE.- Las campañas en **GRÚAS DE CONSTRUCCIÓN**, se realizaron con el siguiente detalle:

A) Publicidad esencial:

-El logotipo del acontecimiento (símbolo+leyenda) ha sido visible en todo momento por el público y se ha colocado a la altura adecuada para que así sea.

-El logotipo del acontecimiento (símbolo+leyenda) ha ocupado el 100% de la base de la lona manteniendo su proporción.
-El logotipo del acontecimiento (símbolo+leyenda) ha estado presente, como mínimo, en una lona colgante ubicada en una de las caras de la columna que sustenta la grúa.

- Campañas:

CAMPAÑA	IMPORTE GASTOS DE PUBLICIDAD SI LA GRÚA SE HA CONTRATADO CON TERCEROS	IMPORTE GASTOS DE PUBLICIDAD SI LA GRÚA ES PROPIEDAD DE LA EMPRESA

El importe de los gastos de publicidad abonados por este concepto, excluido el IVA, considerados como ESENCIALES, asciende a .....

B) Publicidad no esencial:

Hay campañas en las que no se han cumplido las especificaciones técnicas para que los gastos de publicidad puedan considerarse como esenciales, pero el logotipo del acontecimiento (símbolo+leyenda) tiene un tamaño que permite su correcta visibilidad y legibilidad y son las siguientes:

- Campañas:

CAMPAÑA	IMPORTE GASTOS DE PUBLICIDAD SI LA GRÚA SE HA CONTRATADO CON TERCEROS	IMPORTE GASTOS DE PUBLICIDAD SI LA GRÚA ES PROPIEDAD DE LA EMPRESA

El importe de los gastos de publicidad abonados por este concepto, excluido el IVA, considerados como NO ESENCIALES, asciende a .....

DIECIOCHO.- Las campañas en **GLOBOS AEROSTÁTICOS Y OTROS SOPORTES SIMILARES**, se realizaron con el siguiente detalle:

A) Publicidad esencial:

- El logotipo del acontecimiento (símbolo+leyenda) ha tenido un tamaño mínimo del 30% del diámetro (o base) manteniendo las proporciones y se ha ubicado de manera centrada.

- Campañas:

CAMPAÑA	IMPORTE GASTOS DE PUBLICIDAD SI EL SOPORTE SE HA CONTRATADO CON TERCEROS	IMPORTE GASTOS DE PUBLICIDAD SI EL SOPORTE ES PROPIEDAD DE LA EMPRESA

El importe de los gastos de publicidad abonados por este concepto, excluido el IVA, considerados como ESENCIALES, asciende a .....

B) Publicidad no esencial:

Hay campañas en las que no se han cumplido las especificaciones técnicas para que los gastos de publicidad puedan considerarse como esenciales, pero el logotipo del acontecimiento (símbolo+leyenda) tiene un tamaño que permite su correcta visibilidad y legibilidad y son las siguientes:

- Campañas:

CAMPAÑA	IMPORTE GASTOS DE PUBLICIDAD SI EL SOPORTE SE HA CONTRATADO CON TERCEROS	IMPORTE GASTOS DE PUBLICIDAD SI EL SOPORTE ES PROPIEDAD DE LA EMPRESA

El importe de los gastos de publicidad abonados por este concepto, excluido el IVA, considerados como ESENCIALES, asciende a .....

DIECINUEVE.- Las campañas en **MÁQUINAS EXPENDEDORAS,BOTELLEROS,VITRINAS, NEVERAS Y REFRIGERADORAS** se realizaron con el siguiente detalle:

A) Publicidad esencial:

- El logotipo del acontecimiento (símbolo+leyenda) ha tenido un tamaño mínimo de 150 mm de ancho en la parte frontal, ocupando como mínimo el 10% de la base de la máquina

- Campañas:

CAMPAÑA	IMPORTE GASTOS DE PUBLICIDAD SI EL SOPORTE SE HA CONTRATADO CON TERCEROS	IMPORTE GASTOS DE PUBLICIDAD SI EL SOPORTE ES PROPIEDAD DE LA EMPRESA

El importe de los gastos de publicidad abonados por este concepto, excluido el IVA, considerados como ESENCIALES, asciende a .....

B) Publicidad no esencial:

Hay campañas en las que no se han cumplido las especificaciones técnicas para que los gastos de publicidad puedan considerarse como esenciales, pero el logotipo del acontecimiento (símbolo+leyenda) tiene un tamaño que permite su correcta visibilidad y legibilidad y son las siguientes:

- Campañas:

CAMPAÑA	IMPORTE GASTOS DE PUBLICIDAD SI EL SOPORTE SE HA CONTRATADO CON TERCEROS	IMPORTE GASTOS DE PUBLICIDAD SI EL SOPORTE ES PROPIEDAD DE LA EMPRESA

El importe de los gastos de publicidad abonados por este concepto, excluido el IVA, considerados como NO ESENCIALES, asciende a .....

VEINTE.- Las campañas en **CALL CENTER**, se realizaron con el siguiente detalle:

A) Publicidad esencial:

Se realizó una locución por el servicio diciendo "… Empresa colaboradora con el "V Centenario de la expedición de la primera vuelta al mundo de Fernando de Magallanes y Juan Sebastián Elcano" de manera perfectamente comprensible.

-Campañas:

CAMPAÑA	IMPORTE GASTOS DE PUBLICIDAD SI EL SOPORTE SE HA CONTRATADO CON TERCEROS	IMPORTE GASTOS DE PUBLICIDAD SI EL SOPORTE ES PROPIEDAD DE LA EMPRESA

El importe de los gastos de publicidad abonados por este concepto, excluido el IVA, considerados como ESENCIALES, asciende a .....

B) Publicidad no esencial:

Hay campañas en las que no se han cumplido las especificaciones técnicas para que los gastos de publicidad puedan considerarse como esenciales, pero el logotipo del acontecimiento (símbolo+leyenda) tiene un tamaño que permite su correcta visibilidad y legibilidad y son las siguientes:

- Campañas:

CAMPAÑA	IMPORTE GASTOS DE PUBLICIDAD SI EL SOPORTE SE HA CONTRATADO CON TERCEROS	IMPORTE GASTOS DE PUBLICIDAD SI EL SOPORTE ES PROPIEDAD DE LA EMPRESA

- - -

VEINTIUNO.- Las campañas en **DISPLAYS Y PUNTOS LECTORES DE VENTA**, se realizaron con el siguiente detalle:

A) Publicidad esencial:

- El logotipo del acontecimiento (símbolo+leyenda) ha tenido como mínimo el mismo peso visual que la marca de la empresa, partiendo de un ancho mínimo de 40mm.

- Por “peso visual” se considera "la superficie", es decir, el resultado de multiplicar el ancho por el alto.

- Campañas

CAMPAÑA	IMPORTE GASTOS DE PUBLICIDAD SI EL SOPORTE SE HA CONTRATADO CON TERCEROS	IMPORTE GASTOS DE PUBLICIDAD SI EL SOPORTE ES PROPIEDAD DE LA EMPRESA

El importe de los gastos de publicidad abonados por este concepto, excluido el IVA, considerados como ESENCIALES, asciende a .....

B) Publicidad no esencial:

Hay campañas en las que no se han cumplido las especificaciones técnicas para que los gastos de publicidad puedan considerarse como esenciales, pero el logotipo del acontecimiento (símbolo+leyenda) tiene un tamaño que permite su correcta visibilidad y legibilidad y son las siguientes:

- Campañas:

CAMPAÑA	IMPORTE GASTOS DE PUBLICIDAD SI EL SOPORTE SE HA CONTRATADO CON TERCEROS	IMPORTE GASTOS DE PUBLICIDAD SI EL SOPORTE ES PROPIEDAD DE LA EMPRESA

El importe de los gastos de publicidad abonados por este concepto, excluido el IVA, considerados como NO ESENCIALES, asciende a .....

VEINTIDOS.- las campañas en **WEB DEL COLABORADOR** se realizaron con el siguiente detalle:

A) <u>Publicidad esencial</u>:

- En el caso de web del colaborador, el logotipo del acontecimiento (símbolo+leyenda) ha aparecido en la home y en lugares destacados en los apartados de la web relacionados con el acontecimiento y el logotipo del acontecimiento (símbolo+leyenda) ha tenido como mínimo el mismo peso visual que el logotipo de la empresa. En todo momento ha sido perfectamente visible, a la misma altura que el logo de la empresa y no ha quedado oculto por ventanas emergentes.

- Por "peso visual" se considera "la superficie", es decir, el resultado de multiplicar el ancho por el alto.

-<u>Campañas</u>:

CAMPAÑA	**COSTE**

B) <u>Publicidad no esencial</u>:

Hay campañas en las que no se han cumplido las especificaciones técnicas para que los gastos de publicidad puedan considerarse como esenciales, pero el logotipo del acontecimiento (símbolo+leyenda) tiene un tamaño que permite su correcta visibilidad y legibilidad y son las siguientes:

- <u>Campañas</u>:

CAMPAÑA	**COSTE**

VENTITRES.- Las campañas en **UNIFORMES Y EQUIPACIONES DEPORTIVAS**, se realizaron con el siguiente detalle:

A) Publicidad esencial:

- El logotipo del acontecimiento (símbolo+leyenda) ha tenido una presencia en la uniformidad o equipación con un peso visual no inferior al de la empresa colaboradora, salvo que una norma de obligado cumplimiento lo prohíba expresamente.

- Por "peso visual" se considera "la superficie", es decir, el resultado de multiplicar el ancho por el alto.

- Campañas:

CAMPAÑA	IMPORTE GASTOS DE PUBLICIDAD SI LA EQUIPACIÓN O UNIFORMIDAD SE HA CONTRATADO CON TERCEROS	IMPORTE GASTOS DE PUBLICIDAD SI LA EQUIPACIÓN O UNIFORMIDAD ES PROPIEDAD DE LA EMPRESA

El importe de los gastos de publicidad abonados por este concepto, excluido el IVA, considerados como ESENCIALES, asciende a .....

B) Publicidad no esencial:

Hay campañas en las que no se han cumplido las especificaciones técnicas para que los gastos de publicidad puedan considerarse como esenciales, pero el logotipo del acontecimiento (símbolo+leyenda) tiene un tamaño que permite su correcta visibilidad y legibilidad y son las siguientes:

- Campañas:

CAMPAÑA	IMPORTE GASTOS DE PUBLICIDAD SI LA EQUIPACIÓN O UNIFORMIDAD SE HA CONTRATADO CON TERCEROS	IMPORTE GASTOS DE PUBLICIDAD SI LA EQUIPACIÓN O UNIFORMIDAD ES PROPIEDAD DE LA EMPRESA

El importe de los gastos de publicidad abonados por este concepto, excluido el IVA, considerados como ESENCIALES, asciende a .....

VEINTICUATRO.- Las campañas en **CAJEROS AUTOMÁTICOS**, se realizaron con el siguiente detalle:

A) Publicidad esencial:

- El logotipo del acontecimiento (símbolo+leyenda) ha tenido un peso visual no inferior al de la marca de la empresa, partiendo de un mínimo de 40 mm.

- Por "peso visual" se considera "la superficie", es decir, el resultado de multiplicar el ancho por el alto.

- Campañas:

CAMPAÑA	IMPORTE GASTOS DE PUBLICIDAD SI EL CAJERO AUTOMÁTICO SE HA CONTRATADO CON TERCEROS	IMPORTE GASTOS DE PUBLICIDAD SI EL CAJERO AUTOMÁTICO ES PROPIEDAD DE LA EMPRESA

El importe de los gastos de publicidad abonados por este concepto, excluido el IVA, considerados como ESENCIALES, asciende a .....

B) Publicidad no esencial:

Hay campañas en las que no se han cumplido las especificaciones técnicas para que los gastos de publicidad puedan considerarse como esenciales, pero el logotipo del acontecimiento (símbolo+leyenda) tiene un tamaño que permite su correcta visibilidad y legibilidad y son las siguientes:

- Campañas:

CAMPAÑA	IMPORTE GASTOS DE PUBLICIDAD SI EL CAJERO AUTOMÁTICO SE HA CONTRATADO CON TERCEROS	IMPORTE GASTOS DE PUBLICIDAD SI EL CAJERO AUTOMÁTICO ES PROPIEDAD DE LA EMPRESA

El importe de los gastos de publicidad abonados por este concepto, excluido el IVA, considerados como ESENCIALES, asciende a .....

VEINTICINCO.- Las campañas en **EMBALAJES VARIOS**, se realizaron con el siguiente detalle:

A) **Publicidad esencial** ***(indicar a continuación solo el/los soporte/s afectado/s):***

- **Embalajes** (como packaging de producto): el logotipo del acontecimiento (símbolo+leyenda) se ha imprimido en la parte inferior de la cara donde aparece la marca del producto, siguiendo el sentido de la lectura, con un ancho mínimo del logotipo de 20 mm.

