MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA Y DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS

(Manual de aplicación de los beneficios fiscales previstos en el apartado primero del artículo 27.3 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, correspondientes a los gastos de propaganda y publicidad de proyección plurianual, que sirvan para la promoción del acontecimiento)

PROGRAMA
"DEPORTE INCLUSIVO"

DEPORTE INCLUSIVO

Manual aprobado con fecha 12 de abril de 2019 por el órgano administrativo gestor del Programa

Para cualquier duda sobre especificaciones técnicas de la aplicación del logotipo del acontecimiento y uso de sus frases, pueden ponerse en contacto con Fundación Deporte Joven (fdj@fdj.csd.gob.es); para otras dudas sobre este manual, pueden ponerse en contacto con inspeccion@csd.gob.es o con natividad.frontela@csd.gob.es

Índice

página

1. INTRODUCCIÓN 5
2. MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA 6
3. MANUAL DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS 21
I. NORMATIVA APLICABLE 22
II. CÁLCULO DE LA BASE DE LA DEDUCCIÓN FISCAL 24
1. Reglas para determinar el contenido publicitario del soporte utilizado 25
2. Reglas para cuantificar el contenido del soporte utilizado 27
3. Reglas para determinar la base de la deducción (publicidad esencial y no esencial) 28
III. SOPORTES : 29
1. SOPORTES CUYA ÚNICA FINALIDAD ES LA PUBLICIDAD DEL COLABORADOR Y DEL ACONTECIMIENTO 30
- Televisión y cine 31
- Prensa y revistas 32
- Radio y "podcast" de audio 33
- Folletos y catálogos 34
- Encartes, "mailings" y "e-mailings" 35
- Soportes de publicidad exterior (I): Vallas, "mupis /opis", marquesinas, cabinas y video pantallas 36
- Soportes de publicidad exterior (II): Banderolas, cartelería, vinilos, escaparates y lonas 37
- Stands en ferias y eventos deportivos 38
- Puntos de información 39
- Merchandising 40
- Marketing directo 41
- Productos promocionales fabricados exclusivamente para la difusión del acontecimiento 42
- Productos promocionales de distribución empresarial 43
- Soportes publicitarios digitales, páginas web, dispositivos móviles, aplicaciones para móviles y tabletas (APPS), redes sociales 44

Índice

página

2. SOPORTES CUYA FINALIDAD PRINCIPAL ES DISTINTA A LA PUBLICITARIA 46
- Furgonetas, turismos, autobuses, camiones, grúas, vehículos articulados y otros vehículos de carga y transporte 47
- Grúas de construcción 48
- Globos aerostáticos y otros soportes similares 49
- Máquinas expendedoras, botelleros, vitrinas, neveras y refrigeradoras 50
- Call Center 51
- Displays y puntos lectores de venta 52
- Web del colaborador 53
- Uniformes y equipaciones deportivas 54
- Cajeros automáticos 55
- Embalajes varios (packaging, cajas, bolsas, materiales de construcción, palés, etc.) 56
- Latas, botellas y botellines 59
- Envases alimentarios y tetrabriks 60
- Bolsas contenedoras 61
- Soportes de divulgación corporativa (I): piezas de papelería 62
- Soportes de divulgación corporativa (II): facturas y extractos bancarios de uso externo 63

IV. PROCEDIMIENTO PARA LA SOLICITUD DE CERTIFICACIÓN ACREDITATIVA Y RECONOCIMIENTO DE LOS BENEFICIOS FISCALES 64

1. Introducción 64
2. Beneficios fiscales aplicables a las empresas 64
    1. Deducciones fiscales por gastos de publicidad y propaganda asociados al acontecimiento 65
    2. Deducciones fiscales por mecenazgo prioritario 70
3. Procedimiento que ha de seguir la Fundación Deporte Joven como entidad receptora de las donaciones o aportaciones para la aplicación de los beneficios fiscales 72

Índice

página

V. ANEXOS 74
Anexo 1. Programa de desarrollo de los objetivos, planes y actividades aplicables a la celebración de "Deporte Inclusivo" 75
Anexo 2. Modelo de solicitud de inclusión del proyecto en el Programa de Desarrollo del Acontecimiento 78
Anexo 3. Modelo de solicitud de Certificación acreditativa de la adecuación de los gastos de publicidad y propaganda realizados a los objetivos y planes 83
Anexo 4. Modelo de Declaración responsable 86
Anexo 5. Modelos de Relación de facturas (Publicidad esencial y no esencial) (con prorrata en IVA o no) 120
Anexo 6. Modelo de certificación genérico que emite el Órgano Administrativo 124
Anexo 7. Modelo para que las empresas soliciten el reconocimiento previo de los beneficios fiscales a la AEAT 127
Anexo 8. Normativa: 129
1. Artículo 27 de la Ley 49/2002, de régimen fiscal de las entidades sin fines lucrativos e incentivos fiscales al mecenazgo... 130
2. Capítulo III del Real Decreto 1270/2003, por el que se aprueba el Reglamento para la aplicación del régimen fiscal de las entidades sin fines lucrativos e incentivos fiscales al mecenazgo..... 133

1. INTRODUCCIÓN

El presente Manual recoge todos los soportes aprobados por la Resolución de 25 de enero de 2018, de la Dirección General de Tributos, por la que se aprueba el Manual de aplicación de los beneficios fiscales previstos en el apartado primero del artículo 27.3 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, correspondientes a los gastos de propaganda y publicidad de proyección plurianual, que sirvan para la promoción de los acontecimientos de excepcional interés público.

Si en el desarrollo del programa de apoyo, surgiese cualquier otro soporte no incluido en este Manual, se someterá a la valoración del órgano administrativo su carácter publicitario, su cuantificación y su consideración de esencial previa consulta tributaria o petición de informe a la Dirección General de Tributos

El presente MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA Y DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS tiene por objeto:

- Determinar los estándares de utilización de los logotipos y/o imagen del acontecimiento de excepcional interés público Programa "Deporte Inclusivo“.
- Establecer los criterios para la cuantificación de los diferentes beneficios fiscales que prevé la normativa actual con el fin de apoyar el adecuado desarrollo del acontecimiento.
- Establecer los soportes publicitarios para su divulgación y la base de deducción de los mismos, las modalidades de gastos de publicidad de los medios de comunicación colaboradores del acontecimiento, y la definición de los planes y programas de actuación que se realicen en el marco del Plan.
- Definir el procedimiento de reconocimiento de los beneficios fiscales.
- Definir los modelos de documentación a aportar por las empresas colaboradoras y establecer la normativa aplicable a este procedimiento.

2. MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA

DEPORTE
INCLUSIVO

2. MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA

Sobre el manual de identidad corporativa

Este manual reúne las herramientas básicas para el correcto uso y aplicación gráfica de la marca Deporte Inclusivo en todas sus posibles expresiones.

Las imprentas, agencias de publicidad y toda persona que deba reproducir las marcas aquí codificadas, deberán recibir SIEMPRE una copia de las mismas en formato vectorial digital, acompañadas SIEMPRE por este manual. Nunca use el logotipo escaneado de una copia impresa en papel u otro medio.

Cumplir con los puntos pautados en este manual garantizará la reproducción precisa y homogénea de la marca, asegurando el mayor impacto visual de la misma.

Es un trabajo de equipo, en el que todos participamos para hacer de ésta una gran marca.

DEPORTE
INCLUSIVO

2. MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA

Concepto

Tomamos la idea de deporte como un ámbito de Inclusión y contención. De esta manera planteamos un diseño abstracto y simple.

La forma principal se presenta como una D mayúscula con un trazo vivo y dinámico. Un segundo elemento, representa a los diferentes atletas en busca de un lugar propicio para realizar sus actividades.

La unión de los dos elementos nos propone la inclusión del segundo por el primero. El deporte cumple la función protectora, brindando un espacio acogedor para los atletas.

Así obtenemos una propuesta pregnante y simple, fácilmente reconocible y reproducible en variados formatos.

Diseño de la marca

2. MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA

Marca básica

DEPORTE
INCLUSIVO

2. MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA

Usos alternativos

2. MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA

Colores & Tipografías

80% de negro

Pantone Blue 332U
C:55 M:00 Y:28 K:0
R:122 G:199 B:195
HEX #7AC7C3

50% de negro

Pantone 389 U
C:33 M:0 Y:100 K:0
R:193 G:209 B:0
HEX #C1D100

BEBAS NEUE LIGHT
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
1234567890

BEBAS NEUE LIGHT
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
1234567890

2. MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA

Composición de la marca

símbolo leyenda

símbolo

leyenda

2. MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA

Grilla constructiva

2. MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA

Distancia de reserva

2. MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA

Implementación color

2. MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA

Implementación escala de grises

2. MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA

Implementación en negativo

2. MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA

Implementación negro

2. MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA

Implementación monocromática

2. MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA

Variantes no contempladas

Aunque las posibilidades de la informática en lo gráfico han crecido últimamente a pasos agigantados, permitiendo “mejorar” el logotipo mediante sombreados, transformaciones y toda clase de “plugins”, por favor RESISTASE A ESA TENTACIÓN.

No combine el logotipo con elementos adyacentes ni efectúe ninguna transformación que corrompa su esencia original. Nunca use el logotipo escaneado de una copia impresa en papel u otro medio.

IMPORTANTE: Las imprentas, agencias de publicidad y toda persona que deba reproducir las marcas aquí codificadas, deberán recibir SIEMPRE una copia de las mismas en formato vectorial digital, acompañadas SIEMPRE por este manual.

Cumplir con los puntos pautados en este manual garantizará la reproducción precisa y homogénea de la marca, asegurando el mayor impacto visual de la misma.

Ante la duda en implementación de ésta o cualquiera de nuestras marcas, no deje de contactarnos a través de:

FUNDACIÓN DEPORTE JOVEN
fdj@fdj.csd.gob.es

Colores incorrectos

Fondos que distraigan la atención

Perspectivas

Sombras

Tipografías fuera de manual

Deformaciones

3. MANUAL DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS

DEPORTE
INCLUSIVO

3. MANUAL DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS

I. Normativa Aplicable

La Ley 49/2002, de 23 de diciembre, de régimen fiscal de las entidades sin fines lucrativos y de los incentivos fiscales al mecenazgo, define en el articulo 27.1 los programas de apoyo a acontecimientos de excepcional interés público como 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.

Por su parte, el artículo 27.3 de la citada Ley establece los beneficios fiscales máximos aplicables en relación con los gastos de propaganda y publicidad de proyección plurianual que, en cumplimiento de los planes y programas establecidos por el Órgano Administrativo correspondiente, se realicen para la promoción de los acontecimientos de excepcional interés público.

La disposición adicional octogésima novena de la Ley 6/2018, de 3 de julio, de Presupuestos Generales del Estado para el año 2018, sobre los beneficios fiscales aplicables al Programa “Deporte Inclusivo”, establece que:

1. El Programa “Deporte Inclusivo” tendrá 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.
2. La duración del programa de apoyo será desde el 1 de julio de 2018 hasta el 30 de junio de 2021.
3. 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.
4. 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 de conformidad con lo dispuesto en la citada Ley 49/2002.
5. Los beneficios fiscales de este Programa serán los máximos establecidos en el artículo 27.3 de la Ley 49/2002.

I. Normativa Aplicable

El Reglamento de régimen fiscal de entidades sin fines lucrativos, aprobado a través del Real Decreto 1270/2003 de 10 de octubre, según la redacción dada por la disposición final segunda. uno del Real Decreto 1804/2008 de 3 de noviembre, con efectos para los periodos impositivos que se hayan iniciado a partir de 1 de enero de 2007, establece en el artículo 8.1 las condiciones que deben reunir los gastos de propaganda y publicidad de proyección plurianual para que, a efectos de la aplicación de los incentivos fiscales a que se refiere el artículo 27.3 de la Ley, pueda entenderse que se realizan en cumplimiento de los programas para la promoción del acontecimiento de excepcional interés público.

Estas condiciones son:

a) Contar con la certificación del Órgano Administrativo que:

1º- Confirme que los gastos se han realizado en cumplimiento de los planes y programas de actividades para la celebración del acontecimiento.

2º- Califique, para los casos de gastos de propaganda y publicidad de proyección plurianual, el contenido del soporte como esencial o no esencial a efectos del cálculo de la base de la deducción que en su caso proceda.

b) Que los gastos 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.

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

3.º- La realización de campañas de publicidad del acontecimiento, tanto de carácter nacional como internacional.

4.º- La cesión por los medios de comunicación de espacios gratuitos para la inserción por el Órgano Administrativo correspondiente de anuncios dedicados a la promoción del acontecimiento.

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

II. Cálculo de la base de la deducción fiscal

Para los gastos que reúnen las condiciones establecidas en el artículo 8.1 del Reglamento, el cálculo de la base de la deducción responde a una secuencia de tres fases:

1. Determinar el contenido publicitario dentro de cada soporte utilizado por el colaborador, es decir, hacer una calificación previa que determinará que se distinga entre:
    - Soportes cuya única finalidad es la publicidad del colaborador y del acontecimiento.
    - Soportes cuya finalidad principal es distinta de la publicitaria.

2. Cuantificar o valorar el contenido publicitario del soporte utilizado, lo que dará lugar al concepto de gasto publicitario, es decir, valorar en términos económicos el contenido publicitario de cada uno de los tipos de soportes del apartado anterior en función de:
    - Si los soportes utilizados forman parte de los medios de producción de los colaboradores .
    - Si los soportes son contratados por el colaborador con un tercero.

3. Determinar el grado de cumplimiento del requisito de esencialidad en función del cual la base de deducción podrá ser el total del gasto (contenido esencial) o sólo el 25% (contenido no esencial).

De la cuota íntegra del impuesto, por el que tribute el obligado tributario, se deducirá el 15% de la base de deducción calculada siguiendo la secuencia de los pasos descritos, teniendo en cuenta que el importe de dicha deducción no puede exceder del 90 por 100 de las donaciones efectuadas a la Fundación Deporte Joven, entidad a que se refiere el artículo segundo de la Ley 49/2002, encargada de la realización de los 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.

A continuación se desarrollan cada una de estas fases.

II. Cálculo de la base de la deducción fiscal

1. Reglas para determinar el contenido publicitario del soporte utilizado

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.

El gasto en publicidad y propaganda de carácter plurianual puede ser identificado dentro de cualquier tipo de gasto efectuado por el colaborador en su estrategia de difusión del acontecimiento, siempre que se pueda entender incluido en alguno de los puntos mencionados en la letra a) del artículo 8.1 del Reglamento de régimen fiscal de entidades sin fines lucrativos.

A los efectos de lo dispuesto en dicho artículo, debe entenderse por “realización de campañas de publicidad”, toda forma organizada de comunicación, realizada por una persona física o jurídica pública o privada, en el ejercicio de una actividad comercial, industrial, artesanal o profesional, con el fin de difundir, de forma directa o indirecta, el acontecimiento de excepcional interés público.

Asimismo debe señalarse que la determinación del contenido publicitario dirigido a la promoción del acontecimiento en el gasto realizado, no depende de que el importe de dicho gasto pueda computarse como gasto adicional expresamente realizado para disfrutar de los incentivos fiscales, sino de que se identifique el fin publicitario de dicho gasto, lo cual se garantiza siempre que el mismo, por su naturaleza, tenga cabida en alguna de las actividades enumeradas en el citado artículo 8.1 del Reglamento.

II. Cálculo de la base de la deducción fiscal

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, encartes y “mailings”) y productos promocionales (bolígrafos, camisetas, gorras).

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.

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

No se considera que tengan el carácter de gasto de publicidad del 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.

II. Cálculo de la base de la deducción fiscal

2. Reglas para cuantificar el contenido del soporte utilizado

Una vez que, de acuerdo con el apartado anterior se ha identificado el contenido publicitario dentro de cada soporte que el colaborador ha utilizado en la estrategia de difusión del acontecimiento, es necesario proceder a la valoración del mismo. Valorado el contenido publicitario, lo que resulte 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 con los siguientes criterios de valoración:

2.1 Cuando se trate de soportes cuya única finalidad es la publicidad del colaborador y del acontecimiento (que se detallan más abajo), la totalidad de los gastos en los que incurra el colaborador en el acontecimiento se considera gasto en publicidad.

2.2 Cuando se trate de soportes cuya finalidad principal es distinta a la publicitaria, si el logotipo del acontecimiento (símbolo y, en su caso, leyenda) se inserta en soportes que forman parte de los medios de producción de los colaboradores, el contenido publicitario se valorará por el 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.

2.3 Cuando se trate de soportes cuya finalidad principal es distinta a la publicitaria, si el logotipo del acontecimiento (símbolo y, en su caso, leyenda) se inserta en soportes contratados por el colaborador con un tercero, el contenido publicitario se valorará por el coste de la contratación con terceros que se corresponda exclusivamente con el contenido publicitario del acontecimiento.

II. Cálculo de la base de la deducción fiscal

3. Reglas para determinar la base de la 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, 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
- No esencial

- **Esencial**: Las condiciones que marcan la esencialidad de los gastos publicitarios se rigen por criterios de difusión y notoriedad. El presente manual especifica requisitos concretos para determinar la esencialidad de cada uno de los mismos. En los supuestos en los que, de acuerdo con dichos requisitos, se considere que el gasto publicitario contribuye de forma esencial a la difusión del acontecimiento, el 100% del mismo tendrá la consideración de base de la deducción establecida en las normas más arriba mencionadas

- **No Esencial**: Todos aquellos gastos publicitarios 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 cumpla con un tamaño y/o duración que permita su correcta visibilidad y legibilidad. En este caso, únicamente el 25% de dicho gasto publicitario tendrá la consideración de base de la deducción establecida en las normas arriba mencionadas.

III. Soportes

A continuación, se describen los distintos soportes que se utilizan habitualmente para la difusión de los acontecimientos, teniendo en cuenta que si en el desarrollo del Programa de apoyo, surgiese cualquier otro no incluido en este manual, se someterá a la valoración del Órgano Administrativo su carácter publicitario, su cuantificación 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**

III. 1.Soportes cuya única finalidad es la publicidad del colaborador y del acontecimiento

Los soportes que se enumeran a continuación se consideran puramente publicitarios por lo que la totalidad del gasto en que incurra el colaborador en el acontecimiento 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 de 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 (símbolo+leyenda) se ajuste a 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.

o Televisión y cine

En los anuncios de televisión y cine se utilizará una ''mosca'' de pantalla con reserva en positivo o en negativo, dependiendo de la luminosidad del spot ocupando como mínimo 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 de las cadenas de televisión o cine, ni ningún otro logotipo, 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.

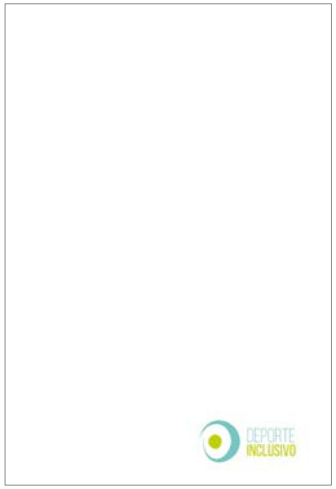
En el caso de que los contenidos publicitarios sean elaborados por personas o entidades vinculadas con el colaborador, se valorarán por su valor de mercado en los términos del artículo 18 de la Ley 27/2014, de 27 de noviembre, del Impuesto sobre Sociedades.

En los supuestos del artículo 8.1.a).4.º del Reglamento, o en los supuestos de que entidades sin ánimo de lucro a las que se refiere el artículo 2 de la Ley 49/2002, sean las que produzcan los contenidos publicitarios, cediendo los colaboradores los espacios gratuitamente, la base de la deducción será exclusivamente el coste de inserción en el que incurran los colaboradores, entendiendo por tal todos los costes en los que incurran por la realización de la publicidad de los contenidos.

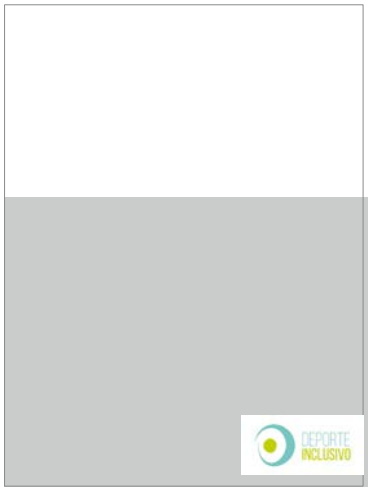
Prensa y revistas

- **Página completa y media página**: el logotipo del acontecimiento (símbolo+leyenda) tendrá un ancho mínimo de 35 mm para una página y de 30 mm mínimo para media página, ocupando en todos los casos como mínimo un 10% de la base del anuncio.

- **Roba páginas y faldón**: el ancho mínimo del logotipo del acontecimiento (símbolo+leyenda) en los roba páginas será de 25 mm y en los faldones de 20 mm, ocupando en todos los casos como mínimo un 10% de la base del anuncio.



Página completa



1/2 Página

La base de la deducción está constituida por el coste de contratación con terceros, o en su caso, el coste total de diseño, producción y edición del anuncio.

En ningún caso se incluye el coste de distribución.

En el caso de que los contenidos publicitarios sean elaborados por personas o entidades 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.

En los supuestos del artículo 8.1.a).4.º del Reglamento, o en los supuestos de que entidades sin ánimo de lucro a las que se refiere el artículo 2 de la Ley 49/2002, sean las que produzcan los contenidos publicitarios, cediendo los colaboradores los espacios gratuitamente, la base de la deducción será exclusivamente el coste de inserción en el que incurran los colaboradores, entendiendo por tal todos los costes en los que incurran por la realización de la publicidad de los contenidos.

o Radio y “podcast” de audio

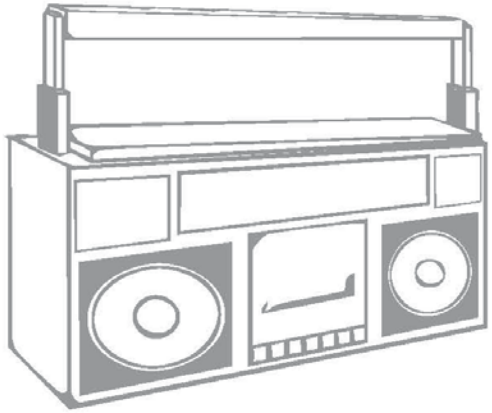
La locución *“... Empresa colaboradora con el Programa Deporte Inclusivo.”* debe mantenerse inalterable y deberá pronunciarse de manera que sea perfectamente comprensible.

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

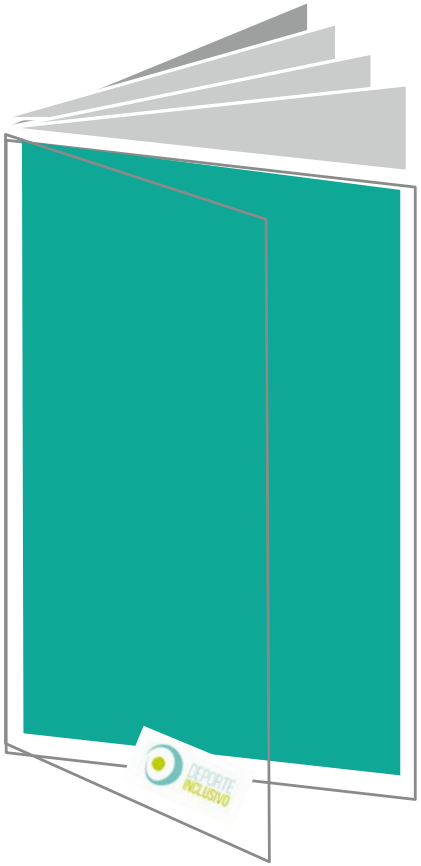
La base de la deducción está constituida por el coste de contratación con terceros, o en su caso, el coste total de diseño, producción y emisión de la cuña publicitaria.

En el caso de que los contenidos publicitarios sean elaborados por personas o entidades 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.

En los supuestos del artículo 8.1.a).4.º del Reglamento, o en los supuestos de que entidades sin ánimo de lucro a las que se refiere el artículo 2 de la Ley 49/2002, sean las que produzcan los contenidos publicitarios, cediendo los colaboradores los espacios gratuitamente, la base de la deducción será exclusivamente el coste de inserción en el que incurran los colaboradores, entendiendo por tal todos los costes en los que incurran por la realización de la publicidad de los contenidos.



“…Empresa colaboradora con el Programa Deporte Inclusivo.”



o Folletos y catálogos

Deberán tenerse en cuenta las siguientes indicaciones:

- **Folletos:** La tirada mínima de estos soportes deberá ser de 200.000 ejemplares anuales.

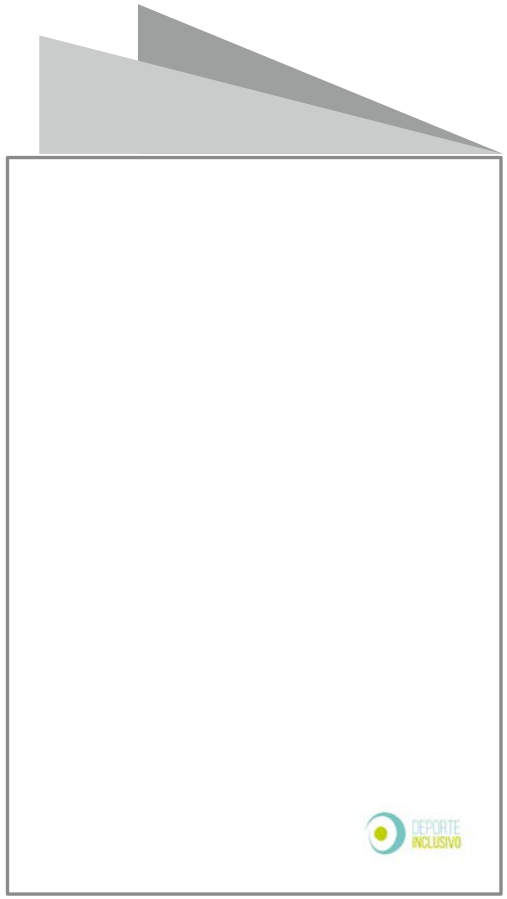
En los folletos plegados, el logotipo del acontecimiento (símbolo+leyenda) aparecerá en el ángulo inferior derecho de la portada y de la contraportada con un ancho mínimo de 22 mm, ocupando um mínimo del 10% de la base del folleto.

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 um mínimo del 10% de la base del folleto.

- **Catálogos:** La tirada mínima de estos soportes deberá ser de 200.000 ejemplares anuales.

El logotipo del acontecimiento (símbolo+leyenda) deberá ocupar al menos el 10% de la base del catálogo.