- **Cajas**: el logotipo del acontecimiento (símbolo+leyenda) de se ha imprimido en cada pieza individualmente en la parte inferior de, como mínimo, una de las dos caras frontales, siguiendo el sentido de la lectura, con un ancho mínimo del logotipo de 25 mm.

- **Bolsas** (como packaging de producto): el logotipo del acontecimiento (símbolo+leyenda) se ha imprimido en la parte inferior de, como mínimo, el frontal de la bolsa, siguiendo el sentido de la lectura. En las bolsas pequeñas el ancho mínimo del logotipo ha sido de 20 mm y en las grandes de 30 mm.

- **Materiales de construcción** (sacos, film y otros)

  - En los sacos el logotipo del acontecimiento (símbolo+leyenda) se ha imprimido en área visible en, como mínimo, una de las dos caras frontales, siguiendo el sentido de la lectura, con un tamaño mínimo del 20% del ancho del mismo.

  - En film y otros envoltorios (como packaging de producto) el logotipo del acontecimiento (símbolo+leyenda) se ha imprimido siguiendo el sentido de la lectura y ha estado presente en cada unidad de comunicación o plancha de impresión.

  - En todo caso, el logotipo ha tenido siempre un tamaño mínimo del respecto a las dimensiones de la marca de la empresa.

- **Palés**: El logotipo del acontecimiento (símbolo+leyenda) se ha imprimido de manera centrada como mínimo en una de las tres vigas de soporte de cada una de las cuatro caras y ha tenido un mínimo del 50% de la sección visible o superficie de exposición.

- Campañas:

CAMPAÑA	TIPO DE EMBALAJE	Importe gastos de publicidad si el embalaje se ha contratado con terceros	Importe gastos de publicidad si el embalaje es propiedad de la empresa

El importe de los gastos de publicidad abonados por este concepto, excluido el IVA, considerados como ESENCIALES, asciende a .....

B) Publicidad no esencial *(indicar a continuación solo el/los soporte/s afectado/s):*

Hay campañas en las que no se han cumplido las especificaciones técnicas para que los gastos de publicidad puedan considerarse como esenciales, pero el logotipo del acontecimiento (símbolo+leyenda) tiene un tamaño que permite su correcta visibilidad y legibilidad y son las siguientes:

- Campañas:

CAMPAÑA	TIPO DE EMBALAJE	Importe gastos de publicidad si el embalaje se ha contratado con terceros	Importe gastos de publicidad si el embalaje es propiedad de la empresa

El importe de los gastos de publicidad abonados por este concepto, excluido el IVA, considerados como ESENCIALES, asciende a .....

VEINTISEIS.- Las campañas en **LATAS, BOTELLAS, BOTELLINES,** se realizaron con el siguiente detalle:

A) **Publicidad esencial** ***(indicar a continuación solo el/los soporte/s afectado/s):***

- **Latas, botellas y botellines**, Si el logotipo se consigna en elementos separables del envase: coste de la etiqueta o banderola, siempre que el logotipo ocupe como mínimo el 10% del ancho del soporte. Si el logotipo se consigna en el envase: el coste de serigrafía, siempre que el logotipo ocupe como mínimo el 10% del ancho del soporte. En ambos caso, el logotipo del acontecimiento (símbolo+leyenda) aparecerá en el sentido de la lectura y su ancho será, como mínimo, de 20mm.

- Campañas:

CAMPAÑA	**TIPO DE ENVASE**	**Importe gastos de publicidad si el envase se ha contratado con terceros**	**Importe gastos de publicidad si el envase es propiedad de la empresa**

El importe de los gastos de publicidad abonados por este concepto, excluido el IVA, considerados como ESENCIALES, asciende a .....

B) Publicidad no esencial ***(indicar a continuación solo el/los soporte/s afectado/s):***

Hay campañas en las que no se han cumplido las especificaciones técnicas para que los gastos de publicidad puedan considerarse como esenciales, pero el logotipo del acontecimiento (símbolo+leyenda) tiene un tamaño que permite su correcta visibilidad y legibilidad y son las siguientes:

-Campañas:

CAMPAÑA	TIPO DE ENVASE	Importe gastos de publicidad si el envase se ha contratado con terceros	Importe gastos de publicidad si el envase es propiedad de la empresa

El importe de los gastos de publicidad abonados por este concepto, excluido el IVA, considerados como NO ESENCIALES, asciende a .....

VEINTISIETE. - Las campañas en **ENVASES ALIMENTARIOS**, se realizaron con el siguiente detalle:

A) Publicidad esencial

- **Envases alimentarios y tetrabriks**, el ancho del logotipo del acontecimiento (símbolo+leyenda) ha ocupado como mínimo un 10% del tamaño y ha aparecido en las dos caras y en el sentido de la lectura. En los tetrabriks grandes (mayor o igual a 1 litro) el ancho del logotipo del acontecimiento (símbolo+leyenda) ha sido como mínimo de 30 mm y en los pequeños (menor de 1 litro) de 20 mm.

-Campañas:

CAMPAÑA	TIPO DE ENVASE	Importe gastos de publicidad si el envase se ha contratado con terceros	Importe gastos de publicidad si el envase es propiedad de la empresa

B) <u>Publicidad no esencial</u>:

Hay campañas en las que no se han cumplido las especificaciones técnicas para que los gastos de publicidad puedan considerarse como esenciales, pero el logotipo del acontecimiento (símbolo+leyenda) tiene un tamaño que permite su correcta visibilidad y legibilidad y son las siguientes campañas:

CAMPAÑA	TIPO DE ENVASE	Importe gastos de publicidad si el envase se ha contratado con terceros	Importe gastos de publicidad si el envase es propiedad de la empresa

VENTIOCHO.- Las campañas en **<u>BOLSAS CONTENEDORAS</u>**, se realizaron con el siguiente detalle:

A) Publicidad esencial

- **<u>Bolsas</u> <u>contenedoras</u>** el ancho del logotipo del acontecimiento (símbolo+leyenda) ha sido como mínimo de 30 mm. y ha ocupado como mínimo un ancho del 10% de la base de la bolsa.

CAMPAÑA	TIPO DE ENVASE	Importe gastos de publicidad si el envase se ha contratado con terceros	Importe gastos de publicidad si el envase es propiedad de la empresa

VEINTINUEVE.- Las campañas en **SOPORTES DE DIVULGACIÓN CORPORATIVA (PAPEL CARTA, FACTURAS Y EXTRACTOS BANCARIOS DE USO EXTERNO, ETC.)**, se realizaron con el siguiente detalle:

A) Publicidad esencial:

- La tirada mínima de estos soportes, considerados individualmente, fue de 200.000 ejemplares anuales.

- El logotipo del acontecimiento (símbolo+leyenda) ha tenido el ancho mínimo siguiente: papel de carta (A4), 20 mm; papel de carta (A5), 16 mm; tarjetón, 20 mm; carpeta cerrada (DIN A4), 20 mm y se ha colocado el logotipo del acontecimiento (símbolo+leyenda) en la parte inferior derecha de la contraportada; sobre de mensajería,
  30 mm y el logotipo se ha colocado en la parte delantera; sobre americano, 20 mm; facturas y extractos bancarios de uso externo, 20 mm ocupando un mínimo del 10% de la base del soporte.

  - Campañas

TIPO DE SOPORTE (papel de carta, tarjetón, carpeta cerrada, sobre mensajería, sobre americano, facturas, extractos bancarios de uso externo)	**TIRADA ANUAL**

TIPO DE SOPORTE (papel de carta, tarjetón, carpeta cerrada, sobre mensajería, sobre americano, facturas, extractos bancarios de uso externo)

El importe de los gastos de publicidad abonados por este concepto, excluido el IVA, considerados como ESENCIALES, asciende a .....

B) Publicidad no esencial:

Hay campañas en las que no se han cumplido las especificaciones técnicas para que los gastos de publicidad puedan considerarse como esenciales, pero el logotipo del acontecimiento (símbolo+leyenda) tiene un tamaño que permite su correcta visibilidad y legibilidad y son las siguientes:

- Campañas:

TIPO DE SOPORTE **(papel de carta, tarjetón, carpeta cerrada, sobre mensajería, sobre americano, facturas, extractos bancarios de uso externo)**	**TIRADA ANUAL**

El importe de los gastos de publicidad abonados por este concepto, excluido el IVA, considerados como NO ESENCIALES, asciende a .....

TREINTA.- Las campañas mediante la **CESIÓN POR LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE ESPACIOS GRATUITOS, PARA LA INSERCIÓN POR PARTE DE LA ENTIDAD RECEPTORA DE LAS APORTACIONES DE ANUNCIOS DEDICADOS A LA PROMOCIÓN DEL ACONTECIMIENTO**, se realizaron con el siguiente detalle:

A) Publicidad esencial ***(indicar a continuación solo la/las modalidad/es afectada/s):***

-Han de cumplirse los requisitos establecidos en los apartados dos, tres y cuatro de esta declaración responsable.

A.1. "Especial cobertura informativa del acontecimiento de excepcional interés público
"(INDICAR EL ACONTECIMIENTO)"

-Campañas:

CAMPAÑA	IMPORTE

A.2. "Publicidad de la imagen y del logotipo, del acontecimiento de excepcional interés público "V Centenario de la expedición de la primera vuelta al mundo de Fernando de Magallanes y Juan Sebastián Elcano", en las campañas publicitarias propias de la empresa, ha cumplido los requisitos de uso de la Marca.

-Campañas:

CAMPAÑA	Importe de gastos si son campañas en el propio medio de comunicación	Importe de gastos si son campañas contratadas en otro medio de comunicación

A.3. "Cesión de espacios publicitarios del acontecimiento de excepcional interés público "V Centenario de la expedición de la primera vuelta al mundo de Fernando de Magallanes y Juan Sebastián Elcano".

-Campañas:

CAMPAÑA	IMPORTE

El importe de los gastos de publicidad abonados por este concepto, excluido el IVA, considerados como ESENCIALES, asciende a .....

B) **Publicidad no esencial** ***(indicar a continuación solo la/las modalidad/es afectada/s):***
Hay campañas en las que no se han cumplido las especificaciones técnicas para que los gastos de publicidad puedan considerarse como esenciales y son las siguientes:

B.1. Especial cobertura informativa del acontecimiento de excepcional interés público "V Centenario de la expedición de la primera vuelta al mundo de Fernando de Magallanes y Juan Sebastián Elcano"

-Campañas:

CAMPAÑA	**IMPORTE**

B.2. "Publicidad de la imagen y del logotipo del acontecimiento (símbolo+leyenda) de excepcional interés público "V Centenario de la expedición de la primera vuelta al mundo de Fernando de Magallanes y Juan Sebastián Elcano", en las campañas publicitarias propias de la empresa.

-Campañas

CAMPAÑA	**Importe de gastos si son campañas en el propio medio de comunicación**	**Importe de gastos si son campañas contratadas en otro medio de comunicación**

B.3. "Cesión de espacios publicitarios del acontecimiento de excepcional interés público "V Centenario de la expedición de la primera vuelta al mundo de Fernando de Magallanes y Juan Sebastián Elcano".

-Campañas:

CAMPAÑA	IMPORTE

El importe de los gastos de publicidad abonados por este concepto, excluido el IVA, considerados como NO ESENCIALES, asciende a .....

ANEXO III.C – PUBLICIDAD ESENCIAL

MODELO DE RELACIÓN DE FACTURAS DE ACTUACIONES PUBLICITARIAS VINCULADAS A LA SOLICITUD DE CERTIFICACIÓN PARA EL ACONTECIMIENTO DE EXCEPCIONAL INTERÉS PÚBLICO "V Centenario de la expedición de la primera vuelta al mundo de Fernando de Magallanes y Juan Sebastián Elcano"

EJERCICIO 20--__

Nº de Factura	***EMISOR DE LA FACTURA (Si el emisor es persona jurídica: indicar razón social; si es persona física: nombre y apellidos)***	***SOPORTE (*) (TV, Radio, Merchandising, etc.)***	***CAMPAÑA***	***IMPORTE SIN IVA (salvo que no sea deducible por Ley y suponga un coste)***
		TOTAL IMPORTE		

(*) Ordenar los soportes por medios de publicidad (TV, radio, folletos, etc.), sin intercalar unos con otros

En_____, a___de_____de_20____

Firmado (Nombre y apellidos del representante de la empresa que presenta la solicitud)

ANEXO IV.D – PUBLICIDAD NO ESENCIAL

MODELO DE RELACIÓN DE FACTURAS DE ACTUACIONES PUBLICITARIAS VINCULADAS A LA SOLICITUD DE CERTIFICACIÓN PARA EL ACONTECIMIENTO DE EXCEPCIONAL INTERÉS PÚBLICO "V Centenario de la expedición de la primera vuelta al mundo de Fernando de Magallanes y Juan Sebastián Elcano"

EJERCICIO 20_____

Nº de Factura	**EMISOR DE LA FACTURA (Si el emisor es persona jurídica: indicar razón social; si es persona física: nombre y apellidos)**	**SOPORTE (*) (TV, Radio, Merchandising, etc.)**	**CAMPAÑA**	**IMPORTE SIN IVA (salvo que no sea deducible por Ley y suponga un coste)**
		TOTAL IMPORTE		

(*) Ordenar los soportes por medios de publicidad (TV, radio, folletos, etc.), sin intercalar unos con otros

En_____, a_____de_____de___20__

Firmado (Nombre y apellidos del representante de la empresa que presenta la solicitud):

_____

ANEXO V.E
MODELO DE CERTIFICACIÓN GENÉRICO

D. . ……., en calidad de Secretario de la Comisión Técnica de la Comisión Nacional del *V Centenario de la expedición de la primera vuelta al mundo de Fernando de Magallanes y Juan Sebastián Elcano.*

CERTIFICO

Que la Comisión Técnica de la Comisión Nacional del *V Centenario de la expedición de la primera vuelta al mundo de Fernando de Magallanes y Juan Sebastián Elcano*, adoptó, entre otros, y con el voto favorable del representante del Ministerio de Hacienda, el acuerdo siguiente, según consta en el Acta de la sesión celebrada en..... el día…….. de ……. de …….. :

"Visto el escrito de solicitud de certificación de la adecuación de los gastos realizados a los planes y programas de actividades del *V Centenario de la expedición de la primera vuelta al mundo de Fernando de Magallanes y Juan Sebastián Elcano*, presentado con fecha de entrada ..... en el Registro de la Comisión Técnica, por D. ……....., NIF ..... ,en nombre y representación de....., NIF……., domicilio fiscal en....., y domicilio a efectos de notificaciones en....., a los efectos de beneficiarse de los incentivos fiscales previstos en el artículo 27 de la Ley 49/2002, de 23 de diciembre, de régimen fiscal de las entidades sin fines lucrativos y de los incentivos fiscales al mecenazgo.

Visto el documento de ingreso recibido por....., por un importe de..... euros (……. euros) en concepto de aportación para la promoción, divulgación, apoyo y mecenazgo a la celebración del *V Centenario de la expedición de la primera vuelta al mundo de Fernando de Magallanes y Juan Sebastián Elcano*, de acuerdo con el contrato firmado entre las partes de fecha …… de ……. de dos mil ……., considerando que las cantidades percibidas lo son en concepto de donaciones irrevocables, puras y simples.

Vista la documentación presentada por..... en la que consta que ha realizado gastos de publicidad y propaganda, en el periodo comprendido entre el..... de……. de …… y el ……. de ……de ....., en televisión, radio, prensa, internet, catálogos y otros soportes publicitarios, cuya cuantía asciende a ……. euros (. …….. euros), excluido el IVA, según el siguiente desglose:

- Televisión…….. euros
- Radio…….. euros
- Prensa……. euros
- Internet…… euros
- Soportes publicitarios en la calle..... euros
- Otros soportes (……)…….. euros

A dicha solicitud le resulta de aplicación, entre otras, las siguientes disposiciones: Disposición adicional sexagésima cuarta de la Ley 3/2017, de 17 de junio, de *Presupuestos Generales el Estado para el año 2017*, artículo 27 de la Ley 49/2002,de 23 de diciembre, *de régimen fiscal de las entidades sin fines lucrativos y de los incentivos fiscales al mecenazgo*, artículos 8 y 10 del *Reglamento para la aplicación del régimen fiscal de las entidades sin fines lucrativos y de los incentivos fiscales al mecenazgo*, aprobado por el Real Decreto 1270/2003, de 10 de octubre.

Teniendo en cuenta lo anteriormente expuesto, la Comisión Técnica de la Comisión Nacional del *V Centenario de la expedición de la primera vuelta al mundo de Fernando de Magallanes y Juan Sebastián Elcano*, una vez tramitado el correspondiente expediente administrativo adoptó, con el voto favorable del representante del Ministerio de Hacienda, el siguiente acuerdo:

Confirmar, a efectos de lo dispuesto en la normativa vigente, y en particular la ya citada en el presente acuerdo, que el gasto en campañas publicitarias declarado por…….. , NIF……., y domicilio fiscal en..... por importe de..... euros (… euros), excluido el IVA, se enmarcan dentro de los planes y programas de actividades aprobados por la Comisión Nacional del *V Centenario de la expedición de la primera vuelta al mundo de Fernando de Magallanes y Juan Sebastián Elcano*, divulgando dicho acontecimiento:

- De MODO ESENCIAL por una cuantía de..... euros

- De MODO NO ESENCIAL por una cuantía de……..... euros

La ejecución de dichos gastos deberá quedar suficientemente acreditada ante la Administración Tributaria a efectos del disfrute de los beneficios fiscales previstos en el mencionado artículo 27 de la Ley 49/2002; beneficios fiscales que, en su caso, serán reconocidos por el órgano competente de la Agencia Estatal de Administración Tributaria, previa solicitud de la mercantil.

Todo ello sin perjuicio de la comprobación por parte de la Administración Tributaria de la concurrencia de las circunstancias o requisitos necesarios para la aplicación de los beneficios fiscales, quien practicará, en su caso, la regularización que resulte procedente de conformidad con lo establecido en el artículo 27.4 de la Ley 49/2002, de 23 de diciembre, de *régimen fiscal de las entidades sin fines lucrativos y de los incentivos fiscales al mecenazgo.*

De conformidad con el artículo 9.1 *del Reglamento para la aplicación del régimen fiscal de las entidades sin fines lucrativos y de los incentivos fiscales al mecenazgo*, la solicitud deberá presentarse ante la Agencia Estatal de Administración Tributaria al menos 45 días naturales antes del inicio del plazo reglamentario de declaración-liquidación correspondiente al período impositivo en que haya de surtir efectos el beneficio fiscal cuyo reconocimiento se

solicita. A dicha solicitud deberá adjuntarse la presente certificación".

Y para que así conste y surta efectos donde fuere necesario, de acuerdo con los artículos 9 y 10 del mencionado Reglamento, expido la presente certificación de orden y con el visto bueno del Sr. Presidente de la Comisión Técnica, en …….. a ……de ……..de dos mil…… .

EL PRESIDENTE,

Vº Bº EL SECRETARIO,

Anexo II
Normativa aplicable

Disposición adicional sexagésima cuarta de la Ley 3/2017, de 27 de junio, de *Presupuestos Generales del Estado para el año 2017*. Beneficios fiscales aplicables al « V Centenario de la expedición de la primera vuelta al mundo de Fernando de Magallanes y Juan Sebastián Elcano».

Uno. La celebración del «V Centenario de la expedición de la primera vuelta al mundo de Fernando de Magallanes y Juan Sebastián Elcano» tendrá la consideración de acontecimiento de especial interés público a los efectos de lo dispuesto en el artículo 27 de la Ley 49/2002, de 23 de diciembre, de régimen fiscal de las entidades sin fines lucrativos y de los incentivos fiscales al mecenazgo.

Dos. La duración del programa de apoyo a este acontecimiento abarcará desde el 8 de mayo de 2017 hasta el 20 de septiembre de 2019.

Tres. La certificación de la adecuación de los gastos realizados a los objetivos y planes del programa se efectuará en conformidad con lo dispuesto en la citada Ley 49/2002.

Cuatro. Las actuaciones a realizar serán las que aseguren el adecuado desarrollo del acontecimiento. El desarrollo y concreción en planes y programas de actividades específicas se realizará por el órgano competente en conformidad con lo dispuesto en la Ley 49/2002.

Cinco. Los beneficios fiscales de este programa serán los máximos establecidos en el artículo 27.3 de la Ley 49/2002.

Disposición final cuadragésima segunda de la Ley 6/2018, de Presupuestos Generales del Estado para el año 2018.

Cuatro. Cuatro. Se modifica el apartado Dos de la disposición adicional sexagésima cuarta, «Beneficios fiscales aplicables al "V Centenario de la expedición de la primera vuelta al mundo de Fernando de Magallanes y Juan Sebastián Elcano"», de la Ley 3/2017, que queda redactado como sigue:
«Dos. La duración del programa de apoyo a este acontecimiento abarcará desde el 8 de mayo de 2017 hasta el 7 de mayo de 2020.»

Real Decreto 582/2017, de 12 de junio, *por el que se crea y regula la Comisión Nacional para la conmemoración del V Centenario de la expedición de la primera vuelta al mundo de Fernando de Magallanes y Juan Sebastián Elcano.*

En el año 2019 se cumple el quinto centenario del inicio de la expedición naval promovida por la Corona de España y capitaneada inicialmente por el navegante portugués al servicio de la Corona española, Fernando de Magallanes, con el propósito de abrir una nueva ruta a las islas de las Especias. Nombrado por el entonces joven Rey Carlos I de España «gobernador, adelantado, capitán general de la Armada para el descubrimiento de la especería», Magallanes partió de Sevilla la mañana del lunes 10 de agosto de 1519 al mando de cinco naves y doscientos sesenta y cinco hombres, de los cuales el 64 por ciento eran españoles y el resto se repartía entre nueve nacionalidades diferentes.

Esta empresa naval, que requirió de enorme tenacidad y esfuerzo para superar múltiples penalidades, condujo tres años más tarde a completar la hazaña descomunal de la primera vuelta al mundo, finalmente culminada gracias al arrojo, valor, destreza marinera y visión de Juan Sebastián de Elcano, marino natural de Guetaria (Guipúzcoa), que estuvo de regreso en Sevilla el día 6 de septiembre de 1522.

Una travesía que les llevó de Sanlúcar de Barrameda a Tenerife, costas de Sierra Leona, Río de Janeiro, el Río de la Plata, por entonces conocido como Río de Solís, la Patagonia, la Tierra del Fuego y el Estrecho al que, con el tiempo, se le dio nombre del mencionado capitán general, el Pacífico y las islas Marianas, las islas Filipinas, Sumatra y las Molucas, el cabo de Buena Esperanza y las islas Cabo Verde para retornar al puerto de donde había zarpado.

Las extraordinarias cualidades puestas de manifiesto sirven de ejemplo e inspiración a los Guardiamarinas de la Armada española, la cual honra, desde hace noventa años, al marino vasco por haber bautizado su emblemático y simbólico buque escuela, auténtico embajador de España en los puertos que visita desde fecha tan lejana.

Tan asombroso periplo de nuestra Marina, a través de los océanos Atlántico, Pacífico e Índico y los continentes de Europa, América, Oceanía, Asia y África supuso un decisivo avance científico al confirmar la redondez de la Tierra, revalidando el legado de la antigüedad, y un paso de gigante en la apertura a escala mundial de los conocimientos, las comunicaciones y los intercambios de todo orden, así como en el desarrollo y proyección de Europa y, en especial, de los países ibéricos.

Todo ello justifica, quinientos años después, la necesidad de iniciar los trabajos que culminarán con la conmemoración ya citada en el año 2019, sumándose, por otro lado, a iniciativas que están llevando a cabo tanto desde la sociedad civil, desde instituciones públicas españolas, así como por otros Estados.

A ello se une la diversidad de ámbitos a los que esta hazaña ha demostrado, a lo largo de estos quinientos años, imprimir su impronta: el naval, el comercial, el científico, el humano y humanístico, entre otros, y todo ello, como ya se ha indicado, en un contexto internacional y globalizador.

Con este fin, es preciso crear una Comisión Nacional para la preparación y programación de los actos conmemorativos del V Centenario de la expedición de la primera vuelta al mundo de Fernando de Magallanes y Juan Sebastián Elcano.

La Comisión Nacional se configura como un órgano colegiado interministerial de la Administración General del Estado, cuyo Presidente tiene rango superior al de Director General, por lo que su creación debe revestir la forma de real decreto de acuerdo con lo dispuesto en el artículo 22.2 de la Ley 40/2015, de 1 de octubre, de Régimen Jurídico del Sector Público.

En su virtud, a propuesta de la Vicepresidenta del Gobierno y Ministra de la Presidencia y para las Administraciones Territoriales, del Ministro de Asuntos Exteriores y de Cooperación, de la Ministra de Defensa y del Ministro de Educación, Cultura y Deporte, con la aprobación previa

del Ministerio de Hacienda y Función Pública, y previa deliberación del Consejo de Ministros en su reunión del día 9 de junio de 2017,

DISPONGO:

Artículo 1. Creación y finalidad.