En todos los casos, 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.



o Encartes, "mailings" y "e-mailings"

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

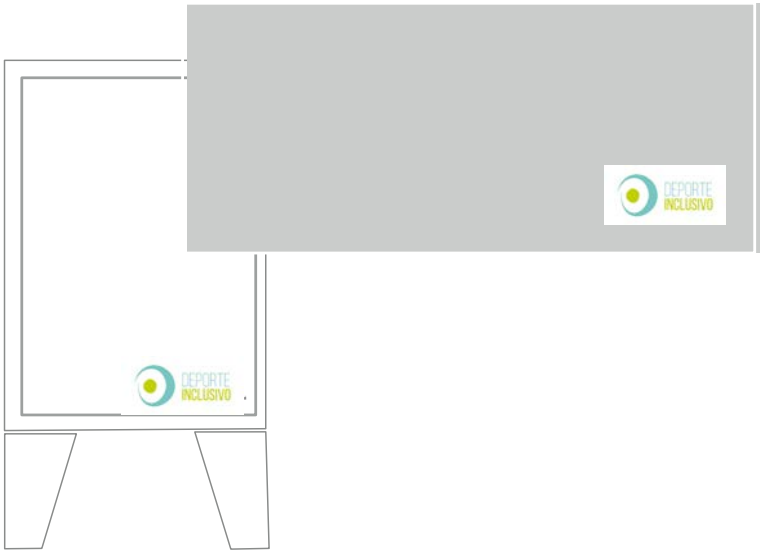
- Para encartes y "mailings", el logotipo del acontecimiento (símbolo+leyenda) tendrá un peso visual no inferior al de la marca del colaborador en el acontecimiento, partiendo de un ancho mínimo de 20 mm, ocupando un mínimo del 10% de la base del anuncio.

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

- Para "e-mailings", el logotipo del acontecimiento (símbolo+leyenda) deberá insertarse en el e-mailing" y tendrá un peso visual no inferior al de la marca del colaborador.

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.

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



o Soportes de publicidad exterior (I): Vallas, “mupis/opis”, marquesinas, cabinas y video pantallas

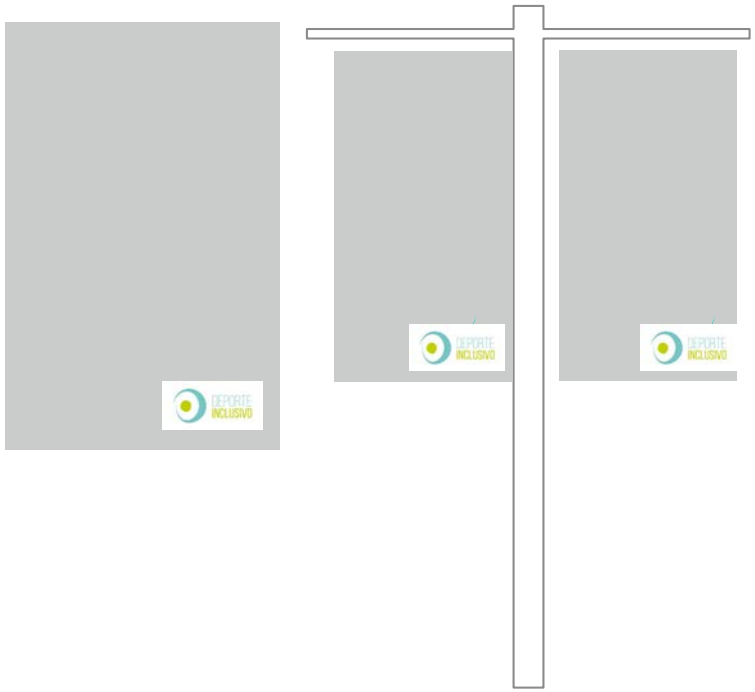
El logotipo del acontecimiento (símbolo+leyenda) deberá situarse en el margen inferior del anuncio, preferiblemente en el ángulo derecho.

- **Vallas:** el ancho mínimo del logotipo del acontecimiento (símbolo+leyenda) es de un 10% del ancho de la valla.
- **“Mupis/Opis”, Marquesinas y Cabinas:** el ancho mínimo del logotipo del acontecimiento (símbolo+leyenda) es de 140 mm.

En los soportes anteriormente citados el logotipo del acontecimiento (símbolo+leyenda) ocupará como mínimo un 10% de la base del anuncio.

- **Video pantallas**: el logotipo del acontecimiento deberá aparecer según las condiciones establecidas para los spots de televisión.

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



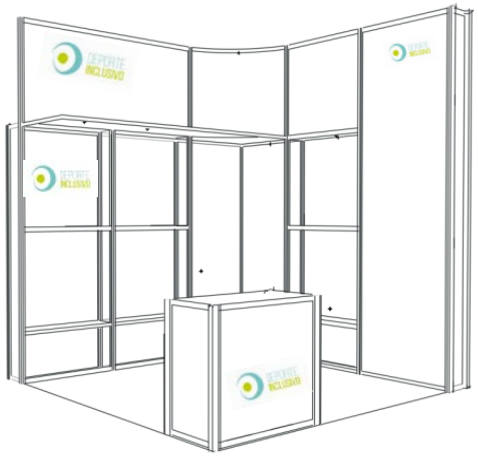
Soportes de publicidad exterior (II): Banderolas, cartelería, vinilos, escaparates y lonas

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

En todos los casos el ancho del logotipo del acontecimiento (símbolo+leyenda) ocupará un mínimo del 10% de su base.

En las banderolas dobles, si únicamente se colocara el logotipo del acontecimiento 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 deducción estará constituida por el coste de contratación con terceros, o en su caso, por el coste total de diseño, producción, montaje y contratación de los soportes.



Stands en ferias y eventos deportivos

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

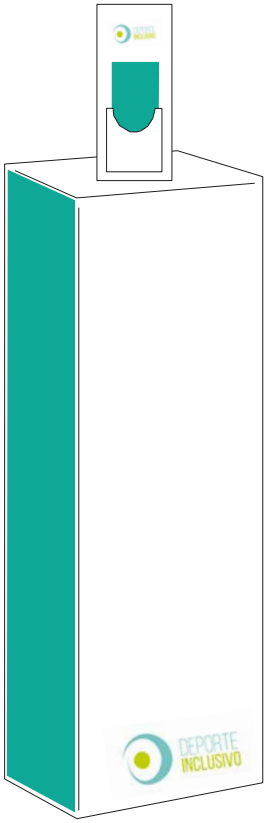
Se entiende por extensión del stand, la suma de las distintas superficies del mismo. Por ejemplo si hay dos paneles de 3x4 m, la superficie total sería de 24 m^2, por lo que el 10% sería 2,4 m^2, que es el espacio mínimo que debería ocupar el logotipo del acontecimiento o la suma de varios logotipos del acontecimiento.

En el caso de que el stand solo sea de suelo (p.e: exposición de coches), el logotipo del acontecimiento 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; en estos casos, únicamente formará parte de la base de la deducción 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.



o Puntos de información

- **Poste de información**: el logotipo del acontecimiento (símbolo+leyenda) aparecerá centrado y podrá ir precedido 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 mostrador**: el logotipo del acontecimiento (símbolo+leyenda) 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, el logotipo de la empresa colaboradora aparecerá a modo de complemento.

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

En ningún caso se incluirán los costes de personal.

o Merchandising

Cuando se incluya el logotipo del acontecimiento (símbolo+leyenda) en los distintos **elementos promocionales, de entrega gratuita, de merchandising** (camisetas, gorras, polos, impermeables, cazadoras, bolsas de viaje, mochilas, maletines, bolígrafos, vasos, tazas, copas, llaveros, pendrives, etc.) deberán tenerse en cuenta las siguientes reglas:

El logotipo deberá ser visible en todo momento por el público, siguiendo el sentido de la lectura. Deberá tener un ancho mínimo de 30 mm. y un peso visual no inferior al del logotipo del colaborador.

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 el caso de maletas, mochilas y bolsas de viaje: el logotipo del acontecimiento (símbolo+leyenda) ha de ubicarse en una parte en la que pueda verse bien y, específicamente en el caso de bolsas de viaje deberá aparecer en ambas caras, teniendo siempre en cuenta que el logotipo debe continuar visible a pesar de que la bolsa esté llena.

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

o Marketing directo

En los productos publicitarios del colaborador en el acontecimiento con inserción del logotipo del acontecimiento (símbolo+leyenda) que se entregan de forma gratuita, la tirada mínima del soporte publicitario deberá ser de 150.000 ejemplares anuales.

El logotipo tendrá un peso visual no inferior al de la marca del anunciante, partiendo de un ancho mínimo de 30 mm.

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.

Todas las piezas que contenga el envío de marketing directo tendrán que llevar el logotipo del acontecimiento. Por ejemplo: Si el envío consta de tres piezas (caja, regalo, folleto), cada una de ellas llevará el logotipo.

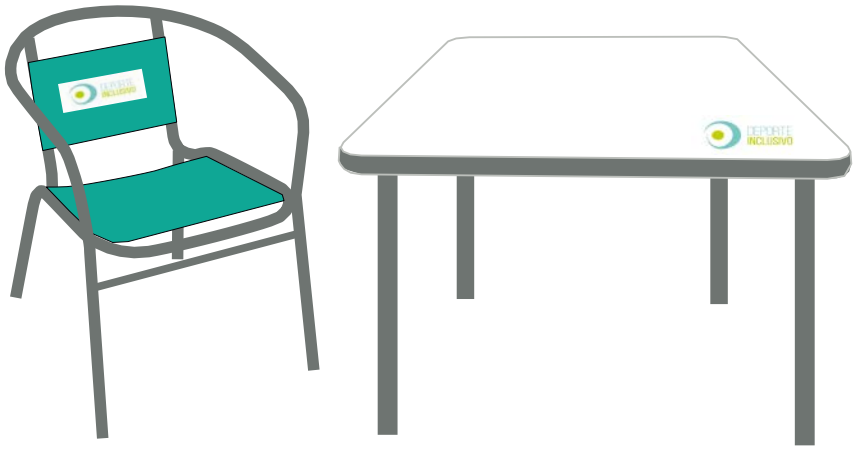
La base de la deducción estará constituida por el coste de contratación con terceros, o en su caso, por el coste de producción y distribución

o 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 del colaborador en el que dicho producto se asocie inequívocamente a la imagen del acontecimiento, de forma que sea indisociable de la misma.
- Recipiente con la forma del logotipo, mascota o cualquier otro elemento característico de la imagen institucional del acontecimiento.

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



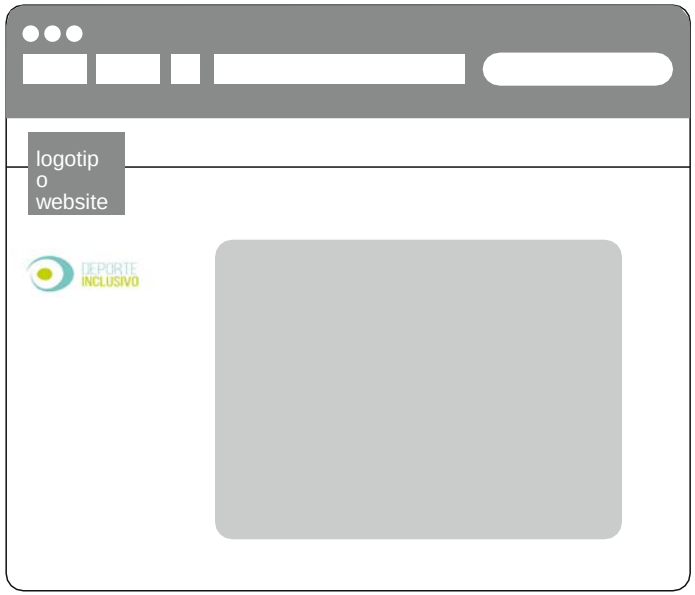
Productos promocionales de distribución empresarial

Cuando se incluya el logotipo del acontecimiento (símbolo+leyenda) en los distintos elementos promocionales suministrados por el colaborador o donante a otras empresas (mesas de terraza, sillas de plástico, sillas de madera, sombrillas, etc.) deberán tenerse en cuenta las siguientes reglas:

Deberá ser visible en todo momento por el público y tener como mínimo el mismo peso visual que el logotipo del colaborador. Ambos logotipos deberán compartir el espacio.

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.

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



o 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 del acontecimiento (símbolo+leyenda).

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

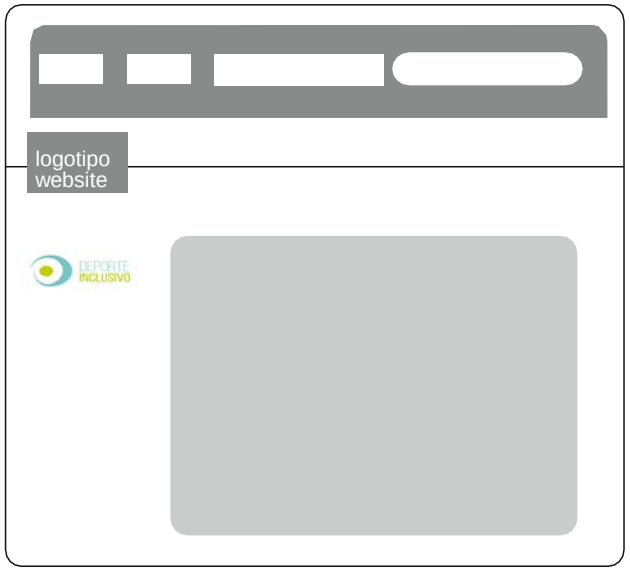
Por “peso visual” se considera "la superficie", es decir, el resultado de multiplicar el ancho por el alto, que ha de ser como mínimo el mismo.

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

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

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

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



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 del acontecimiento (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 logotipo 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.deportejoven.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 diseño e inserción del logotipo del acontecimiento (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

- **Web del colaborador** (ver página 53)

III. 2. Soportes cuya finalidad principal es distinta a la publicitaria

Los soportes que se enumeran a continuación no se consideran puramente publicitarios. Tal y como se ha señalado en el apartado 2 **"Reglas para cuantificar el contenido publicitario del soporte utilizado"** (Pág. 27), en estos casos procede diferenciar los siguientes supuestos:

- 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 por el 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.