Bajo la Presidencia de Honor de Sus Majestades los Reyes, se crea la Comisión Nacional para la conmemoración del V Centenario de la expedición de la primera vuelta al mundo de Fernando de Magallanes y Juan Sebastián Elcano, en adelante la Comisión Nacional, como órgano colegiado interministerial adscrito al Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. La Comisión Nacional impulsará y coordinará las actividades que lleve a cabo la Administración General del Estado en relación con esta celebración y, en su caso, otras Administraciones Públicas y las entidades públicas y privadas, así como los particulares, que participen en ella.

Artículo 2. Composición.

Para el cumplimiento de sus fines, la Comisión Nacional se estructurará en los siguientes órganos:
1. La Presidencia.
2. Las Vicepresidencias.
3. El Pleno.
4. La Comisión Ejecutiva.
5. La Comisión Técnica.
6. Los Comités especializados.

Artículo 3. La Presidencia.

1. La Presidencia de la Comisión Nacional corresponde a la Vicepresidenta del Gobierno y Ministra de la Presidencia y para las Administraciones Territoriales.
2. Son competencias de la Presidencia de la Comisión Nacional.
a) Ostentar la representación de la Comisión Nacional.
b) Convocar el Pleno y fijar el orden del día.
c) Designar a los miembros de la Comisión Ejecutiva, de acuerdo con lo previsto en el artículo 5.
d) Presidir las sesiones y moderar el desarrollo de sus debates.
e) Asegurar la ejecución y el cumplimiento de los acuerdos adoptados.
f) Cuantas otras funciones sean inherentes a la condición de Presidente.

Artículo 4. Las Vicepresidencias.

1. La Comisión Nacional contará con tres Vicepresidencias: la Vicepresidencia primera, que corresponderá al Ministro de Asuntos Exteriores y de Cooperación, la Vicepresidencia segunda, que corresponderá a la Ministra de Defensa y la Vicepresidencia tercera, que corresponderá al Ministro de Educación, Cultura y Deporte.
2. Será competencia de las Vicepresidencias sustituir, por su orden, al titular de la Presidencia en casos de vacante, ausencia, enfermedad u otra causa legal.

Artículo 5. El Pleno.

1. El Pleno estará compuesto por los siguientes miembros:
a) Presidencia: La Vicepresidenta del Gobierno y Ministra de la Presidencia y para las Administraciones Territoriales.
b) Vicepresidencias:
Primera: El Ministro de Asuntos Exteriores y de Cooperación.
Segunda: La Ministra de Defensa.
Tercera: El Ministro de Educación, Cultura y Deporte.
c) Vocales:
El Ministro de Hacienda y Función Pública, el Ministro del Interior, el Secretario de Estado de Cooperación Internacional y para Iberoamérica, el Secretario de Estado de Cultura, el Almirante Jefe de Estado Mayor de la Armada, el Secretario General de Política de Defensa, el Subsecretario de Hacienda y Función Pública y el Subsecretario del Ministerio de la Presidencia y para las Administraciones Territoriales.
Un vocal, con rango de Secretario de Estado o Subsecretario, en representación de la Presidencia del Gobierno.
Un vocal, con rango de Subsecretario o Secretario General, designado por cada uno de los siguientes departamentos ministeriales:
– Ministerio de Fomento.
– Ministerio de Energía, Turismo y Agenda Digital.
– Ministerio de Economía, Industria y Competitividad.
d) La Secretaría será desempeñada por un funcionario del Subgrupo A1 de nivel 30 de la Secretaría de Estado de Cultura, con voz y sin voto, designado por la Presidencia de la Comisión Nacional a propuesta del Pleno. Del mismo modo, en su caso, se designará a su suplente.
2. En caso de vacante, ausencia, enfermedad o cualquier otra causa legal, los titulares de los Ministerios a que pertenezcan los cargos de los propios Ministerios que se citan en los apartados 1.b y c), designarán las personas que suplan a los vocales, que deberán tener al menos rango de Director General o asimilado.
3. Son competencias del Pleno:
a) Aprobar el programa de actividades de la Comisión Nacional.
b) Supervisar la ejecución del programa de actividades.
c) Apoyar y promover la coordinación de las actividades de otros organismos y entidades públicas y privadas, y particulares que se consideren adecuadas para la conmemoración del centenario.
d) Proponer a la Presidencia de la Comisión Nacional la designación de los miembros de la Comisión Ejecutiva y de sus respectivos suplentes.
e) Acordar, siempre que las circunstancias así lo justifiquen, la variación en el número de vocalías de la Comisión Ejecutiva.
f) Crear Comités especializados, a los efectos previstos en el artículo 9.
g) Facilitar la coordinación con los Gobiernos de otros países amigos participantes.
4. Son competencias del Secretario las previstas en el artículo 19.4 de la Ley 40/2015, de 1 de octubre, de Régimen Jurídico del Sector Público.

Artículo 6. La Comisión Ejecutiva.

1. El Presidente de la Comisión Ejecutiva será designado por la Presidencia de la Comisión Nacional de entre los miembros del Pleno, al igual que a su suplente.
2. Integrarán la Comisión Ejecutiva, como vocales:
a) Un representante con categoría de Director General de los siguientes Ministerios: Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación, Ministerio de Defensa, Ministerio de Hacienda y Función Pública, Ministerio de Fomento, Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, y Ministerio de la Presidencia y para las Administraciones Territoriales.
b) Hasta un máximo de cuatro personas de reconocido prestigio y competencia en el ámbito de los cometidos de la Comisión, designados por la Presidencia de la Comisión Nacional.
3. Actuará como titular de la Secretaría un funcionario nivel 30 de la Secretaría de Estado de Cultura con voz, pero sin voto, designado por el Presidente de la Comisión Ejecutiva.
Compete a la Secretaría la asistencia, como órgano de trabajo permanente, de la Comisión Ejecutiva en el ejercicio de sus respectivas competencias y, en particular, las funciones establecidas en el artículo 19.4 de la Ley 40/2015, de 1 de octubre, de Régimen Jurídico del Sector Público.
4. El Pleno de la Comisión Nacional podrá acordar, siempre que las circunstancias así lo justifiquen, la variación en el número de vocalías de la Comisión Ejecutiva.
5. Serán competencias de la Comisión Ejecutiva impulsar la ejecución del programa de actividades aprobado por el Pleno, recabar la colaboración de departamentos ministeriales y de organismos y entidades públicas y privadas, así como de los particulares, para el cumplimiento de sus funciones, objetivos y proyectos, además de cualquier otro cometido que le encomiende el Pleno.

Artículo 7. La Comisión Técnica. Composición y funciones.

1. La Comisión Técnica, que dependerá de la Comisión Ejecutiva, se compondrá de ocho miembros, designados por la Presidencia de la Comisión Ejecutiva, pudiendo recaer en miembros de la propia Comisión Ejecutiva. Uno de los miembros será necesariamente representante del Ministerio de Hacienda y Función Pública y otro del Ministerio de Defensa.
El Presidente de la Comisión Técnica será designado de entre sus miembros por el Presidente de la Comisión Ejecutiva, a propuesta de la misma Comisión Técnica. Le corresponderá presidir y acordar la convocatoria de las sesiones de la Comisión Técnica, así como fijar el orden del día de las mismas, y las demás funciones inherentes al cargo.
La Secretaría de la Comisión Técnica, que actuará con voz pero sin voto, corresponderá a la persona que designe el Presidente.
Por el mismo procedimiento se podrán nombrar sustitutos de los miembros de la Comisión Técnica.
2. De conformidad con lo previsto en la disposición adicional tercera, corresponde a la Comisión Técnica, en su caso, certificar la adecuación de los gastos realizados a los objetivos y planes de la conmemoración.

Artículo 8. Certificaciones.

1. De conformidad con lo previsto en la disposición adicional tercera, para la obtención, en su caso, de las certificaciones a las que hace referencia el artículo 27.2 b) de la Ley 49/2002, de 23 de diciembre, de régimen fiscal de las entidades sin fines lucrativos y de los incentivos fiscales al mecenazgo, los interesados deberán presentar una solicitud en cualquiera de los lugares previstos en el artículo 16.4 de la Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas, dirigida a la Comisión Técnica.

El plazo para la presentación de las solicitudes concluirá 15 días después de la finalización del programa de apoyo al acontecimiento.
2. El plazo máximo en que deben notificarse las certificaciones por parte de la Comisión Técnica será de dos meses desde la fecha en que la correspondiente solicitud haya tenido entrada en el registro electrónico de la Administración General del Estado, como Administración competente para su tramitación.
3. La resolución será emitida por la Comisión Técnica y se adoptará por acuerdo de la mayoría de sus miembros y, en todo caso, con el voto favorable del representante del Ministerio de Hacienda y Función Pública.
El cómputo de dicho plazo se suspenderá cuando se requiera al interesado que complete la documentación presentada, por el tiempo que medie entre la notificación del requerimiento y la presentación de la documentación requerida.
Transcurrido el plazo a que se refiere este artículo sin que el interesado haya recibido requerimiento o notificación administrativa acerca de su solicitud, se entenderá cumplido el requisito de la certificación, pudiendo el interesado solicitar de la Administración Tributaria el reconocimiento previo del beneficio fiscal.
La certificación, o la resolución que la deniegue, será emitida por el órgano colegiado, agotará la vía administrativa, y contra la misma podrá interponerse recurso contencioso-administrativo, sin perjuicio del recurso potestativo de reposición, de acuerdo con lo dispuesto en los artículos 123 y 124 de la Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas.

Artículo 9. Comités especializados.

Con el fin de articular la colaboración que se considere necesaria para el cumplimiento de sus funciones, objetivos y proyectos, el Pleno podrá crear Comités especializados que, bajo la dirección de la Comisión Ejecutiva, actuarán en el desarrollo de actos conmemorativos específicos, cuando las circunstancias propias de la gestión así lo precisen.
Podrán formar parte de dichos Comités los representantes de otras Administraciones Públicas que lo acepten voluntariamente, así como representantes de instituciones privadas y personalidades de reconocido prestigio.

Artículo 10. Sede.

La Comisión Nacional para la conmemoración del V Centenario de la expedición de la primera vuelta al mundo de Fernando de Magallanes y Juan Sebastián Elcano tendrá su sede en Madrid, sin perjuicio de que se puedan celebrar sus reuniones y actividades en otros lugares cuando así resulte oportuno.

Disposición adicional primera. Medios personales y materiales.

El funcionamiento de la Comisión Nacional, que no supondrá incremento de gasto público, será atendido con los medios personales, técnicos y presupuestarios del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, sin perjuicio de la asunción por parte de cada uno de los Ministerios, de los eventuales gastos de desplazamiento de sus representantes.
Todos los cargos de la Comisión Nacional tendrán carácter honorífico, no percibiendo retribución alguna por el ejercicio de sus funciones.

Disposición adicional segunda. Funcionamiento.

Sin perjuicio de las peculiaridades previstas en este real decreto, el funcionamiento de la Comisión Nacional se ajustará a lo establecido en el título Preliminar, capítulo II, Sección 3ª, de la Ley 40/2015, de 1 de octubre, de Régimen Jurídico del Sector Público.

Disposición adicional tercera. Consideración de acontecimiento de excepcional interés público.

La consideración de la conmemoración del V Centenario de la expedición de la primera vuelta al mundo de Fernando de Magallanes y Juan Sebastián Elcano como acontecimiento de excepcional interés público a los efectos de lo dispuesto en el artículo 27 de la Ley 49/2002, de 23 de diciembre, quedará condicionada a la aprobación del programa de apoyo que, en su caso, se contemple en norma con rango de ley.

Disposición final única. Vigencia.

El presente real decreto entrará en vigor a los veinte días de su publicación en el «Boletín Oficial del Estado».
La Comisión Nacional dejará de desempeñar sus funciones y se considerará extinguida una vez cumplidos los objetivos y celebrados los actos que determinan su creación y, en todo caso, el 31 de diciembre de 2020.

Dado en Madrid, el 12 de junio de 2017.

FELIPE R.

La Vicepresidenta del Gobierno y Ministra de la Presidencia y para las Administraciones Territoriales,
SORAYA SÁENZ DE SANTAMARÍA ANTÓN

Ley 49/2002, de 23 diciembre, de régimen fiscal de las entidades sin fines lucrativos y de los incentivos fiscales al mecenazgo[2]. B.O.E. de 24 diciembre)

TÍTULO I. Objeto y ámbito de aplicación

Artículo 1. Objeto y ámbito de aplicación.