- 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 se ajuste a 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.

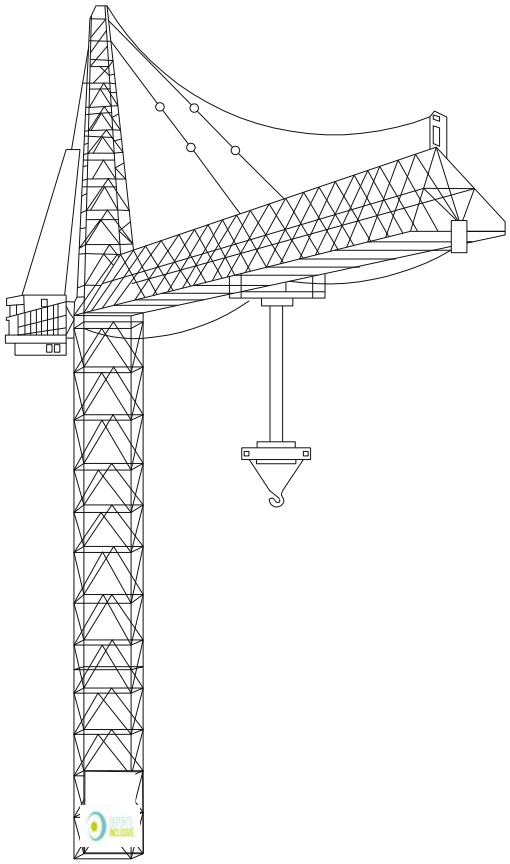
o Furgonetas, turismos, autobuses, camiones, grúas, vehículos articulados y otros vehículos de carga y transporte

A) Contratación con terceros de estos vehículos como soportes publicitarios de una campaña por la empresa colaboradora que incluya el logotipo del acontecimiento (símbolo+leyenda).

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

B) Si el vehículo en el que se realiza la campaña es propiedad de la empresa colaboradora **la base de la deducción será el coste incurrido en incorporar la publicidad al mencionado soporte, en los términos establecidos en el punto 2.2 de este Manual** (Pág. 27)

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



Grúas de construcción

A) Contratación con terceros de estos medios como soporte publicitario de una campaña por el colaborador en el acontecimiento que incluya el logotipo del acontecimiento (símbolo+leyenda).

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

B) Si la grúa en la que se realiza la campaña publicitaria es propiedad del colaborador en el acontecimiento, **la base de la deducción será el coste incurrido en incorporar la publicidad al mencionado soporte, en los términos establecidos en el punto 2.2 de este Manual** (Pág. 27).

En ambos casos el logotipo 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.

o Globos aerostáticos y otros soportes similares

A) Contratación a terceros de estos medios como soporte publicitario de una campaña por la empresa colaboradora que incluya el logotipo del acontecimiento (símbolo+leyenda).

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

B) Si el medio utilizado para la realización de la campaña publicitaria es propiedad de la empresa colaboradora, **la base de la deducción será el coste incurrido en incorporar la publicidad al mencionado soporte, en los términos establecidos en el punto 2.2 de este Manual** (Pág. 27).

En ambos casos el logotipo debe tener un ancho 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 el colaborador en el acontecimiento que incluya el logotipo del acontecimiento (símbolo+leyenda).

La base de la deducción estará constituida por el coste de contratación con terceros que se corresponda exclusivamente con el contenido publicitario del acontecimiento 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, **la base de la deducción será el coste incurrido en incorporar la publicidad al mencionado soporte, en los términos establecidos en el punto 2.2 de este Manual** (Pág. 27).

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

o Call Center

“…. Empresa colaboradora con el Programa Deporte Inclusivo”…”

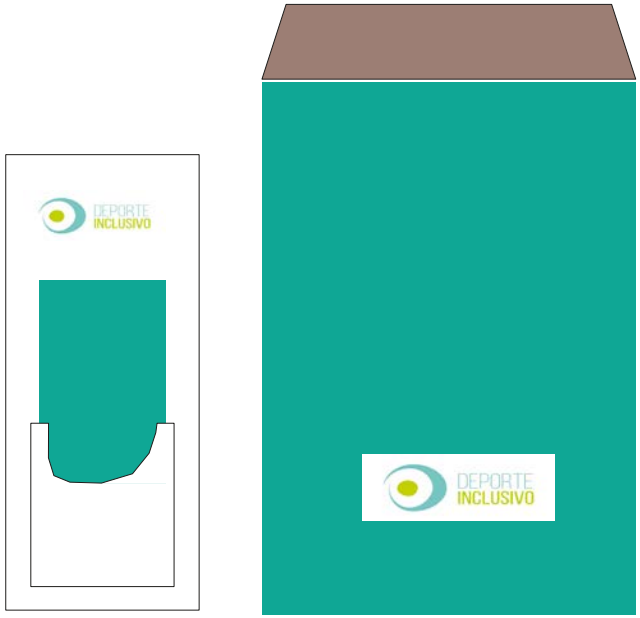
En el caso de que sean propios, la base de la deducción vendrá determinada por aquella parte del sueldo del telefonista que retribuya el tiempo que el mismo utilice para dar publicidad del acontecimiento, esto es, un cociente que vendrá determinado por:

Coste del telefonista multiplicado por el tiempo de cada locución multiplicado por el número de llamadas diarias y todo ello dividido por el 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 supuesto 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 diciendo *“… “Empresa colaboradora con el Programa Deporte Inclusivo…”,* de manera perfectamente comprensible.



o Displays y puntos lectores de venta

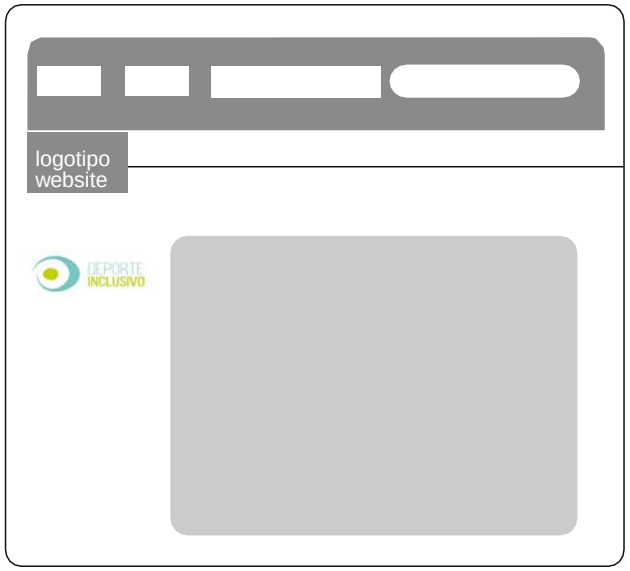
A) Contratación con terceros de estos medios como soporte publicitario de una campaña por la empresa colaboradora que incluya el logotipo del acontecimiento (símbolo+leyenda).

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

B) Si el medio utilizado es propiedad de la empresa colaboradora **la base de la deducción será el coste incurrido en incorporar la publicidad al mencionado soporte, en los términos establecidos en el punto 2.2 de este Manual** (Pág. 27).

En ambos casos, el logotipo tendrá como mínimo el mismo peso visual que la marca del anunciante, partiendo de un ancho mínimo de 40 mm.

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.



o Web del colaborador

El logotipo del acontecimiento (símbolo+leyenda) 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 logotipo 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.deportejoven.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 del acontecimiento (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.

o Uniformes y equipaciones deportivas

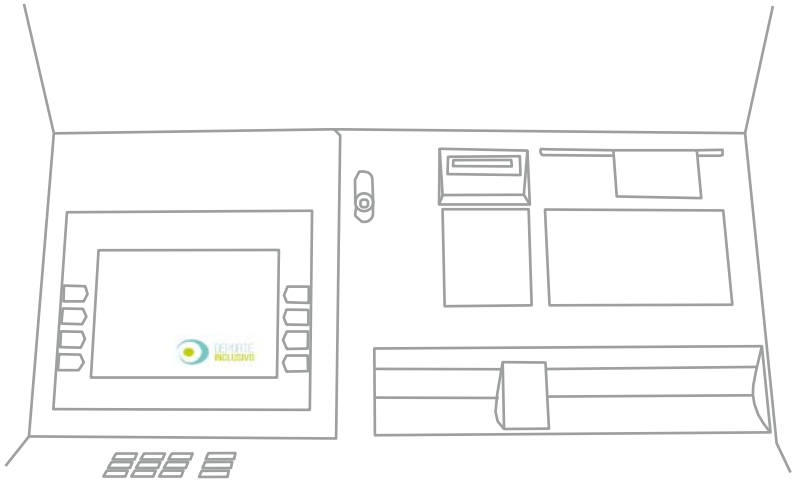
A) Contratación con terceros de estos medios como soporte publicitario de una campaña por la empresa colaboradora que incluya el logotipo del acontecimiento (símbolo+leyenda).

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

B) Si el medio utilizado para la realización de la campaña publicitaria es propiedad de la empresa colaboradora, **la base de la deducción será el coste incurrido en incorporar la publicidad al mencionado soporte, en los términos establecidos en el punto 2.2 de este Manual** (Pág. 27).

El logotipo del acontecimiento (símbolo+leyenda) 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, que ha de ser como mínimo el mismo.



o Cajeros automáticos

A) Contratación con terceros de estos medios como soporte publicitario de una campaña por la empresa colaboradora que incluya el logotipo del acontecimiento (símbolo+leyenda).

La base de deducción está constituida por el coste de contratación con terceros que se corresponda exclusivamente con el contenido publicitario del acontecimiento 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 2.2 de este Manual** (Pág. 27).

En ambos casos el logotipo tendrá como mínimo el mismo peso visual que 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, que ha de ser como mínimo el mismo.

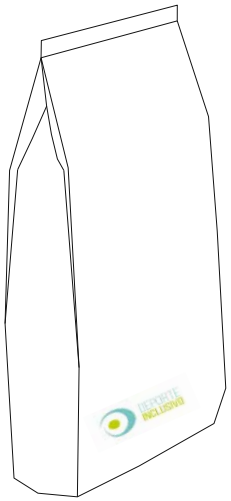
Embalajes varios (I)

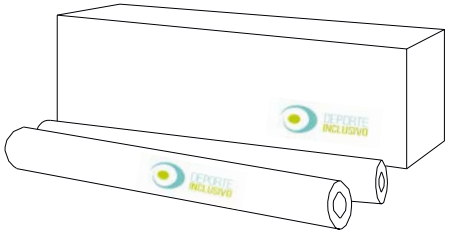
A) Si son productos que se contratan con terceros como soporte publicitario, **la base de la deducción estará constituida por el coste de contratación con terceros que se corresponda exclusivamente con el contenido publicitario del acontecimiento del soporte.**

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 punto 2.2 de este Manual** (Pág. 27), entendiendo por dicho coste, el coste de rotulación de los embalajes.

En ambos casos el logotipo del acontecimiento (símbolo+leyenda) y la presencia de la marca del colaborador deberá reunir los siguientes requisitos:

1. 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.





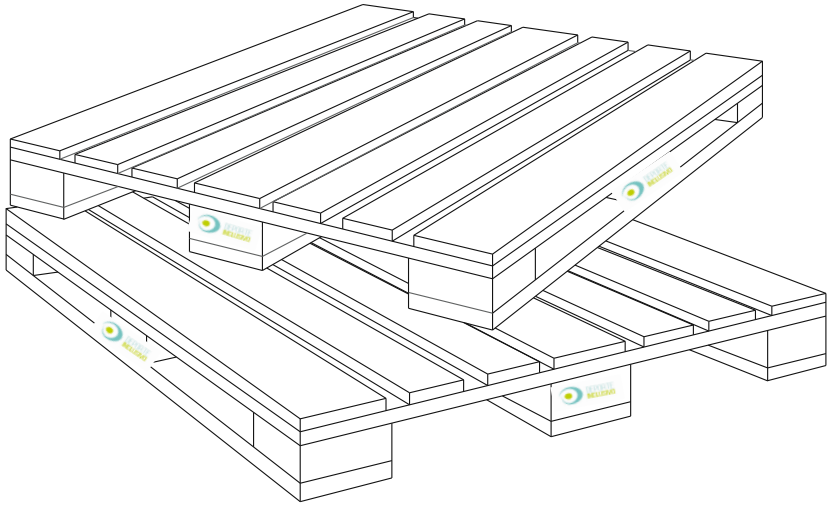
Embalajes varios (II)

2. Cajas: el logotipo del acontecimiento (símbolo+leyenda) se imprimirá en la parte inferior de, al menos , una de las dos caras frontales, siguiendo el sentido de la lectura, con un ancho mínimo del logotipo de 25 mm. Se evaluará cada pieza individualmente.

3. Bolsas (como packaging de producto): el logotipo del acontecimiento 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 centímetros cuadrados): ancho mínimo del logotipo 20 mm.
   - Bolsas grandes (superficie mayor a 200 centímetros cuadrados) : ancho mínimo del logotipo 30 mm.

Embalajes varios (III)



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

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

   - 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 ancho mínimo del 30% respecto a las dimensiones de la marca de la empresa.

5. Palés: la inserción del logotipo del acontecimiento (símbolo+leyenda) en este soporte deberá tener en cuenta las siguientes indicaciones:

   - El logotipo se imprimirá de manera centrada como mínimo al menos 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.

o 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 acontecimiento del soporte.**

B) Si el medio utilizado para la realización de la campaña publicitaria es propiedad del colaborador en el acontecimiento, **la base de la deducción será el coste incurrido en incorporar la publicidad al mencionado soporte, en los términos descritos en el punto 2.2 de este Manual** (Pág. 27), entendiendo por dicho coste, en el caso concreto de latas, botellas y botellines:

- Si el logotipo del acontecimiento (símbolo+leyenda) se consigna en elementos separables del envase: el coste de la etiqueta o banderola, siempre que el ancho del logotipo ocupe como mínimo el 10% del ancho del soporte.