1. Esta Ley tiene por objeto regular el régimen fiscal de las entidades sin fines lucrativos definidas en la misma, en consideración a su función social, actividades y características.

De igual modo, tiene por objeto regular los incentivos fiscales al Mecenazgo. A efectos de esta Ley, se entiende por mecenazgo la participación privada en la realización de actividades de interés general.

2. En lo no previsto en esta Ley se aplicarán las normas tributarias generales.

3. Lo establecido en esta Ley se entenderá sin perjuicio de los regímenes tributarios forales de Concierto y Convenio Económico en vigor, respectivamente, en los Territorios Históricos del País Vasco y en la Comunidad Foral de Navarra y sin perjuicio de lo dispuesto en los tratados y convenios internacionales que hayan pasado a formar parte del ordenamiento interno, de conformidad con el artículo 96 de la Constitución Española.

TÍTULO II. Régimen fiscal especial de las entidades sin fines lucrativos

CAPÍTULO I .Normas generales

Artículo 2. Entidades sin fines lucrativos.

Se consideran entidades sin fines lucrativos a efectos de esta Ley, siempre que cumplan los requisitos establecidos en el artículo siguiente:

a) Las fundaciones.

b) Las asociaciones declaradas de utilidad pública.

c) Las organizaciones no gubernamentales de desarrollo a que se refiere la Ley 23/1998, de 7 de julio, de Cooperación Internacional para el Desarrollo, siempre que tengan alguna de las formas jurídicas a que se refieren los párrafos anteriores.

d) Las delegaciones de fundaciones extranjeras inscritas en el Registro de Fundaciones.

e) Las federaciones deportivas españolas, las federaciones deportivas territoriales de ámbito autonómico integradas en aquéllas, el Comité Olímpico Español y el Comité Paralímpico Español.

f) Las federaciones y asociaciones de las entidades sin fines lucrativos a que se refieren los párrafos anteriores.

[2] [2] De aplicación el artículo 27 de la Ley.

Artículo 3. Requisitos de las entidades sin fines lucrativos.

Las entidades a que se refiere el artículo anterior, que cumplan los siguientes requisitos, serán consideradas, a efectos de esta Ley, como entidades sin fines lucrativos:

1. Que persigan fines de interés general, como pueden ser, entre otros, los de defensa de los derechos humanos, de las víctimas del terrorismo y actos violentos, los de asistencia social e inclusión social, cívicos, educativos, culturales, científicos, deportivos, sanitarios, laborales, de fortalecimiento institucional, de cooperación para el desarrollo, de promoción del voluntariado, de promoción de la acción social, defensa del medio ambiente, de promoción y atención a las personas en riesgo de exclusión por razones físicas, económicas o culturales, de promoción de los valores constitucionales y defensa de los principios democráticos, de fomento de la tolerancia, de fomento de la economía social, de desarrollo de la sociedad de la información, de investigación científica, desarrollo o innovación tecnológica y de transferencia de la misma hacia el tejido productivo como elemento impulsor de la productividad y competitividad empresarial.

2. Que destinen a la realización de dichos fines al menos el 70 por 100 de las siguientes rentas e ingresos:

a) Las rentas de las explotaciones económicas que desarrollen.

b) Las rentas derivadas de la transmisión de bienes o derechos de su titularidad. En el cálculo de estas rentas no se incluirán las obtenidas en la transmisión onerosa de bienes inmuebles en los que la entidad desarrolle la actividad propia de su objeto o finalidad específica, siempre que el importe de la citada transmisión se reinvierta en bienes y derechos en los que concurra dicha circunstancia.

c) Los ingresos que obtengan por cualquier otro concepto, deducidos los gastos realizados para la obtención de tales ingresos. Los gastos realizados para la obtención de tales ingresos podrán estar integrados, en su caso, por la parte proporcional de los gastos por servicios exteriores, de los gastos de personal, de otros gastos de gestión, de los gastos financieros y de los tributos, en cuanto que contribuyan a la obtención de los ingresos, excluyendo de este cálculo los gastos realizados para el cumplimiento de los fines estatutarios o del objeto de la entidad sin fines lucrativos. En el cálculo de los ingresos no se incluirán las aportaciones o donaciones recibidas en concepto de dotación patrimonial en el momento de su constitución o en un momento posterior.

Las entidades sin fines lucrativos deberán destinar el resto de las rentas e ingresos a incrementar la dotación patrimonial o las reservas.

El plazo para el cumplimiento de este requisito será el comprendido entre el inicio del ejercicio en que se hayan obtenido las respectivas rentas e ingresos y los cuatro años siguientes al cierre de dicho ejercicio.

3. Que la actividad realizada no consista en el desarrollo de explotaciones económicas ajenas

a su objeto o finalidad estatutaria. Se entenderá cumplido este requisito si el importe neto de la cifra de negocios del ejercicio correspondiente al conjunto de las explotaciones económicas no exentas ajenas a su objeto o finalidad estatutaria no excede del 40 por 100 de los ingresos totales de la entidad, siempre que el desarrollo de estas explotaciones económicas no exentas no vulnere las normas reguladoras de defensa de la competencia en relación con empresas que realicen la misma actividad.

A efectos de esta Ley, se considera que las entidades sin fines lucrativos desarrollan una explotación económica cuando realicen la ordenación por cuenta propia de medios de producción y de recursos humanos, o de uno de ambos, con la finalidad de intervenir en la producción o distribución de bienes o servicios. El arrendamiento del patrimonio inmobiliario de la entidad no constituye, a estos efectos, explotación económica.

4. Que los fundadores, asociados, patronos, representantes estatutarios, miembros de los órganos de gobierno y los cónyuges o parientes hasta el cuarto grado inclusive de cualquiera de ellos no sean los destinatarios principales de las actividades que se realicen por las entidades, ni se beneficien de condiciones especiales para utilizar sus servicios.

Lo dispuesto en el párrafo anterior no se aplicará a las actividades de investigación científica y desarrollo tecnológico, ni a las actividades de asistencia social o deportivas a que se refiere el artículo 20, apartado uno, en sus números 8º y 13º , respectivamente, de la Ley 37/1992, de 28 de diciembre, del Impuesto sobre el Valor Añadido, ni a las fundaciones cuya finalidad sea la conservación y restauración de bienes del Patrimonio Histórico Español que cumplan las exigencias de la Ley 16/1985, de 25 de junio, del Patrimonio Histórico Español, o de la Ley de la respectiva Comunidad Autónoma que le sea de aplicación, en particular respecto de los deberes de visita y exposición pública de dichos bienes.

Lo dispuesto en el primer párrafo de este número no resultará de aplicación a las entidades a que se refiere el párrafo del artículo anterior.

5. Que los cargos de patrono, representante estatutario y miembro del órgano de gobierno sean gratuitos, sin perjuicio del derecho a ser re- embolsados de los gastos debidamente justificados que el desempeño de su función les ocasione, sin que las cantidades percibidas por este concepto puedan exceder de los límites previstos en la normativa del Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas para ser consideradas dietas exceptuadas de gravamen.

Lo dispuesto en el párrafo anterior no resultará de aplicación a las entidades a que se refiere el párrafo e) del artículo anterior y respetará el régimen específico establecido para aquellas asociaciones que, de acuerdo con la Ley Orgánica 1/2002, de 22 de marzo, Reguladora del Derecho de Asociación, hayan sido declaradas de utilidad pública.

Los patronos, representantes estatutarios y miembros del órgano de gobierno podrán percibir de la entidad retribuciones por la prestación de servicios, incluidos los prestados en el marco de una relación de carácter laboral, distintos de los que implica el desempeño de las funciones que les corresponden como miembros del Patronato u órgano de representación, siempre que se cumplan las condiciones previstas en las normas por las que se rigen la entidad. Tales personas no podrán participar en los resultados económicos de la entidad, ni por sí mismas, ni a través de persona o entidad interpuesta.

Lo dispuesto en este número será de aplicación igualmente a los administradores que representen a la entidad en las sociedades mercantiles en que participe, salvo que las retribuciones percibidas por la condición de administrador se reintegren a la entidad que representen.

En este caso, la retribución percibida por el administrador estará exenta del Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas, y no existirá obligación de practicar retención a cuenta de este impuesto.

6. Que, en caso de disolución, su patrimonio se destine en su totalidad a alguna de las entidades consideradas como entidades beneficiarias del mecenazgo a los efectos previstos en los artículos 16 a 25, ambos inclusive, de esta Ley, o a entidades públicas de naturaleza no fundacional que persigan fines de interés general, y esta circunstancia esté expresamente contemplada en el negocio fundacional o en los estatutos de la entidad disuelta, siendo aplicable a dichas entidades sin fines lucrativos lo dispuesto en el párrafo c) del apartado 1 del artículo 97 de la Ley 43/1995, de 27 de diciembre, del Impuesto sobre Sociedades.

En ningún caso tendrán la condición de entidades sin fines lucrativos, a efectos de esta Ley, aquellas entidades cuyo régimen jurídico permita, en los supuestos de extinción, la reversión de su patrimonio al aportante del mismo o a sus herederos o legatarios, salvo que la reversión esté prevista en favor de alguna entidad beneficiaria del mecenazgo a los efectos previstos en los artículos 16 a 25, ambos inclusive, de esta Ley.

7. Que estén inscritas en el registro correspondiente.

8. Que cumplan las obligaciones contables previstas en las normas por las que se rigen o, en su defecto, en el Código de Comercio y disposiciones complementarias.

9. Que cumplan las obligaciones de rendición de cuentas que establezca su legislación específica. En ausencia de previsión legal específica, deberán rendir cuentas antes de transcurridos seis meses desde el cierre de su ejercicio ante el organismo público encargado del registro correspondiente.

10. Que elaboren anualmente una memoria económica en la que se especifiquen los ingresos y gastos del ejercicio, de manera que puedan identificarse por categorías y por proyectos, así como el porcentaje de participación que mantengan en entidades mercantiles.

Las entidades que estén obligadas en virtud de la normativa contable que les sea de aplicación a la elaboración anual de una memoria deberán incluir en dicha memoria la información a que se refiere este número.

Reglamentariamente, se establecerán el contenido de esta memoria económica, su plazo de presentación y el órgano ante el que debe presentarse.

Artículo 4. Domicilio fiscal.

El domicilio fiscal de las entidades sin fines lucrativos será el del lugar de su domicilio estatutario, siempre que en él esté efectivamente centralizada la gestión administrativa y dirección de la entidad. En otro caso, dicho domicilio será el lugar en que se realice dicha gestión y dirección.

Si no pudiera establecerse el lugar del domicilio fiscal de acuerdo con los criterios anteriores, se considerará como tal el lugar donde radique el mayor valor del inmovilizado.

(…)

TÍTULO III. Incentivos fiscales al mecenazgo

CAPÍTULO I. Entidades beneficiarias

Artículo 16. Entidades beneficiarias del mecenazgo.

Los incentivos fiscales previstos en este Título serán aplicables a los donativos, donaciones y aportaciones que, cumpliendo los requisitos establecidos en este Título, se hagan en favor de las siguientes entidades:

a) Las entidades sin fines lucrativos a las que sea de aplicación el régimen fiscal establecido en el Título II de esta Ley.

b) El Estado, las Comunidades Autónomas y las Entidades Locales, así como los Organismos autónomos del Estado y las entidades autónomas de carácter análogo de las Comunidades Autónomas y de las Entidades Locales.

c) Las universidades públicas y los colegios mayores adscritos a las mismas.

d) El Instituto Cervantes, el Institut Ramon Llull y las demás instituciones con fines análogos de las Comunidades Autónomas con lengua oficial propia.

e) Los Organismos Públicos de Investigación dependientes de la Administración General del Estado.

CAPÍTULO II. Régimen fiscal de las donaciones y aportaciones

Artículo 17. Donativos, donaciones y aportaciones deducibles.

1. Darán derecho a practicar las deducciones previstas en este Título los siguientes donativos, donaciones y aportaciones irrevocables, puros y simples, realizados en favor de las entidades a las que se refiere el artículo anterior:

a) Donativos y donaciones dinerarios, de bienes o de derechos.

b) Cuotas de afiliación a asociaciones que no se correspondan con el derecho a percibir una prestación presente o futura.

c) La constitución de un derecho real de usufructo sobre bienes, derechos o valores, realizada sin contraprestación.

d) Donativos o donaciones de bienes que formen parte del Patrimonio Histórico Español, que estén inscritos en el Registro general de bienes de interés cultural o incluidos en el Inventario general a que se refiere la Ley 16/1985, de 25 de junio, del Patrimonio Histórico Español.

e) Donativos o donaciones de bienes culturales de calidad garantizada en favor de entidades que persigan entre sus fines la realización de actividades museísticas y el fomento y difusión del patrimonio histórico artístico.

2. En el caso de revocación de la donación por alguno de los supuestos contemplados en el Código Civil, el donante ingresará, en el período impositivo en el que dicha revocación se produzca, las cuotas correspondientes a las deducciones aplicadas, sin perjuicio de los intereses de demora que procedan.

Lo establecido en el párrafo anterior se aplicará en los supuestos a los que se refiere el apartado 2 del artículo 23 de la Ley Orgánica 1/2002, de 22 de marzo, Reguladora del Derecho de Asociación.

Artículo 18. Base de las deducciones por donativos, donaciones y aportaciones.

1. La base de las deducciones por donativos, donaciones y aportaciones realizados en favor de las entidades a las que se refiere el artículo 16 será:

a) En los donativos dinerarios, su importe.

b) En los donativos o donaciones de bienes o derechos, el valor contable que tuviesen en el momento de la transmisión y, en su defecto, el valor determinado conforme a las normas del Impuesto sobre el Patrimonio.

c) En la constitución de un derecho real de usufructo sobre bienes inmuebles, el importe anual que resulte de aplicar, en cada uno de los períodos impositivos de duración del usufructo, el 2 por 100 al valor catastral, determinándose proporcionalmente al número de días que corresponda en cada período impositivo.

d) En la constitución de un derecho real de usufructo sobre valores, el importe anual de los dividendos o intereses percibidos por el usufructuario en cada uno de los períodos impositivos de duración del usufructo.

e) En la constitución de un derecho real de usufructo sobre otros bienes y derechos, el importe anual resultante de aplicar el interés legal del dinero de cada ejercicio al valor del usufructo determinado en el momento de su constitución conforme a las normas del Impuesto sobre Transmisiones Patrimoniales y Actos Jurídicos Documentados.

f) En los donativos o donaciones de obras de arte de calidad garantizada y de los bienes que formen parte del Patrimonio Histórico Español a que se refieren los párrafos d) y e) del apartado 1 del artículo 17 de esta Ley, la valoración efectuada por la Junta de Calificación, Valoración y Exportación. En el caso de los bienes culturales que no formen parte del Patrimonio Histórico Español, la Junta valorará, asimismo, la suficiencia de la calidad de la obra.

2. El valor determinado de acuerdo con lo dispuesto en el apartado anterior tendrá como límite máximo el valor normal en el mercado del bien o derecho transmitido en el momento de su transmisión.

Artículo 19. Deducción de la cuota del Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas.

1. Los contribuyentes del Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas tendrán derecho a deducir de la cuota íntegra el resultado de aplicar a la base de la deducción correspondiente al conjunto de donativos, donaciones y aportaciones con derecho a deducción, determinada según lo dispuesto en el artículo 18 de esta Ley, la siguiente escala:

Base de deducción importe hasta	Porcentaje de deducción
150 euros	75
Resto base de deducción	30

Si en los dos períodos impositivos inmediatos anteriores se hubieran realizado donativos, donaciones o aportaciones con derecho a deducción en favor de una misma entidad por importe igual o superior, en cada uno de ellos, al del ejercicio anterior, el porcentaje de deducción aplicable a la base de la deducción en favor de esa misma entidad que exceda de 150 euros, será el 35 por ciento.

2. La base de esta deducción se computará a efectos del límite previsto en el apartado 1 del artículo 69 de la Ley 35/2006, de 28 de noviembre, del Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas y de modificación parcial de las leyes de los Impuestos sobre Sociedades, sobre la Renta de no Residentes y sobre el Patrimonio.

(Modificado con efectos desde 1 enero 2015 por disp. final 5.1.1 de Ley 27/2014, de 27 de noviembre)

Artículo 20. Deducción de la cuota del Impuesto sobre Sociedades.

1. Los sujetos pasivos del Impuesto sobre Sociedades tendrán derecho a deducir de la cuota íntegra, minorada en las deducciones y bonificaciones previstas en los capítulos II, III y IV del Título VI de la Ley 43/1995, de 27 de diciembre, del Impuesto sobre Sociedades, el 35 por 100 de la base de la deducción determinada según lo dispuesto en el artículo 18. Las cantidades correspondientes al período impositivo no deducidas podrán aplicarse en las liquidaciones de los períodos impositivos que concluyan en los 10 años inmediatos y sucesivos.

Si en los dos períodos impositivos inmediatos anteriores se hubieran realizado donativos, donaciones o aportaciones con derecho a deducción en favor de una misma entidad por importe igual o superior, en cada uno de ellos, al del período impositivo anterior, el porcentaje de deducción aplicable a la base de ladeducción en favor de esa misma entidad será el 40 por ciento2. La base de esta deducción no podrá exceder del 10 por 100 de la base imponible del período impositivo. Las cantidades que excedan de este límite se podrán aplicar en los períodos impositivos que concluyan en los diez años inmediatos y sucesivos.

(Ap. 1 párr. 2º añadido con efecto para los períodos impositivos que se inicien a partir de 1 enero 2015 por disp. final 5.2 de Ley 27/2014, de 27 de noviembre).

Artículo 21. Deducción de la cuota del Impuesto sobre la Renta de no residentes

1. Los contribuyentes del Impuesto sobre la Renta de no Residentes que operen en territorio español sin establecimiento permanente podrán aplicar la deducción establecida en el apartado 1 del artículo 19 de esta Ley en las declaraciones que por dicho impuesto presenten por hechos imponibles acaecidos en el plazo de un año desde la fecha del donativo, donación o aportación.

La base de esta deducción no podrá exceder del 10 por 100 de la base imponible del conjunto de las declaraciones presentadas en ese plazo.

2. Los contribuyentes del Impuesto sobre la Renta de no Residentes que operen en territorio español mediante establecimiento permanente podrán aplicar la deducción establecida en el artículo anterior.

Artículo 22. Actividades prioritarias de mecenazgo.

La Ley de Presupuestos Generales del Estado podrá establecer una relación de actividades prioritarias de mecenazgo en el ámbito de los fines de interés general citados en el número 1º del artículo 3 de esta Ley, así como las entidades beneficiarias, de acuerdo con su artículo 16.

En relación con dichas actividades y entidades, la *Ley de Presupuestos Generales del Estado* podrá elevar en cinco puntos porcentuales. Como máximo, los porcentajes y límites de las deducciones establecida en los artículos 19, 20 y 21 de esta Ley.

Artículo 23. Exención de las rentas derivadas de donativos, donaciones y aportaciones.

1. Estarán exentas del Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas, del Impuesto sobre Sociedades o del Impuesto sobre la Renta de no Residentes que grave la renta del donante o aportante las ganancias patrimoniales y las rentas positivas que se pongan de manifiesto con ocasión de los donativos, donaciones y aportaciones a que se refiere el artículo 17 de esta Ley.

2. Estarán exentos del Impuesto sobre el Incremento de Valor de los Terrenos de Naturaleza Urbana los incrementos que se pongan de manifiesto en las transmisiones de terrenos, o en la constitución o transmisión de derechos reales de goce limitativos del dominio, realizadas con ocasión de los donativos, donaciones y aportaciones a que se refiere el artículo 17 de esta Ley.

Artículo 24. Justificación de los donativos, donaciones y aportaciones deducibles

1.La efectividad de los donativos, donaciones y aportaciones deducibles se justificará mediante certificación expedida por la entidad beneficiaria, con los requisitos que se establezcan reglamentariamente.

2. La entidad beneficiaria deberá remitir a la Administración tributaria, en la forma y en los plazos que se establezcan reglamentariamente, la información sobre las certificaciones expedidas.

3. La certificación a la que se hace referencia en los apartados anteriores deberá contener, al menos, los siguientes extremos:
a) El número de identificación fiscal y los datos de identificación personal del donante y de la entidad donataria. b) Mención expresa de que la entidad donataria se encuentra incluida en las reguladas en el artículo 16 de esta ley.
c) Fecha e importe del donativo cuando éste sea dinerario.
d) Documento público u otro documento auténtico que acredite la entrega del bien donado cuando no se trate de donativos de dinero.
e) Destino que la entidad donataria dará al objeto donado en el cumplimiento de su finalidad específica.
f) Mención expresa del carácter irrevocable de la donación, sin perjuicio de lo establecido en las normas imperativas civiles que regulan la revocación de donaciones.

CAPÍTULO III. Régimen fiscal de otras formas de mecenazgo

Artículo 25. Convenios de colaboración empresarial en actividades de interés general.

1. Se entenderá por convenio de colaboración empresarial en actividades de interés general, a los efectos previstos en esta Ley, aquel por el cual las entidades a que se refiere el artículo 16, a cambio de una ayuda económica para la realización de las actividades que efectúen en cumplimiento del objeto o finalidad específica de la entidad, se comprometen por escrito a difundir, por cualquier medio, la participación del colaborador en dichas actividades.

La difusión de la participación del colaborador en el marco de los convenios de colaboración definidos en este artículo no constituye una prestación de servicios.

2. Las cantidades satisfechas o los gastos realizados tendrán la consideración de gastos deducibles para determinar la base imponible del Impuesto sobre Sociedades de la entidad colaboradora o del Impuesto sobre la Renta de no Residentes de los contribuyentes que operen en territorio español mediante establecimiento permanente o el rendimiento neto de la actividad económica de los contribuyentes acogidos al régimen de estimación directa del Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas.

3. El régimen fiscal aplicable a las cantidades satisfechas en cumplimiento de estos convenios de colaboración será incompatible con los demás incentivos fiscales previstos en esta Ley.

Artículo 26. Gastos en actividades de interés general.

1. Para la determinación de la base imponible del Impuesto sobre Sociedades, del Impuesto sobre la Renta de no Residentes de los contribuyentes que operen en territorio español mediante establecimiento permanente o del rendimiento neto de la actividad económica de los contribuyentes acogidos al régimen de estimación directa del Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas, tendrán la consideración de deducibles los gastos realizados para los fines de interés general a que se refiere el número 1º del artículo 3 de esta Ley.

2. La deducción de los gastos en actividades de interés general a que se refiere el apartado anterior será incompatible con los demás incentivos fiscales previstos en esta Ley.

Artículo 27. Programas de apoyo a acontecimientos de excepcional interés público.

1. Son programas de apoyo a acontecimientos de excepcional interés público el conjunto de incentivos fiscales específicos aplicables a las actuaciones que se realicen para asegurar el adecuado desarrollo de los acontecimientos que, en su caso, se determinen por Ley.

2. La Ley que apruebe cada uno de estos programas regulará, al menos, los siguientes extremos:

a) La duración del programa, que podrá ser de hasta tres años.

b) La creación de un consorcio o la designación de un órgano administrativo que se encargue de la ejecución del programa y que certifique la adecuación de los gastos e inversiones realizadas a los objetivos y planes del mismo.

En dicho consorcio u órgano estarán representadas, necesariamente, las Administraciones públicas interesadas en el acontecimiento y, en todo caso, el Ministerio de Hacienda.

Para la emisión de la certificación será necesario el voto favorable de la representación del Ministerio de Hacienda.

c) Las líneas básicas de las actuaciones que se vayan a organizar en apoyo del acontecimiento, sin perjuicio de su desarrollo posterior por el consorcio o por el órgano administrativo correspondiente en planes y programas de actividades específicas.

d) Los beneficios fiscales aplicables a las actuaciones a que se refiere el párrafo anterior, dentro de los límites del apartado siguiente.

3. Los beneficios fiscales establecidos en cada programa serán, como máximo, los siguientes:

Primero. Los sujetos pasivos del Impuesto sobre Sociedades, los contribuyentes del Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas que realicen actividades económicas en régimen de estimación directa y los contribuyentes del Impuesto sobre la Renta de no Residentes que operen en territorio español mediante establecimiento permanente podrán deducir de la cuota íntegra del impuesto el 15 por 100 de los gastos que, en cumplimiento de los planes y programas de actividades establecidos por el consorcio o por el órgano administrativo correspondiente, realicen en la propaganda y publicidad de proyección plurianual que sirvan directamente para la promoción del respectivo acontecimiento.

El importe de esta deducción no puede exceder del 90 por 100 de las donaciones efectuadas al consorcio, entidades de titularidad pública o entidades a que se refiere el artículo 2 de esta Ley, encargadas de la realización de programas y actividades relacionadas con el acontecimiento. De aplicarse esta deducción, dichas donaciones no podrán acogerse a cualquiera de los incentivos fiscales previstos en esta Ley.

Cuando el contenido del soporte publicitario se refiera de modo esencial a la divulgación del acontecimiento, la base de la deducción será el importe total del gasto realizado. En caso contrario, la base de la deducción será el 25 por 100 de dicho gasto.