- Si el logotipo del acontecimiento (símbolo+leyenda) se consigna en el envase: el coste de serigrafía, siempre que el ancho del logotipo ocupe como mínimo el 10% del ancho del soporte.

En ambos casos el logotipo aparecerá en el sentido de la lectura y su ancho será como mínimo de 20 mm.

o Envases alimentarios y tetrabriks

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 acontecimiento del soporte.**

B) Si el medio utilizado para la realización de la campaña publicitaria es propiedad de la empresa colaboradora, **la base de la deducción será el coste incurrido en incorporar la publicidad al mencionado soporte, en función de lo establecido en el punto 2.2 de este Manual** (Pág. 27), entendiendo por dicho coste, en el caso concreto de envases alimentarios:

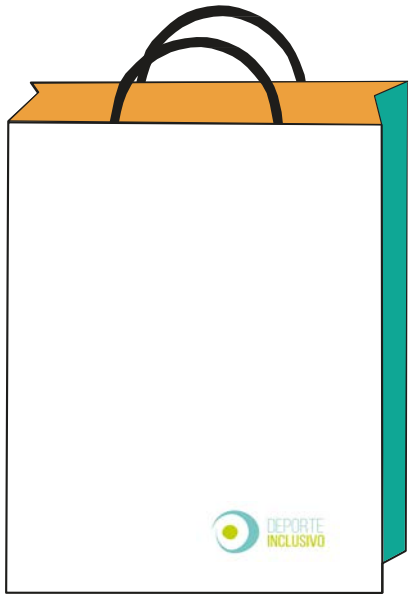
• Si el logotipo del acontecimiento (símbolo+leyenda) se consigna en elementos separables del envase: el coste de la etiqueta o banderola, siempre que el ancho del logotipo ocupe un mínimo del 10% de su superficie.

• Si el logotipo del acontecimiento (símbolo+leyenda) se consigna en el envase: el coste de serigrafía, siempre que el ancho del logotipo ocupe un mínimo del 10% de su superficie.

En ambos casos (A y B) el logotipo deberá reunir los siguientes requisitos:

• En los tetrabriks, el logotipo aparecerá en las dos caras y en el sentido de la lectura.

• En los tetrabriks grandes (capacidad mayor o igual a 1 litro) el ancho del logotipo será como mínimo de 30 mm y en los pequeños (capacidad menor de 1 litro) como mínimo de 20 mm.



o 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 acontecimiento del soporte.**

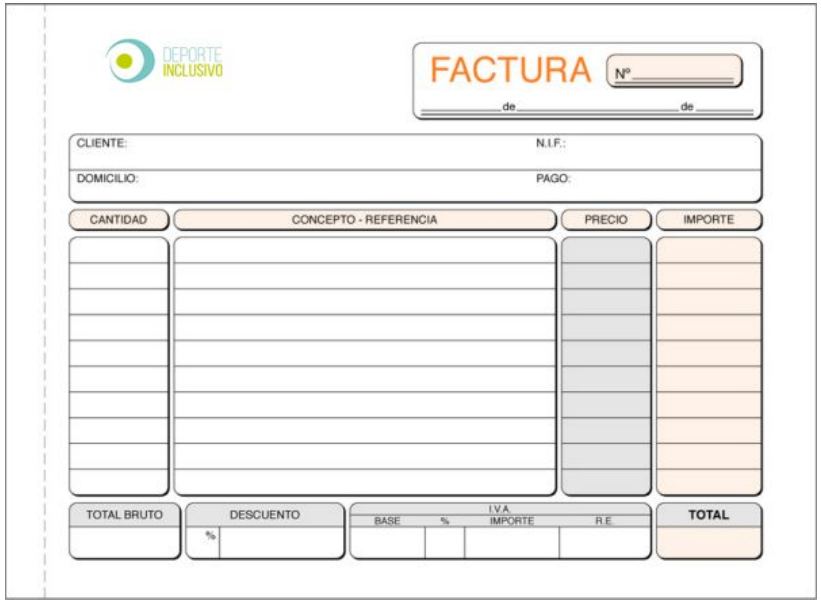
B) Si el medio utilizado para la realización de la campaña publicitaria es propiedad del colaborador en el acontecimiento, **la base de la deducción será el coste incurrido en incorporar la publicidad al mencionado soporte, en función de lo establecido en el punto 2.2 de este Manual** (Pág. 27), entendiendo por dicho coste, el coste de serigrafía.

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

Soportes de divulgación corporativa (I)

La tirada mínima de estos soportes publicitarios, 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 y deberá aparecer en la parte inferior derecha de la contraportada de la carpeta.
- Sobre de mensajería: 30 mm y deberá aparecer en la parte delantera.
- Sobre americano: 20 mm, ocupando un mínimo del 10% de la base del soporte.



Soportes de divulgación corporativa (II)

- Facturas y extractos bancarios de uso externo (tanto en formato físico como formato digital): 20 mm., ocupando un mínimo del 10% de la base del soporte.

La base de deducción para todos los soportes de divulgación corporativa estará constituida por el coste incurrido en incorporar la publicidad al mencionado soporte, entendiendo por dicho coste, el coste de impresión.

En ningún caso se incluirá el coste de distribución.

IV. PROCEDIMIENTO PARA LA SOLICITUD DE LA CERTIFICACIÓN ACREDITATIVA Y RECONOCIMIENTO DE LOS BENEFICIOS FISCALES

1. INTRODUCCIÓN

La disposición adicional octogésima novena de la Ley 6/2018, de 3 de julio, de Presupuestos Generales del Estado para el año 2018 otorga al Programa “Deporte Inclusivo” 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.

Dentro del Título III de la mencionada Ley 49/2002, se incluye el artículo 27 que crea un marco jurídico al que deberán ajustarse los programas de apoyo a acontecimientos de excepcional interés público que se determinen por ley, fijando su contenido máximo, duración y reglas básicas.

El presente manual, aprobado por el Órgano Administrativo encargado de la ejecución del programa de apoyo a la celebración del acontecimiento de excepcional interés público Programa “Deporte Inclusivo””, recoge las Instrucciones para la tramitación y resolución de los expedientes de reconocimiento de los beneficios fiscales existentes, en cada una de las diferentes figuras impositivas que puedan ser aplicables a las personas físicas y jurídicas, que colaboren en la realización de este acontecimiento y tiene como objeto proporcionar la información necesaria para que las empresas colaboradoras del evento, puedan cumplir con el procedimiento reglamentario a efectos de beneficiarse de dichos incentivos fiscales.

2. BENEFICIOS FISCALES APLICABLES A LAS EMPRESAS

Los beneficios fiscales que otorga la normativa vigente a los donantes del acontecimiento de excepcional interés público Programa “Deporte Inclusivo”, que cumplan los requisitos previstos en el 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 (en adelante Reglamento), son los establecidos en el artículo 27.3 la Ley 49/2002. En síntesis dichos beneficios fiscales son los siguientes:

2.1. DEDUCCIONES FISCALES POR GASTOS DE PUBLICIDAD Y PROPAGANDA ASOCIADOS AL ACONTECIMIENTO

Supone la deducción en la cuota íntegra del **Impuesto sobre Sociedades**, en la del **Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas,** cuando los sujetos pasivos realicen actividades económicas en régimen de estimación directa o en el **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 aprobados por el Órgano Administrativo encargado de la ejecución del programa de apoyo a la celebración del acontecimiento de excepcional interés público Programa "Deporte Inclusivo" realicen en la propaganda y publicidad de proyección plurianual que sirvan directamente para la promoción del acontecimiento.

Estos gastos de propaganda y publicidad deben cumplir los **requisitos** señalados en el artículo 8 del RD 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, que son los siguientes:

a) Gastos que consistan en:

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

b) Y que sirvan directamente para la promoción del acontecimiento porque su contenido favorezca la divulgación de la celebración del Programa "Deporte Inclusivo".

La base de deducción de estas actividades publicitarias será el importe total, es decir, el 100% del gasto realizado cuando el contenido del soporte publicitario se refiera de modo esencial a la divulgación del acontecimiento, circunstancia que tendrá que calificar el citada Órgano Administrativo encargado de la ejecución del programa de apoyo a la celebración del acontecimiento de excepcional interés público Programa "Deporte Inclusivo".

En caso de considerarse publicidad no esencial, la base de deducción será el 25% del gasto realizado.

El importe total de las deducciones por los gastos de propaganda y publicidad realizados, no podrá superar el 90% de las donaciones efectuadas a favor de la entidad beneficiaria, la Fundación Deporte Joven, entidad sin fines lucrativos que previa autorización del Órgano Administrativo, se encargará de la realización de los programas y actividades relacionadas con el acontecimiento. De aplicarse esta deducción, dichas donaciones no podrán acogerse a cualquiera de los incentivos fiscales previstos en Ley 49/2002.

A) Tendrán derecho a disfrutar de estos beneficios fiscales, todas aquellas personas físicas o jurídicas que:

1. Acrediten que el gasto con derecho a deducción se ha realizado en cumplimiento de los planes y programas establecidos por el Órgano Administrativo, mediante la oportuna certificación expedida por dicho órgano con arreglo a lo dispuesto en el artículo 10 del Real Decreto 1270/2003 por el que se aprueba el Reglamento para la aplicación de régimen fiscal de las entidades sin fines lucrativos y de los incentivos fiscales al mecenazgo.
2. Obtengan el reconocimiento previo de la Administración Tributaria del derecho a las correspondientes deducciones o bonificaciones fiscales de acuerdo con lo previsto en el artículo 9 de dicho Reglamento.

B) El procedimiento para la obtención por parte de las empresas de la certificación acreditativa, ante el Órgano Administrativo es el siguiente:

1. <u>Solicitud ante el Órgano Administrativo correspondiente</u>

Las solicitudes relativas a la expedición, por el Órgano Administrativo, de las certificaciones previstas en la disposición adicional octogésima novena de la Ley 6/2018, de 3 de julio, de Presupuestos Generales del Estado para el año 2018 y en el Real Decreto 1270/2003, de 10 de octubre, estarán dirigidas a:

Secretaría del Órgano Administrativo del Programa "DEPORTE INCLUSIVO". Consejo Superior de Deportes. Calle Martín Fierro, 5 (28040 - MADRID)

Las solicitudes pueden presentarse directamente en el Registro del citado Órgano o por cualquiera de los medios previstos en el artículo 16 de la Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas.

La sede electrónica del Consejo Superior de Deportes está accesible en la dirección electrónica https://sede.csd.gob.es

Deberá utilizarse el modelo de solicitud contenido en el Anexo 3 de este Manual (pg. 83)

Conforme a lo establecido en el artículo 10.1 del RD 1270/2003, el plazo para la presentación de las solicitudes de expedición de certificaciones al Órgano Administrativo encargado de la ejecución del programa de apoyo a la celebración del acontecimiento de excepcional interés público Programa "Deporte Inclusivo", terminará 15 días después de la finalización del acontecimiento.

Independientemente del plazo establecido en el párrafo anterior, por cada ejercicio económico las empresas tendrán que presentar la solicitud indicada y será el Órgano Administrativo quien comunicará a las mismas el plazo y forma de presentación.

2. Documentación que deben adjuntar las empresas a la solicitud

De conformidad con lo dispuesto en el artículo 10 del Reglamento, a las solicitudes deberá adjuntarse la documentación relativa a las características y finalidad del gasto realizado. La documentación a adjuntar por las empresas es la indicada en los siguientes anexos:

- ✓ Anexo 3: modelo de solicitud (pg. 83 de este Manual)
- ✓ Anexo 4: modelo de declaración responsable (págs. 86 a 119 de este Manual)
- ✓ Anexo 5: modelo de relación de facturas (págs. 120 a 124 de este Manual)

A la vista de la documentación presentada, el Órgano Administrativo requerirá, en su caso, al interesado para que subsane en el plazo de 10 días la falta o acompañe los documentos preceptivos, de acuerdo con lo establecido en el artículo 71 de la LRJ-PAC. Transcurrido dicho plazo sin atender el requerimiento o sin subsanar debidamente los defectos advertidos se le tendrá por desistido en su petición, notificándole tal circunstancia. Si alguna solicitud carece manifiestamente de fundamento, se archivará la misma, notificándole el archivo al interesado.

3. Certificaciones del Órgano Administrativo: Contenido

El artículo 10, apartado 2 del Reglamento, establece que, en las certificaciones que emita el Órgano Administrativo correspondiente 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 o gasto se han realizado en cumplimiento de los planes y programas de actividades aprobados por el Órgano Administrativo encargado de la ejecución del programa de apoyo a la celebración del acontecimiento de excepcional interés público Programa "Deporte Inclusivo".
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 a que se refiere la certificación.

La certificación del Órgano Administrativo responderá al modelo recogido en el Anexo 6 de este Manual (pg. 124)

4. Plazo de notificación por parte del Órgano Administrativo de la resolución a las empresas y efectos del silencio administrativo

De acuerdo con lo dispuesto en el apartado 3 del artículo 10 del Reglamento, el Órgano Administrativo, dispone de dos meses, desde la fecha en que la solicitud haya tenido entrada en su Registro, para notificar al interesado la resolución emitida (que necesita 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 el párrafo anterior sin que el interesado haya 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 el Órgano Administrativo, 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 acontecimiento respectivo.

La certificación, o la resolución que la deniegue, 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.

5. **Procedimiento para que las empresas soliciten el reconocimiento previo de los beneficios fiscales a la Agencia Estatal de Administración Tributaria** (en adelante AEAT)

   - ✓ **Solicitud de reconocimiento previo del derecho a la aplicación de las correspondientes deducciones o bonificaciones fiscales**
     (se puede utilizar el modelo recogido en el Anexo 7 de este Manual (pg. 127)

     Una vez obtenida la certificación del Órgano Administrativo encargado de la ejecución del programa de apoyo a la celebración del acontecimiento de excepcional interés público Programa "Deporte Inclusivo", la solicitud de reconocimiento previo del derecho a la aplicación de los correspondientes beneficios fiscales deberá realizarse, según establece el artículo 9 del Reglamento:

     Ante el órgano competente de la **AEAT** cuando se trate de solicitar la aplicación de deducciones en el **Impuesto sobre Sociedades, en el Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas o en el Impuesto sobre la Renta de No Residentes.**

     El órgano competente de la AEAT será la Dependencia Regional de Gestión Tributaria de la Delegación Especial correspondiente al domicilio fiscal del solicitante o la Unidad de Gestión de Grandes Empresas (U.G.G.E.) de las Dependencias Regionales de Inspección de la Delegación Especial correspondiente a su domicilio fiscal a la que se encuentre adscrito el sujeto pasivo o la Dependencia de Asistencia y Servicios Tributarios de la Delegación Central de Grandes Contribuyentes, en función de la adscripción del sujeto pasivo.

   - ✓ **Plazo de solicitud:** La solicitud, según el modelo contenido en el Anexo 7 de este Manual, deberá ir acompañada de la certificación expedida por el Órgano Administrativo que acredite que los gastos con derecho a deducción se han realizado en cumplimento de sus planes y programas de actividades, habrá de presentarse al menos 45 días naturales antes del inicio del plazo reglamentario de la declaración-liquidación correspondiente al período impositivo en el que haya de surtir efectos el beneficio fiscal cuyo reconocimiento se solicita.

- ✓ **Plazo máximo de notificación de la resolución y efectos del silencio administrativo**: La Administración tributaria dispone de un plazo máximo de 30 días naturales, desde la fecha en que la solicitud haya tenido entrada en el registro del órgano competente en este procedimiento. 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 este plazo sin que el interesado hay recibido notificación administrativa acerca de su solicitud, se entenderá otorgado el reconocimiento.

2.2. DEDUCCIONES FISCALES POR MECENAZGO PRIORITARIO

Supone la aplicación del régimen de mecenazgo prioritario a los programas y actividades relacionados con el Programa "Deporte Inclusivo"

El régimen de mecenazgo prioritario previsto en el artículo 27.3 apartado Segundo, segundo párrafo, de la Ley 49/2002, será de aplicación a los programas y actividades relacionados con este acontecimiento, siempre que sea aprobado por el Órgano Administrativo encargado de su ejecución y se realicen por la Fundación Deporte Joven.

Los contribuyentes del Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas, del Impuesto sobre Sociedades (IS) y del Impuesto sobre la Renta de los 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, incrementadas en cinco puntos porcentuales, por las donaciones y las aportaciones que realicen a favor de la Fundación Deporte Joven.

En el caso de personas jurídicas, actualmente la deducción por donaciones (en la cuota del IS es del 35%) fidelizadas realizadas por estas personas jurídicas, tendrán derecho a una deducción en el tercer año del 40%. La fidelización significa que si en los dos períodos impositivos inmediatos anteriores se hubieran realizado donativos, donaciones o aportaciones con derecho a deducción en favor de la Fundación Deporte Joven por importe igual o superior, en cada uno de ellos, al del período impositivo anterior, el porcentaje de deducción aplicable a la base de la deducción en favor de la empresa donante será el 40%. Este porcentaje, además, se vería incrementado en cinco puntos porcentuales en el supuesto del régimen de mecenazgo prioritario previsto en el artículo 27.3 apartado Segundo, segundo párrafo, de la Ley 49/2002.

Teniendo en cuenta lo anterior, el régimen de mecenazgo prioritario en personas jurídicas implica que éstas pueden deducirse por las donaciones realizadas a Fundación Deporte Joven, un mínimo del 40% y un máximo del 45% en la cuota del IS.

La base de la deducción no podrá exceder del 10% de la base imponible del periodo impositivo. Las cantidades que excedan de este límite y por lo tanto no han podido deducirse, podrán aplicarse en los periodos impositivos que concluyan en los diez años inmediatos y sucesivos.

Remisión por el Órgano Administrativo de las certificaciones expedidas a la Agencia Estatal de Administración Tributaria (en adelante AEAT)

Tanto en el supuesto de certificados emitidos por el Órgano Administrativo derivados de gastos de publicidad y propaganda asociados al acontecimiento (apartado 2.1 anterior), como en el supuesto de certificados emitidos por mecenazgo prioritario (apartado 2.2 anterior), el Órgano Administrativo encargado de la ejecución del programa de apoyo a la celebración del acontecimiento de excepcional interés público Programa "Deporte Inclusivo" remitirá al Departamento de Gestión Tributaria de la AEAT, en los meses de enero, abril, julio y octubre, copia de las certificaciones emitidas en el trimestre anterior, para su ulterior remisión a los correspondientes órganos de gestión, según establece el artículo 11 del Reglamento.

Si el citado Órgano no hubiera emitido la certificación solicitada, deberá remitir copia de la solicitud presentada por el interesado.

3. PROCEDIMIENTO QUE HA DE SEGUIR LA Fundación Deporte Joven COMO ENTIDAD RECEPTORA DE LAS DONACIONES O APORTACIONES, PARA LA APLICACIÓN DE LOS BENEFICIOS FISCALES

Este procedimiento se establece de conformidad con los artículos 24 y 27 de la Ley 49/2002 y los artículos 6 y 12 del Reglamento.

1. Expedición, por la entidad beneficiaria, de certificación de los donativos, donaciones y aportaciones recibidas

Para tener derecho a las correspondientes deducciones fiscales, se debe acreditar la efectividad de las mismas mediante certificación expedida por la Fundación Deporte Joven que se remitirá a las empresas que han realizado las aportaciones, en función de las actividades a desarrollar, que deberá contener la siguiente información según lo estipulado en el artículo 6.1 del Reglamento:

a) El número de identificación fiscal y los datos de identificación fiscal del donante y de la entidad donataria

b) Mención expresa de que la Fundación Deporte Joven, como entidad donataria, destinataria de las donaciones que se realicen para la ejecución del Programa de apoyo al acontecimiento de excepcional interés público, se encuentra incluida entre las entidades beneficiarias de mecenazgo de acuerdo con lo establecido en art. 16 de 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 las normas imperativas civiles que regulan la revocación de donaciones.

2. Remisión a la AEAT, por la entidad beneficiaria Fundación Deporte Joven, de una declaración informativa sobre las certificaciones expedidas de los donativos, donaciones y aportaciones deducibles

2.1 La Fundación Deporte Joven, como entidad beneficiaria, estará obligada a remitir a la Administración tributaria una declaración informativa sobre las certificaciones emitidas de los donativos, donaciones y aportaciones deducibles percibidas durante cada año natural.
La declaración informativa (modelo 182) recogerá, además de los datos e identificación de la entidad, la siguiente información referida a los donantes:

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 especia valoración de lo donado o aportado.
d) Referencia a si el donativo se percibe para la realización del acontecimiento.
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.

2.2 El plazo de presentación a la Administración tributaria de esta declaración informativa se realizará en el mes de enero de cada año, en relación con los donativos, donaciones o aportaciones percibidos durante el año inmediato anterior.

3. Remisión de documentación, por parte de la entidad beneficiaria, Fundación Deporte Joven, al Órgano Administrativo encargado de la ejecución del programa y obtención de la correspondiente certificación

a) La Fundación Deporte Joven remitirá al Órgano Administrativo de la ejecución del programa de apoyo a la celebración del acontecimiento de excepcional interés público Programa "Deporte Inclusivo" la relación de las actividades financiadas con cargo a las aportaciones, así como copia de las certificaciones expedidas, dentro de los dos meses siguientes a la finalización de cada ejercicio.

b) El Órgano Administrativo, expedirá la correspondiente certificación a las entidades donantes, con copia a la Fundación Deporte Joven, según lo dispuesto en el artículo 10 del Reglamento, en la que se certifique que la actividad realizada se enmarca dentro de los planes y programas aprobados por dicho Órgano.

V. ANEXOS

ANEXO 1. Programa de desarrollo de los objetivos, planes y actividades aplicables a la celebración del Programa "Deporte Inclusivo"

ANTECEDENTES

La Convención sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad de Naciones Unidas fue creada el 13 de diciembre de 2006 con el fin de "*promover, proteger y asegurar el goce pleno y en condiciones de igualdad de todos los derechos humanos y libertades fundamentales por todas las personas con discapacidad …"*. Esta Convención fue ratificada por España el 23 de noviembre de 2007, entrando en vigor en su marco jurídico el 3 de mayo del 2008. En el artículo 30 de su instrumento de ratificación se establece la necesidad de que los Estados Partes, deben tomar las medidas pertinentes para que los adultos y niños con discapacidad tengan acceso a actividades de ocio, recreación y deporte, tanto en entornos inclusivos como específicos. En concreto, en su apartado 5 propone una serie de medidas relativas a la participación en igualdad de condiciones en actividades deportivas como:

- ✓ Alentar y promover la participación de las personas con discapacidad en las actividades deportivas generales a todos los niveles.
- ✓ Asegurar que las personas con discapacidad tengan la oportunidad de organizar y desarrollar actividades deportivas […] y, a ese fin, alentar a que se les ofrezca, en igualdad de condiciones con las demás, instrucción, formación y recursos adecuados.
- ✓ Asegurar que las personas con discapacidad tengan acceso a instalaciones deportivas, recreativas y turísticas.
- ✓ Asegurar que los niños y las niñas con discapacidad tengan igual acceso con los demás niños y niñas a la participación en actividades lúdicas, recreativas, de esparcimiento y deportivas, incluidas las que se realicen dentro del sistema escolar.
- ✓ Asegurar que las personas con discapacidad tengan acceso a los servicios de quienes participan en la organización de actividades recreativas, turísticas, de esparcimiento y deportivas.

DEFINICIÓN DEL PROYECTO

DEPORTE INCUSIVO es un programa que busca promover la práctica deportiva de personas con discapacidad como herramienta para su integración social.

La práctica deportiva además de ser un poderoso instrumento para el fomento de la salud, favorece dinámicas que equilibran las diferencias personales permitiendo la inclusión de las personas con discapacidad en sus entornos sociales.

El deporte inclusivo promueve la sensibilización, conocimiento y respeto a la diferencia, así como hábitos de vida saludables, y por ello, es una de las mejores maneras para promocionar el deporte de personas con discapacidad, a todos los niveles.

ANEXO 1. Programa de desarrollo de los objetivos, planes y actividades aplicables a la celebración del Programa "Deporte Inclusivo"

Es responsabilidad de las administraciones garantizar el acceso universal a la práctica deportiva de calidad, promoviendo hábitos de vida saludables que nos lleven a una sociedad más saludable y con mayor cohesión social.

DESCRIPCIÓN DE LAS ACTIVIDADES POR GRUPO DE ACTUACIÓN

A continuación se describen, con carácter enunciativo y no limitativo, las diferentes actuaciones que podrían desarrollarse por cada grupo de actuación:

A. VISIBILIZACIÓN Y PROMOCIÓN DEL DEPORTE INCLUSIVO

La promoción, comunicación y sensibilización de la actividad física y deportiva en entornos inclusivos, desde la escuela hasta programas en el marco de las federaciones deportivas, que permita una mayor integración de las personas con discapacidad en la sociedad:

- ✓ Campañas de promoción de la actividad física y deportiva inclusiva en la escuela que motive a los centros educativos, profesores de E.F. y técnicos deportivos para que adopten medidas inclusivas a diferentes niveles (organizativo, curricular, de innovación, de desarrollo…), facilitando la integración del alumnado con discapacidad en las actividades físico deportivas tanto curriculares como extracurriculares de su centro.
- ✓ Apoyo a las federaciones deportivas y clubes para promover la actividad deportiva inclusiva (actividades recreativas, competiciones, concentraciones, etc.).
- ✓ Campañas de difusión y sensibilización sobre el deporte y la actividad física inclusiva en diferentes medios de comunicación.
- ✓ Planes de visibilidad de las competiciones inclusivas en todos los medios de comunicación.
- ✓ Acciones que tengan como objetivo la difusión de los éxitos del deporte para personas con discapacidad, así como el conocimiento de la sociedad de las personas que lo hacen posible (charlas de deportistas en centros educativos, videos divulgativos, etc.)
- ✓ Programas en los que se involucren personalidades de diferentes ámbitos de la sociedad como embajadores para difundir el mensaje de Deporte Inclusivo a través de sus redes sociales y otras actuaciones.
- ✓ Programas de apoyo a las federaciones deportivas para promover competiciones inclusivas tanto a nivel nacional como internacional.

ANEXO 1. Programa de desarrollo de los objetivos, planes y actividades aplicables a la celebración del Programa "Deporte Inclusivo"

- ✓ Fomento de nuevos formatos deportivos para conseguir la máxima difusión y práctica del deporte entre personas con y sin discapacidad (actividades populares, competiciones formativas en centros educativos, federaciones, clubes, etc.).
- ✓ Planes de apoyo al proceso de integración del deporte para personas con discapacidad en las federaciones deportivas de cada especialidad.