Esta deducción se computará conjuntamente con las reguladas en el Capítulo IV del Título VI del Texto Refundido de la Ley del Impuesto sobre Sociedades, aprobado por el Real Decreto Legislativo 4/2004, de 5 de marzo, a los efectos establecidos en el artículo 44 del mismo.

Segundo. Los contribuyentes del Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas, los sujetos pasivos del Impuesto sobre Sociedades y los contribuyentes del Impuesto sobre la Renta de no Residentes que operen en territorio español mediante establecimiento permanente tendrán derecho a las deducciones previstas, respectivamente, en los artículos 19, 20 y 21 de esta Ley, por las donaciones y aportaciones que realicen a favor del consorcio que, en su caso, se cree con arreglo a lo establecido en el apartado anterior.

El régimen de mecenazgo prioritario previsto en el artículo 22 de esta Ley será de aplicación a los programas y actividades relacionados con el acontecimiento, siempre que sean aprobados por el consorcio u órgano administrativo encargado de su ejecución y se realicen por las entidades a que se refiere el artículo 2 de esta Ley o por el citado consorcio, elevándose en cinco puntos porcentuales los porcentajes y límites de las deducciones establecidas en los artículos 19, 20 y 21 de esta Ley.

Tercero. Las transmisiones sujetas al Impuesto sobre Transmisiones Patrimoniales y Actos Jurídicos Documentados tendrán una bonificación del 95 por 100 de la cuota cuando los bienes y derechos adquiridos se destinen, directa y exclusivamente, por el sujeto pasivo a la realización de inversiones con derecho a deducción a que se refiere el punto primero de este apartado.

Cuarto. Los sujetos pasivos del Impuesto sobre Actividades Económicas tendrán una bonificación del 95 por 100 en las cuotas y recargos correspondientes a las actividades de carácter artístico, cultural, científico o deportivo que hayan de tener lugar durante la celebración del respectivo acontecimiento y que se enmarquen en los planes y programas de actividades elaborados por el consorcio o por el órgano administrativo correspondiente (Comisión Técnica).

Quinto. Las empresas o entidades que desarrollen los objetivos del respectivo programa tendrán una bonificación del 95 por 100 en todos los impuestos y tasas locales que puedan recaer sobre las operaciones relacionadas exclusivamente con el desarrollo de dicho programa.

Sexto. A los efectos previstos en los números anteriores no será de aplicación lo dispuesto en el primer párrafo del apartado 2 del artículo 9 de la Ley 39/1988, de 28 de diciembre, Reguladora de las Haciendas Locales.

4. La Administración tributaria comprobará la concurrencia de las circunstancias o requisitos necesarios para la aplicación de los beneficios fiscales, practicando, en su caso, la regularización que resulte procedente.

5. Reglamentariamente, se establecerá el procedimiento para la aplicación de los beneficios fiscales previstos en los programas de apoyo a acontecimientos de excepcional interés público.

Disposición transitoria cuarta. Porcentajes de deducción en la cuota del Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas y del Impuesto sobre Sociedades

Durante el período impositivo 2015 el porcentaje de deducción para bases de deducción de hasta 150 euros a que se refiere el apartado 1 del artículo 19 de esta Ley, será del 50 por ciento, y el aplicable al resto de la base de la deducción, el 27,5 por ciento. Cuando resulte de aplicación lo dispuesto en el último párrafo de dicho apartado, el porcentaje de deducción a aplicar será el 32,5 por ciento.

En los períodos impositivos que se inicien en el año 2015, el porcentaje de deducción a que se refiere el segundo párrafo del apartado 1 del artículo 20 de esta Ley, será del 37,5 por ciento.

(Añadida con efectos desde 1 enero 2015 por disp. final 5.1.2 de Ley 27/2014, de 27 de noviembre. Hay que señalar que la Ley añade una disposición transitoria quinta y se entiende que añade una cuarta al no existir ésta).

Real decreto 1270/2003, de 10 octubre, por el que se aprueba el reglamento para la aplicación del régimen fiscal de las entidades sin fines lucrativos y de los incentivos fiscales al mecenazgo. (B.O.E. núm. 254, de 23 octubre)

De aplicación el Capítulo III del Reglamento: "Procedimiento para la aplicación de los beneficios fiscales previstos en los programas de apoyo a acontecimientos de excepcional interés público"

Reglamento para la aplicación del régimen fiscal de las entidades sin fines lucrativos y de los incentivos fiscales al mecenazgo

CAPÍTULO I. Procedimiento para la aplicación del régimen fiscal especial de las entidades sin fines lucrativos, memoria económica y acreditación del derecho a la exclusión de la obligación de retener e ingresar a cuenta

Artículo 1. Opción por la aplicación del régimen fiscal especial de las entidades sin fines lucrativos.

1. Para la aplicación del régimen fiscal especial previsto en el título II de la Ley 49/2002, de 23 de diciembre, de régimen fiscal de las entidades sin fines lucrativos y de los incentivos fiscales al mecenazgo, la entidad deberá comunicar a la Administración tributaria su opción por dicho régimen a través de la correspondiente declaración censal.

2. El régimen fiscal especial se aplicará al periodo impositivo que finalice con posterioridad a la fecha de presentación de la declaración censal en que se contenga la opción y a los sucesivos, en tanto que la entidad no renuncie al régimen.

La renuncia producirá efectos a partir del periodo impositivo que se inicie con posterioridad a su presentación, que deberá efectuarse con al menos un mes de antelación al inicio de aquél mediante la correspondiente declaración censal.

3. En relación con los impuestos que no tienen periodo impositivo, el régimen fiscal especial se aplicará a los hechos imponibles producidos durante los períodos impositivos a que se refiere el primer párrafo del apartado anterior y la renuncia surtirá efectos respecto a los hechos imponibles producidos a partir del inicio del período impositivo a que se refiere el segundo párrafo del citado apartado.

4. La aplicación del régimen especial quedará condicionada, para cada período impositivo, al cumplimiento, durante cada uno de ellos, de las condiciones y requisitos previstos en el artículo 3 de la Ley 49/2002.

Artículo 2. Aplicación del régimen fiscal especial a efectos de los tributos locales.

1. A efectos de lo dispuesto en el apartado 4 del artículo 15 de la Ley 49/2002, las entidades sin fines lucrativos deberán comunicar el ejercicio de la opción regulada en el artículo 1 de este reglamento.

2. En relación con la exención en el Impuesto sobre Bienes Inmuebles y en el Impuesto sobre el Incremento de Valor de los Terrenos de Naturaleza Urbana, la comunicación a que se refiere el apartado 1 deberá dirigirse al ayuntamiento competente por razón de la localización del bien inmueble de que se trate.

3. En relación con la exención en el Impuesto sobre Actividades Eco- nómicas, la comunicación a que se refiere el apartado 1 se entenderá realizada con la presentación de la declaración censal a que se refiere el artículo 1 de este reglamento.

4. En el supuesto de que las entidades sin fines lucrativos renuncien a la aplicación del régimen fiscal especial, deberán comunicar tal circunstancia a la entidad competente a que se refiere el apartado 2.

En el caso del Impuesto sobre Actividades Económicas, la comunicación de la renuncia se entenderá realizada con la presentación de la declaración censal a que se refiere el párrafo segundo del artículo 1.2 de este reglamento.

5. Los sujetos pasivos que, teniendo derecho a la aplicación del régimen fiscal especial en relación con los tributos locales, hubieran satisfecho las deudas correspondientes a éstos tendrán derecho a la devolución de las cantidades ingresadas.

Artículo 3. Memoria económica.

1. La memoria económica que, en cumplimiento de lo establecido en la Ley 49/2002, deban elaborar las entidades sin fines lucrativos, contendrá la siguiente información:

a) Identificación de las rentas exentas y no exentas del Impuesto sobre Sociedades señalando el correspondiente número y letra de los artículos 6 y 7 de la Ley 49/2002 que ampare la exención con indicación de los ingresos y gastos de cada una de ellas. También deberán indicarse los cálculos y criterios utilizados para determinar la distribución de los gastos entre las distintas rentas obtenidas por la entidad.

b) Identificación de los ingresos, gastos e inversiones correspondientes a cada proyecto o actividad realizado por la entidad para el cumplimiento de sus fines estatutarios o de su objeto. Los gastos de cada proyecto se clasificarán por categorías, tales como gastos de personal, gastos por servicios exteriores o compras de material.

c) Especificación y forma de cálculo de las rentas e ingresos a que se refiere el artículo 3.2.º de la Ley 49/2002, así como descripción del destino o de la aplicación dado a las mismas.

d) Retribuciones, dinerarias o en especie, satisfechas por la entidad a sus patronos, representantes o miembros del órgano de gobierno, tanto en concepto de reembolso por los gastos que les haya ocasionado el desempeño de su función, como en concepto de remuneración por los servicios prestados a la entidad distintos de los propios de sus funciones.

e) Porcentaje de participación que posea la entidad en sociedades mercantiles, incluyendo la identificación de la entidad, su denominación social y su número de identificación fiscal.

f) Retribuciones percibidas por los administradores que representen a la entidad en las sociedades mercantiles en que participe, con indicación de las cantidades que hayan sido objeto de reintegro.

g) Convenios de colaboración empresarial en actividades de interés general suscritos por la entidad, identificando al colaborador que participe en ellos con indicación de las cantidades recibidas.

h) Indicación de las actividades prioritarias de mecenazgo que, en su caso, desarrolle la entidad.

i) Indicación de la previsión estatutaria relativa al destino del patrimonio de la entidad en caso de disolución y, en el caso de que la disolución haya tenido lugar en el ejercicio, del destino dado a dicho patrimonio.

2. La memoria económica deberá presentarse ante la Dependencia de Gestión Tributaria de la Delegación de la Agencia Estatal de Administración Tributaria del domicilio fiscal de la entidad o en la Dependencia Regional de Inspección u Oficina Nacional de Inspección, si estuvieran adscritas a éstas, dentro del plazo de siete meses desde la fecha de cierre del ejercicio.

No obstante, las entidades cuyo volumen total de ingresos del período impositivo no supere los 20.000 euros y no participen en sociedades mercantiles no vendrán obligadas a la presentación de la memoria económica, sin perjuicio de la obligación de estas entidades de elaborar dicha memoria económica.

3. Las entidades que, en virtud de su normativa contable, estén obligadas a la elaboración anual de la memoria podrán cumplir lo dispuesto en este artículo mediante la inclusión en dicha memoria de la información a que se refiere el apartado 1.

En estos casos, a los únicos efectos del cumplimiento de lo dispuesto en la Ley 49/2002 en relación con la memoria económica, el lugar y plazo de presentación, así como los supuestos de exclusión de la obligación de su presentación ante la Administración tributaria, serán los establecidos en el apartado 2.

Artículo 4. Acreditación a efectos de la exclusión de la obligación de retener o ingresar a cuenta respecto de las rentas exentas percibidas por las entidades sin fines lucrativos.

La acreditación de las entidades sin fines de lucro a efectos de la exclusión de la obligación de retener o ingresar a cuenta a que se refiere el artículo 12 de la Ley 49/2002 se efectuará mediante certificado expedido por el órgano competente de la Agencia Estatal de Administración Tributaria, en el que conste que la entidad ha comunicado a la Administración tributaria la opción por la aplicación del régimen fiscal especial regulado en el título II de la mencionada ley y que no ha renunciado a éste.

Este certificado hará constar su período de vigencia, que se extenderá desde la fecha de su emisión hasta la finalización del período impositivo en curso del solicitante.

Artículo 5. Retribuciones de los administradores nombrados en representación de las entidades sin fines lucrativos.

A efectos de la exclusión de la obligación de retener a que se refiere el último párrafo del artículo 3.5º de la Ley 49/2002, corresponderá al pagador acreditar que las retribuciones de los administradores han sido percibidas por la entidad sin fines lucrativos a la que éstos representen.

CAPÍTULO II. Procedimiento para la aplicación de los incentivos fiscales al mecenazgo

Artículo 6. Certificación y declaración informativa de los donativos, do- naciones y aportaciones recibidas.

1. La certificación a la que se hace referencia en el artículo 24 de la Ley 49/2002 deberá contener la siguiente información:

a) El número de identificación fiscal y los datos de identificación personal del donante y de la entidad donataria. b) Mención expresa de que la entidad donataria se encuentra incluida entre las entidades beneficiarias de mecenazgo de acuerdo con lo establecido en la Ley 49/2002.
c) Fecha e importe del donativo cuando éste sea dinerario.
d) Documento público u otro documento auténtico que acredite la entrega del bien donado cuando no se trate de donativos en dinero.
e) Destino que la entidad donataria dará al objeto donado en el cumplimiento de su finalidad específica.
f) Mención expresa del carácter irrevocable de la donación, sin perjuicio de lo establecido en las normas imperativas civiles que regulan la revocación de donaciones.

2. A efectos de lo dispuesto en el artículo 24.2 de la Ley 49/2002, la entidad beneficiaria deberá remitir a la Administración tributaria una declaración informativa sobre las certificaciones emitidas de los donativos, donaciones y aportaciones deducibles percibidos durante cada año natural, en la que, además de sus datos de identificación, deberá constar la siguiente información referida a los donantes y aportantes:

a) Nombre y apellidos, razón o denominación social.

b) Número de identificación fiscal.

c) Importe del donativo o aportación. En caso de que estos sean en especie, valoración de lo donado o aportado.

d) Referencia a si el donativo o la aportación se perciben para las actividades prioritarias de mecenazgo que se señalen por Ley de Presupuestos Generales del Estado.

e) Información sobre las revocaciones de donativos y aportaciones que, en su caso, se hayan producido en el año natural.

f) Indicación de si el donativo o aportación da derecho a la aplicación de alguna de las deducciones aprobadas por las comunidades autónomas.

La presentación de esta declaración informativa se realizará en el mes de enero de cada año, en relación con los donativos percibidos en el año inmediato anterior.

Esta declaración informativa se efectuará en la forma y lugar que determine el Ministro de Hacienda, quien podrá establecer los su- puestos en que deberá presentarse en soporte directamente legible por ordenador o por medios telemáticos.

CAPÍTULO III. Procedimiento para la aplicación de los beneficios fiscales previstos en los programas de apoyo a acontecimientos de excepcional interés público

Artículo 7. Contenido y ámbito de aplicación.

1. La aplicación de los beneficios fiscales, a efectos de lo previsto en el artículo 27 de la Ley 49/2002, estará sujeta, en todo caso, a la ley específica por la que se apruebe el programa de apoyo al acontecimiento de excepcional interés público correspondiente.

2. La aplicación de los beneficios fiscales requerirá el reconocimiento previo de la Administración tributaria conforme al procedimiento regulado en este capítulo.

3. La Administración tributaria podrá comprobar el cumplimiento de los requisitos necesarios para la aplicación de los beneficios fiscales a que se refiere este capítulo y practicar, en su caso, la regularización que resulte procedente.

Artículo 8. Requisitos de los gastos, actividades u operaciones con derecho a deducción o bonificación.

1. A efectos de la aplicación de los incentivos fiscales previstos en el apartado primero del artículo 27.3 de la Ley 49/2002, se considerará que los gastos de propaganda y publicidad de proyección plurianual cumplen los requisitos señalados en dicho apartado cuando obtengan la certificación acreditativa a que se refiere el artículo 10 de este Reglamento y reúnan las siguientes condiciones:

a) Que consistan en:

1º La producción y edición de material gráfico o audiovisual de promoción o información, consistente en folletos, carteles, guías, vídeos, soportes audiovisuales u otros objetos, siempre que sean de distribución gratuita y sirvan de soporte publicitario del acontecimiento.

2º La instalación o montaje de pabellones específicos, en ferias nacionales e internacionales, en los que se promocione turísticamente el acontecimiento.

3º Larealización de campañas de publicidad del Acontecimiento, tanto de carácter nacional como internacional.

4º La cesión por los medios de comunicación de espacios gratuitos para la inserción por el consorcio o por el órgano administrativo correspondiente (Comisión Técnica) de anuncios dedicados a la promoción del acontecimiento.

b) Que sirvan directamente para la promoción del acontecimiento porque su contenido favorezca a la divulgación de su celebración

La base de la deducción será el importe total del gasto realizado cuando el contenido del soporte publicitario se refiera de modo esencial a la divulgación de la celebración del acontecimiento. En caso contrario, la base de la deducción será el 25 por ciento del gasto realizado.

2. A efectos de la bonificación en el Impuesto sobre Actividades Eco- nómicas prevista en el apartado cuarto del artículo 27.3 de la Ley 49/2002, se entenderá que las actividades de carácter artístico, cultural, científico o deportivo que pueden ser objeto de la bonificación son las comprendidas dentro de la programación oficial del acontecimiento que determinen la necesidad de causar alta y tributar por el epígrafe o grupo correspondiente de las tarifas del impuesto, de modo adicional y con independencia de la tributación por el Impuesto sobre Actividades Económicas que correspondiera hasta ese momento a la persona o entidad solicitante del beneficio fiscal.

3. A efectos de la bonificación en los impuestos y tasas locales prevista en el apartado quinto del artículo 27.3 de la Ley 49/2002, se entenderá que la operación respecto a la que se solicita el beneficio fiscal está relacionada exclusivamente con el desarrollo del respectivo programa cuando se refiera únicamente a actos de promoción y desarrollo de la programación oficial del acontecimiento.

Entre los tributos a que se refiere el mencionado apartado no se entenderán comprendidos el Impuesto sobre Bienes Inmuebles, el Impuesto sobre Vehículos de Tracción Mecánica y otros que no recaigan sobre las operaciones realizadas.

Artículo 9. Procedimiento para el reconocimiento de los beneficios fiscales por la Administración tributaria.

1. El reconocimiento previo del derecho de los sujetos pasivos a la aplicación de las deducciones previstas en el Impuesto sobre Sociedades, en el Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas

y en el Impuesto sobre la Renta de no Residentes se efectuará por el órgano competente de la Agencia Estatal de Administración Tributaria, previa solicitud del interesado.

La solicitud habrá de presentarse al menos 45 días naturales antes del inicio del plazo reglamentario de declaración- liquidación correspondiente al período impositivo en que haya de surtir efectos el beneficio fiscal cuyo reconocimiento se solicita. A dicha solicitud deberá adjuntarse la certificación expedida por el consorcio o por el órgano administrativo correspondiente (Comisión Técnica) que acredite que los gastos con derecho a deducción a los que la solicitud se refiere se han realizado en cumplimiento de sus planes y programas de actividades.

El plazo máximo en que debe notificarse la resolución expresa del órgano competente en este procedimiento será de 30 días naturales desde la fecha en que la solicitud haya tenido entrada en el registro de dicho órgano competente. El cómputo de dicho plazo se suspenderá cuando se requiera al interesado que complete la documentación presentada, por el tiempo que medie entre la notificación del requerimiento y la presentación de la documentación requerida.

Transcurrido el plazo a que se refiere el párrafo anterior sin que el interesado haya recibido notificación administrativa acerca de su solicitud, se entenderá otorgado el reconocimiento.

2. El reconocimiento previo del derecho de los sujetos pasivos del Impuesto sobre Actividades Económicas a la bonificación prevista en dicho impuesto se efectuará, previa solicitud del interesado, por el ayuntamiento del municipio que corresponda o, en su caso, por la entidad que tenga asumida la gestión tributaria del impuesto, a través del procedimiento previsto en el artículo 9 del Real Decreto 243/1995, de 17 de febrero, por el que se dictan normas para la gestión del Impuesto sobre Actividades Económicas y se regula la delegación de competencias en materia de gestión censal de dicho impuesto.

A la solicitud de dicho reconocimiento previo deberá adjuntarse certificación expedida por el consorcio o por el órgano administrativo correspondiente (Comisión Técnica) que acredite que las actividades de carácter artístico, cultural, científico o deportivo que hayan de tener lugar durante la celebración del respectivo acontecimiento se enmarcan en sus planes y programas de actividades.

3. Para la aplicación de las bonificaciones previstas en otros impuestos y tasas locales, los sujetos pasivos deberán presentar una solicitud ante la entidad que tenga asumida la gestión de los respectivos tributos, a la que unirán la certificación acreditativa del cumplimiento del requisito exigido en el apartado 3 del artículo 8 de este reglamento, expedida por el consorcio o por el órgano administrativo correspondiente (Comisión Técnica).

4. El plazo máximo en que debe notificarse la resolución expresa del órgano competente en los procedimientos previstos en los apartados 2 y 3 de este artículo será de dos meses desde la fecha en que la solicitud haya tenido entrada en el registro del órgano competente para resolver. El cómputo de dicho plazo se suspenderá cuando se requiera al interesado que complete la documentación presentada, por el tiempo que medie entre la notificación del requerimiento y la presentación de la documentación requerida.

Transcurrido el plazo a que se refiere el párrafo anterior sin que el interesado haya recibido notificación administrativa acerca de su solicitud, se entenderá otorgado el reconocimiento previo.

5. El órgano que, según lo establecido en los apartados anteriores, sea competente para el reconocimiento del beneficio fiscal podrá requerir al consorcio u órgano administrativo correspondiente (Comisión Técnica), o al solicitante, la aportación de la documentación a que se refiere el apartado 1 del artículo 10 de este reglamento, con el fin de comprobar la concurrencia de los requisitos exigidos para la aplicación del beneficio fiscal cuyo reconocimiento se solicita.

Artículo 10. Certificaciones del consorcio o del órgano administrativo correspondiente (Comisión Técnica).

1. Para la obtención de las certificaciones a que se refiere este capítulo, los interesados deberán presentar una solicitud ante el consorcio o el órgano administrativo correspondiente (Comisión Técnica), a la que adjuntarán la documentación relativa a las características y finalidad del gasto realizado o de la actividad que se proyecta, así como el presupuesto, forma y plazos para su realización.
El plazo para la presentación de las solicitudes de expedición de certificaciones terminará 15 días después de la finalización del acontecimiento respectivo.
2. El consorcio o el órgano administrativo correspondiente (Comisión Técnica) emitirá, si procede, las certificaciones solicitadas según lo establecido en el apartado anterior, en las que se hará constar, al menos, lo siguiente:
a) Nombre y apellidos, o denominación social, y número de identificación fiscal del solicitante.
b) Domicilio fiscal.
c) Descripción de la actividad o gasto, e importe total del mismo.
d) Confirmación de que la actividad se enmarca o el gasto se ha realizado en cumplimiento de los planes y programas de actividades del consorcio o del órgano administrativo correspondiente (Comisión Técnica) para la celebración del acontecimiento respectivo.

e) En el caso de gastos de propaganda y publicidad, calificación de esencial o no del contenido del soporte a efectos del cálculo de la base de deducción.
f) Mención del precepto legal en el que se establecen los incentivos fiscales para los gastos o actividades a que se refiere la certificación.

3. El plazo máximo en que deben notificarse las certificaciones a que se refiere este artículo será de dos meses desde la fecha en que la correspondiente solicitud haya tenido entrada en el registro del órgano competente para resolver.

Si en dicho plazo no se hubiera recibido requerimiento o notificación administrativa sobre la solicitud, se entenderá cumplido el requisito a que se refiere este artículo, pudiendo el interesado solicitar a la Administración tributaria el reconocimiento del beneficio fiscal, según lo dispuesto en el artículo anterior, aportando copia sellada de la solicitud.

Artículo 11. Remisión de las certificaciones expedidas por el consorcio o el órgano administrativo (Comisión Técnica).

El consorcio o el órgano administrativo correspondiente (Comisión Técnica) remitirá al Departamento de Gestión Tributaria de la Agencia Estatal de Administración Tributaria, en los meses de enero, abril, julio y octubre, copia de las certificaciones emitidas en el trimestre anterior conforme a lo previsto en este reglamento, para su ulterior remisión a los correspondientes órganos de gestión.
Si el consorcio o el órgano administrativo correspondiente (Comisión Técnica) no hubiera emitido la certificación solicitada según lo establecido en el artículo anterior, deberá remitir copia de la solicitud presentada por el interesado.

Artículo 12. Aplicación del régimen de mecenazgo prioritario.

1. A efectos de lo dispuesto en el apartado segundo del artículo 27.3 de la Ley 49/2002, las entidades o instituciones beneficiarias del mecenazgo prioritario deberán obtener la correspondiente certificación del consorcio u órgano administrativo correspondiente (Comisión Técnica) según lo dispuesto en el artículo 10 de este reglamento, en la que se certifique que la actividad realizada se enmarca dentro de los planes y programas aprobados por dicho consorcio u órgano administrativo correspondiente (Comisión Técnica).

2. Las entidades e instituciones a las que se refiere el apartado anterior expedirán, en favor de los aportantes, las certificaciones justificativas previstas en el artículo 24 de la Ley 49/2002 y remitirán al consorcio u órgano administrativo correspondiente (Comisión Técnica), dentro de los dos meses siguientes a la finalización de cada ejercicio, una relación de las actividades financiadas con cargo a dichas aportaciones, así como copia de las certificaciones expedidas.

3. El consorcio u órgano administrativo correspondiente (Comisión Técnica) remitirá copia de las certificaciones recibidas, dentro de los dos meses siguientes a su recepción, al Departamento de Gestión Tributaria de la Agencia Estatal de Administración Tributaria.