B. MEJORAR LA FORMACIÓN Y ESPECIALIZACIÓN EN DEPORTE Y DISCAPACIDAD DE LOS RESPONSABLES DE LA EDUCACIÓN FÍSICA Y EL DEPORTE

La formación especializada en personas con discapacidad como garantía de excelencia de los profesionales vinculados a la actividad física y el deporte:

- ✓ Programas de formación especializada para profesores de Educación Física con el fin de que puedan impartir una docencia de calidad en sus clases normalizadas.
- ✓ Planes de formación especializada en actividad física y deporte adaptado e inclusivo, favoreciendo la óptima capacitación y especialización de los técnicos deportivos.
- ✓ Elaboración de materiales didácticos de buenas prácticas en la Educación Física y la actividad física deportiva inclusiva, que sirva de referencia a todos los profesionales del área.

C. GARANTIZAR EL ACCESO Y EL USO DE LAS INSTALACIONES DEPORTIVAS Y DE MATERIAL ESPECÍFICO COMO ELEMENTO FUNDAMENTAL EN LA IGUALDAD DE OPORTUNIDADES

La accesibilidad al deporte a través de actuaciones que faciliten el acceso y uso de todo tipo de instalaciones deportivas a las personas con discapacidad:

- ✓ Programas de ayuda a la accesibilidad en las instalaciones deportivas, para facilitar la práctica deportiva a las personas con discapacidad.
- ✓ Planes para facilitar el transporte de personas con discapacidad a las instalaciones deportivas.
- ✓ Actuaciones para financiar material deportivo específico para personas con discapacidad.

ANEXO 2. MODELO DE SOLICITUD DE INCLUSIÓN DEL PROYECTO EN EL PROGRAMA DE DESARROLLO DEL ACONTECIMIENTO (1 de 5)

Insertar LOGOTIPO DEL SOLICITANTE (si lo tiene)

MODELO DE SOLICITUD EN RELACIÓN CON EL PROGRAMA DE APOYO A LA CELEBRACIÓN DEL ACONTECIMIENTO DE EXCEPCIONAL INTERÉS PÚBLICO PROGRAMA "DEPORTE INCLUSIVO", DE INCLUSIÓN DE PROYECTO EN LOS PLANES Y PROGRAMAS DE ACTIVIDADES DEL ACONTECIMIENTO.

Dña./D. ……con DNI…….. en su condición de ……de la ENTIDAD……., con CIF ……., domiciliada en……., inscrita en el Registro de ……., con el número……., con fecha ……..

E X P O N E

Que de acuerdo con la disposición adicional octogésima novena de la Ley 6/2018, de 3 de julio, de Presupuestos Generales del Estado para el año 2018, que reconoce la consideración como acontecimiento de excepcional interés público al Programa "Deporte Inclusivo", 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.

Que de acuerdo con la Orden PCI/239/2019, de 4 de marzo, por la que se crea el órgano administrativo encargado de la ejecución del programa de apoyo a la celebración del acontecimiento de excepcional interés público Programa "Deporte Inclusivo", se establece, en su artículo 4, apartado b) que la aprobación del programa de desarrollo y concreción de los objetivos, planes y actividades específicas aplicables a la celebración del Programa "Deporte Inclusivo" requerirá el voto favorable de los representantes del Consejo Superior de Deportes.

Y por ello, **S O L I C I T O**

Que se someta a consideración por el Consejo Superior de Deportes y se incluya dentro de los planes y programas de actividades del acontecimiento de excepcional interés público Programa "Deporte Inclusivo", la propuesta de proyecto presentada por la entidad que represento, asumiendo el compromiso de cumplir con todas las obligaciones que se deriven de su inclusión, de conformidad con lo establecido en el Título III de la Ley 49/2002 citada y su Reglamento aprobado por Real Decreto 1270/2003, de 10 de octubre.

Y para que conste a los efectos oportunos, firmo en ……, el día ……

Dirigido al órgano administrativo encargado de la ejecución del programa de apoyo a la celebración del acontecimiento de excepcional interés público Programa "Deporte Inclusivo". Consejo Superior de Deportes.. Calle Martín Fierro, 5 (28040 – Madrid).

ANEXO 2. MODELO DE SOLICITUD DE INCLUSIÓN DEL PROYECTO EN EL PROGRAMA DE DESARROLLO DEL ACONTECIMIENTO (2 de 5)

DATOS GENERALES

TÍTULO	
ENTIDAD PROMOTORA	
Domicilio:	
Nombre y apellidos, e-mail y teléfono de la persona de contacto:	
Lugar de Desarrollo:	
Fechas de realización:	

1) Breve resumen del proyecto y su relación con el Programa "Deporte Inclusivo"

ANEXO 2. MODELO DE SOLICITUD DE INCLUSIÓN DEL PROYECTO EN EL PROGRAMA DE DESARROLLO DEL ACONTECIMIENTO (3 de 5)

2) Descripción detallada de las actividades

3) Recursos humanos empleados en el proyecto

Total estimado (desglosado por funciones):

		=	
		=	
		=	
TOTAL PERSONAS		=	

4) Calendario de actuaciones

ANEXO 2. MODELO DE SOLICITUD DE INCLUSIÓN DEL PROYECTO EN EL PROGRAMA DE DESARROLLO DEL ACONTECIMIENTO (4 de 5)

5) Indicadores de Evaluación: Medidas o herramientas cuantificables cuyos valores nos permitan medir la idoneidad y consecución de los objetivos del proyecto

6) Presupuesto estimado <u>detallado</u> de gastos del proyecto

	=	
	=	
	=	
TOTAL GASTOS PREVISTOS	=	

7) Presupuesto estimado <u>detallado</u> de ingresos del proyecto

	=	
	=	
	=	
TOTAL INGRESOS PREVISTOS	=	

ANEXO 2. MODELO DE SOLICITUD DE INCLUSIÓN DEL PROYECTO EN EL PROGRAMA DE DESARROLLO DEL ACONTECIMIENTO (5 de 5)

8) Relación de documentación adicional

ANEXO 3. MODELO DE SOLICITUD DE CERTIFICACIÓN ACREDITATIVA DE LA ADECUACIÓN DE LOS GASTOS DE PUBLICIDAD Y PROPAGANDA REALIZADOS, A LOS OBJETIVOS Y PLANES

MODELO DE SOLICITUD ANTE EL ÓRGANO ADMINISTRATIVO DEL ACONTECIMIENTO DE EXCEPCIONAL INTERÉS PÚBLICO PROGRAMA "DEPORTE INCLUSIVO" DE CERTIFICACIÓN ACREDITATIVA DE LA ADECUACIÓN DE LOS GASTOS REALIZADOS A LOS OBJETIVOS Y PLANES DE DICHO ACONTECIMIENTO

Dña./D. ……, con DNI……, en calidad de ……,en representación de la entidad ……, con CIF ……, con domicilio fiscal …….. y domicilio a efectos de notificaciones ……, en la actualidad desarrollando o habiendo desarrollado las actividades que se determinan en la documentación que se acompaña a esta solicitud,

SOLICITO

Al Órgano Administrativo encargado de la ejecución del programa de apoyo a la celebración del acontecimiento de excepcional interés público Programa "Deporte Inclusivo" la expedición de certificación, en la que conste que la actividad llevada a cabo, consistente en gastos de publicidad esencial por importe de …… euros y publicidad no esencial por importe de …….. euros, se ha realizado en cumplimiento de los planes y programas aprobados por el Órgano Administrativo, de tal manera que le puedan ser de aplicación los beneficios fiscales previstos en La disposición adicional octogésima novena de la Ley 6/2018, de 3 de julio, de Presupuestos Generales del Estado para el año 2018, sobre beneficios fiscales aplicables al Programa "DEPORTE INCLUSIVO" 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.

Declaro que el ejercicio económico de la entidad coincide con el año natural **(en caso contrario, indicar otro).**

Declaro que la prorrata de IVA aplicable a la entidad en el año 20… ha sido del …%, lo que significa que el IVA no deducible y que ha supuesto un mayor coste para la entidad ha sido del …%. **(Eliminar este párrafo en caso de que no sea de aplicación).**

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

Dirigido a la Secretaría del Órgano Administrativo del Programa "DEPORTE INCLUSIVO". Consejo Superior de Deportes. Calle Martín Fierro, 5 (28040 – Madrid)

	Documentación que se aporta en esta solicitud (marcar los que correspondan):
	Original o fotocopia compulsada de los siguientes documentos: ❑ Escritura de constitución ❑ Estatutos ❑ Inscripción de la entidad en el Registro Mercantil o registro oficial correspondiente ❑ Código de identificación fiscal ❑ De los documentos anteriores no se aportan los que se indican a continuación, ya que obran en poder del Órgano Administrativo y **mantienen su vigencia**: ……
	❑ Fotocopia del DNI del representante o apoderado ❑ El documento anterior no se aporta ya que obra en poder del Órgano Administrativo
	❑ Copia compulsada del poder del representante de la entidad con acreditación de su inscripción en el Registro correspondiente *(Se aconseja que todos los documentos, salvo el certificado de las agencias que prestan su plataforma, sean firmados por el mismo representante; en el caso de firmar varios representantes se debe acreditar la correspondiente representación de cada uno)* ❑ El documento anterior no se aporta ya que obra en poder del Órgano Administrativo y **mantiene su vigencia**
	❑ **Modelo de declaración responsable**: Memoria descriptiva de las características y finalidad del gasto realizado, su importe, carácter esencial o no del mismo y su relación directa con la celebración del acontecimiento de excepcional interés público Programa "Deporte Inclusivo" **(Utilizar Modelo de Declaración Responsable del Manual de uso para empresas colaboradoras)**
	❑ **Modelo/s de relación de facturas**: Acreditación del gasto en publicidad realizado mediante relación de las 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 en formato Excel que se incluirá en el pendrive mencionado a continuación **NO se deben enviar facturas originales ni fotocopias de las mismas** **(Utilizar Modelos de Relación de Facturas del Manual de uso para empresas colaboradoras, en función del tipo de publicidad -esencial o no esencial- y de si la empresa tiene prorrata en el IVA o no)**

	❑ **Soporte informático (pendrive)** 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.) Importante: **En el caso de "soportes publicitarios digitales, páginas web, dispositivos móviles, aplicaciones para móviles y tabletas, redes sociales, etc.", se tiene que enviar en el pendrive, por cada campaña publicitaria, en fichero informático, una captura de pantalla del video de la página web donde se inserta el anuncio en forma de pastilla gráfica estática o dinámica (dependiendo de si el anuncio tiene o no movimiento) en el que quede reflejado el anuncio completo. Este fichero será preferiblemente en formato MP4**
	❑ Otra documentación que se ha considerado necesaria para la justificación del beneficio fiscal aplicable. Detallar la misma……

ANEXO 4. MODELO DE DECLARACIÓN RESPONSABLE

Nota: ***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 en todas sus hojas***

Dña./D. ……., 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 para el Programa "DEPORTE INCLUSIVO" durante el periodo que abarca entre el … de …….. de 20xx y el … de …….. de 20xx, es el siguiente (*indicar solamente los soportes utilizados)*:

	Periodo entre el … de …….. de 20xx y el … de …….. de 20xx (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 Programa "Deporte Inclusivo" en los anuncios de la empresa durante el período comprendido entre el … de …….. de 20xx y el … de …….. de 20xx

DOS.- Las campañas de **TELEVISIÓN o CINE** (no se incluyen en este apartado datos por cesión por parte de los medios de comunicación de "espacios gratuitos para la inserción por parte de la Asociación Deporte Olímpicos de anuncios dedicados a la promoción del acontecimiento" incluidos en el apartado VEINTIOCHO) 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 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 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 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 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 se incluyen en este apartado datos por cesión por parte de los medios de comunicación de "espacios gratuitos para la inserción por parte de la Asociación Deporte Olímpicos de anuncios dedicados a la promoción del acontecimiento" incluidos en el apartado VEINTIOCHO) se realizaron con el siguiente detalle:

A) Publicidad esencial:

El logotipo del acontecimiento 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 roba páginas y 20 mm mínimo en los faldones, ocupando en todos los casos como mínimo un 10% de la base del anuncio.

- 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 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 y "PODCAST" de AUDIO** (no se incluyen en este apartado datos por cesión por parte de los medios de comunicación de "espacios gratuitos para la inserción por parte de la Asociación Deporte Olímpicos de anuncios dedicados a la promoción del acontecimiento" incluidos en el apartado VEINTIOCHO) se realizaron con el siguiente detalle:

Publicidad esencial:
La empresa utilizó la locución *"… Empresa colaboradora con el Programa Deporte Inclusivo"* 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:

- En los folletos, la tirada mínima ha sido de 200.000 ejemplares anuales.
- En los folletos plegados el logotipo del acontecimiento, ha aparecido 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 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 ha ocupado al menos el 10% de la base del catálogo.

- Campañas:

Indicar si se trata de FOLLETO o CATÁLOGO	CAMPAÑA	TIRADA ANUAL

El importe de los gastos de publicidad abonados por este concepto en CATÁLOGOS, excluido el IVA, considerados como ESENCIALES, asciende a ……
El importe de los gastos de publicidad abonados por este concepto en FOLLETOS, 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 tiene un tamaño que permite su correcta visibilidad y legibilidad y son las siguientes:

- Campañas:

Indicar si se trata de FOLLETO o CATÁLOGO	CAMPAÑA	TIRADA ANUAL

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

El importe de los gastos de publicidad abonados por este concepto en FOLLETOS, 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 encartes y "mailings", o destinatarios anuales en el caso de "e-mailings".
- En el caso de encartes y "mailings", el logotipo del acontecimiento 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 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 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 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:

- El logotipo del acontecimiento se situó en el margen inferior del anuncio.
- En las vallas el ancho mínimo del logotipo del acontecimiento ha sido de un 10% del ancho de la misma.
- En los "mupis/opis", marquesinas y cabinas el ancho mínimo ha sido de 140 mm. En todos los casos el logotipo del acontecimiento ha ocupado un mínimo del 10% de la base del anuncio.
- En las video pantallas, el logotipo del acontecimiento 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 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 tiene un tamaño que permite su correcta visibilidad y legibilidad y son las siguientes:

- 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, VINILOS, ESCAPARATES Y LONAS** se realizaron con el siguiente detalle:

A) Publicidad esencial:

- El logotipo del acontecimiento se ha situado en el margen inferior del anuncio.
- En todos los casos el ancho del logotipo ha sido como mínimo del 10% de la base del soporte.
- En banderolas dobles en las que el logotipo del acontecimiento se ha colocado solamente en una de las caras de la banderola, el ancho del logotipo ha sido como mínimo del 20% de la base del soporte.

- Campañas:

CAMPAÑA	TIPO DE SOPORTE (Banderola, cartel, vinilo, escaparate, lona)

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 tiene un tamaño que permite su correcta visibilidad y legibilidad y son las siguientes:

- Campañas:

CAMPAÑA	TIPO DE SOPORTE (Banderola, cartel, vinilo, escaparate, 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 **STANDS EN FERIAS Y EN EVENTOS DEPORTIVOS,** se realizaron con el siguiente detalle:

A) Publicidad esencial:

- La presencia del logotipo del acontecimiento 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 stand solamente de suelo, el logotipo del acontecimiento ha quedado siempre visible, ya sea en el suelo o en "roll ups"

- Campañas:

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) 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 tiene un tamaño que permite su correcta visibilidad y legibilidad y son las siguientes:

- Campañas:

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 **PUNTOS DE INFORMACIÓN** se realizaron con el siguiente detalle:

A) Publicidad esencial:

- 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 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 se ha situado en la parte frontal de las mismas, con un mínimo del 12% del ancho de la base.

- Campañas:

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) 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 tiene un tamaño que permite su correcta visibilidad y legibilidad y son las siguientes:

- Campañas:

CAMPAÑA	SOPORTE (Poste de información, caseta de información)

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

ONCE.- Las campañas en **MERCHANDISING** se realizaron con el siguiente detalle:

A) Publicidad esencial:

- El logotipo del acontecimiento ha sido 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 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 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.

- Campañas:

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) 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 tiene un tamaño que permite su correcta visibilidad y legibilidad y son las siguientes:

- Campañas:

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 **MARKETING DIRECTO** se realizaron con el siguiente detalle:

A) Publicidad esencial:

- La tirada mínima del soporte fue de 150.000 ejemplares anuales. El logotipo del acontecimiento 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 han llevado el logotipo del acontecimiento.

- 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 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 ha sido visible en todo momento por el público y ha compartido el mismo espacio que el de la empresa.
- Ambos logos han tenido como mínimo el mismo peso visual. Por "peso visual" se considera "la superficie", es decir, el resultado de multiplicar el ancho por el alto.

- 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) 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 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 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 ha sido perfectamente visible, a la misma altura que el logotipo de la empresa y no ha quedado oculto por ventanas emergentes.
- En el caso de utilización de video banners, el logotipo del acontecimiento 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.)

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

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 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) (no se incluyen en este apartado datos cuando la publicidad se ha realizado en la propia web de la empresa colaboradora, que se incluye en el apartado VEINTIDÓS) **:**

- En la web creada para la difusión del acontecimiento y "microsite", el logotipo del acontecimiento 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 logotipo de la empresa y no ha quedado oculto por ventanas emergentes. Ha tenido contenidos específicos (mínimo una página) de difusión del acontecimiento y se ha introducido un link que ha llevado a la página oficial del mismo www.deportejoven.es

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

- Campañas:

CAMPAÑA DE LA PÁGINA WEB

El importe de los gastos de publicidad abonados por este concepto, excluido el IVA, considerados como 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 tiene un tamaño que permite su correcta visibilidad y legibilidad y son las siguientes:

- Campañas:

CAMPAÑA DE LA PÁGINA WEB

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 CARGA Y TRANSPORTE**, se realizaron con el siguiente detalle:

A) Publicidad esencial:

El logotipo del acontecimiento 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 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 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 ha ocupado el 100% de la base de la lona manteniendo su proporción.
- El logotipo del acontecimiento 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 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 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 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 ……

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

A) Publicidad esencial:

- El logotipo del acontecimiento 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 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:

Publicidad esencial:

Se realizó una locución diciendo *"…Empresa colaboradora con el Programa Deporte Inclusivo…."*, manteniéndose esta locución de manera perfectamente comprensible.

- Campañas:

CAMPAÑA	IMPORTE GASTOS DE PUBLICIDAD SI EL SOPORTE SE HA CONTRATADO CON TERCEROS (si no es grabación automática)	IMPORTE GASTOS DE PUBLICIDAD SI EL SOPORTE ES PROPIEDAD DE LA EMPRESA (si no es grabación automática)	IMPORTE GASTOS DE PUBLICIDAD SI ES GRABACIÓN ÁUTOMÁTICA

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

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

A) Publicidad esencial:

- El logotipo del acontecimiento ha tenido como mínimo el mismo peso visual que la marca de la empresa, partiendo de un ancho 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 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 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 ……

VEINTIDÓS.- Las campañas en la **WEB DEL COLABORADOR**, se realizaron con el siguiente detalle:

A) Publicidad esencial:

El logotipo del acontecimiento ha aparecido en la "home" y en lugares destacados en los apartados de la web relacionados con el acontecimiento. El logotipo ha tenido como mínimo el mismo peso visual que el de la empresa colaboradora. En todo momento ha sido perfectamente visible, a la misma altura que el logotipo de la empresa y no ha quedado oculto por ventanas emergentes. Ha tenido contenidos específicos (mínimo una página) de difusión del acontecimiento y se ha introducido un link que ha llevado a la página oficial del mismo www.deportejoven.es

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

- Campañas:

CAMPAÑA	COSTE

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 tiene un tamaño que permite su correcta visibilidad y legibilidad y son las siguientes:

- Campañas:

CAMPAÑA	COSTE

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

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

A) Publicidad esencial:

- El logotipo del acontecimiento 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 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 NO ESENCIALES, asciende a ……

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

A) Publicidad esencial:

- El logotipo del acontecimiento 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 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 NO 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 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 de se ha imprimido en la parte inferior de al menos 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 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 (superficie menor o igual a 200 cm^2) el ancho mínimo del logotipo ha sido de 20 mm y en las grandes (superficie mayor a 200 cm^2) ha sido como mínimo de 30 mm.
- **Material de construcción** (sacos, film y otros):

• En los sacos el logotipo del acontecimiento se ha imprimido en un área visible en, al menos, 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 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 30% respecto a las dimensiones de la marca de la empresa.

- **Palés**: El logotipo del acontecimiento 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 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 NO ESENCIALES, asciende a ……

VEINTISEIS.- Las campañas en **LATAS, BOTELLAS, BOTELLINES, ENVASES ALIMENTARIOS, TETRABRIKS Y BOLSAS CONTENEDORAS**, se realizaron con el siguiente detalle:

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

- **Latas, botellas y botellines**, el ancho del logotipo del acontecimiento ha ocupado como mínimo el 10% del ancho del soporte, ha aparecido en el sentido de la lectura y su ancho ha sido como mínimo de 20 mm.
- **Envases alimentarios y tetrabriks**, el ancho del logotipo del acontecimiento ha ocupado como mínimo un 10% del ancho del soporte. En el caso de tetrabriks, el logotipo ha aparecido en las dos caras y en el sentido de la lectura; en los tetrabriks grandes (capacidad mayor o igual a 1 litro) el ancho del logotipo ha sido como mínimo de 30 mm y en los pequeños (capacidad menor a 1 litro) como mínimo de 20 mm.
- **Bolsas contenedoras** el ancho del logotipo del acontecimiento ha sido como mínimo de 30 mm. y ha ocupado como mínimo un ancho del 10% de la base de la bolsa.

- 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 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 **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 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 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

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 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 ……

VEINTIOCHO.- Las campañas mediante la **CESIÓN POR LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE ESPACIOS GRATUITOS, PARA LA INSERCIÓN POR PARTE DE LA FUNDACIÓN DEPORTE JOVEN 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):***

Se han cumplido los requisitos establecidos en los apartados dos (TV y cine) y/o tres (Prensa y revistas) y/o cuatro (Radio y "podcast" de radio) de esta declaración responsable

A.1. "Especial cobertura informativa del acontecimiento de excepcional interés público Programa "Deporte Inclusivo"

- Campañas:

CAMPAÑA	Tipo de soporte (TV, cine, prensa, revistas, radio)	IMPORTE

A.2. "Publicidad de la imagen y del logotipo, del acontecimiento de excepcional interés público Programa "Deporte Inclusivo", en las campañas publicitarias propias de la empresa.

- Campañas:

CAMPAÑA	Tipo de soporte (TV, cine, prensa, revistas, radio)	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 Programa "Deporte Inclusivo"

- Campañas:

CAMPAÑA	Tipo de soporte (TV, cine, prensa, revistas, radio)	IMPORTE

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> *(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 Programa "Deporte Inclusivo".

<u>- Campañas</u>:

CAMPAÑA	Tipo de soporte (TV, cine, prensa, revistas, radio)	IMPORTE

B.2. "Publicidad de la imagen y del logotipo del acontecimiento de excepcional interés público Programa "Deporte Inclusivo", en las campañas publicitarias propias de la empresa.

<u>- Campañas</u>:

CAMPAÑA	Tipo de soporte (TV, cine, prensa, revistas, radio)	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 Programa "Deporte Inclusivo".

- Campañas:

CAMPAÑA	Tipo de soporte (TV, cine, prensa, revistas, radio)	IMPORTE

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

Y para que así conste firmo la presente declaración, en …….. a .. de …….. de 20xx

(firma de la/del representante de la entidad)

ANEXO 5 (empresas sin prorrata en el IVA)

MODELO DE RELACIÓN DE FACTURAS DE ACTUACIONES PUBLICITARIAS VINCULADAS A LA SOLICITUD DE CERTIFICACIÓN PARA EL PROGRAMA "DEPORTE INCLUSIVO"

EJERCICIO 20xx_

PUBLICIDAD ESENCIAL (Empresa sin prorrata en el IVA)

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	

(*) Los soportes deben agruparse por medios de publicidad (TV, radio, folletos, etc.), sin intercalar unos con otros y dentro de cada medio se deben agrupar por campañas

En_____,a_____de_____de 20xx_

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

PROGRAMA
"DEPORTE INCLUSIVO"

ANEXO 5 (empresas sin prorrata en el IVA)

MODELO DE RELACIÓN DE FACTURAS DE ACTUACIONES PUBLICITARIAS VINCULADAS A LA SOLICITUD DE CERTIFICACIÓN PARA EL PROGRAMA "DEPORTE INCLUSIVO"

EJERCICIO 20xx_

PUBLICIDAD NO ESENCIAL (Empresa sin prorrata en el IVA)

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	

(*) Los soportes deben agruparse por medios de publicidad (TV, radio, folletos, etc.), sin intercalar unos con otros y dentro de cada medio se deben agrupar por campañas

En_____,a_____de_____de 20xx_

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

PROGRAMA
"DEPORTE INCLUSIVO"

ANEXO 5 (empresas con prorrata en el IVA)

MODELO DE RELACIÓN DE FACTURAS DE ACTUACIONES PUBLICITARIAS VINCULADAS A LA SOLICITUD DE CERTIFICACIÓN PARA EL PROGRAMA "DEPORTE INCLUSIVO"

EJERCICIO 20xx_

PUBLICIDAD ESENCIAL (Empresa con prorrata en el IVA)

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	Base Imponible	IVA no deducible	Base Imponible + IVA no deducible
			TOTAL IMPORTE			

(*) Los soportes deben agruparse por medios de publicidad (TV, radio, folletos, etc.), sin intercalar unos con otros y dentro de cada medio se deben agrupar por campañas

En_____,a_____de_____de 20xx_

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

ANEXO 5 (empresas con prorrata en el IVA)

MODELO DE RELACIÓN DE FACTURAS DE ACTUACIONES PUBLICITARIAS VINCULADAS A LA SOLICITUD DE CERTIFICACIÓN PARA EL PROGRAMA "DEPORTE INCLUSIVO"

EJERCICIO 20xx_

PUBLICIDAD NO ESENCIAL (Empresa con prorrata en el IVA)

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	Base Imponible	IVA no deducible	Base Imponible + IVA no deducible
			TOTAL IMPORTE			

(*) Los soportes deben agruparse por medios de publicidad (TV, radio, folletos, etc.), sin intercalar unos con otros y dentro de cada medio se deben agrupar por campañas

En_____,a_____de_____de 20xx_

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

ANEXO 6. MODELO DE CERTIFICACIÓN GENÉRICO QUE EMITE EL ÓRGANO ADMINISTRATIVO

Dña./D……., en calidad de Secretaria/o del Órgano Administrativo encargado de la ejecución del programa de apoyo a la celebración del acontecimiento de excepcional interés público Programa "Deporte Inclusivo",

CERTIFICO

Que el Órgano Administrativo que realiza la ejecución del programa de apoyo a la celebración del acontecimiento de excepcional interés público Programa "Deporte Inclusivo", en el ejercicio de sus competencias adoptó, con el voto favorable del representante del Ministerio de Hacienda y Función Pública, el acuerdo siguiente, según consta en el acta de la sesión celebrada en Madrid el día….de…….. de ….:

Solicitud de ……. (EMPRESA) de certificación de donación y adecuación de los gastos realizados a los objetivos y planes del programa de apoyo al Programa "Deporte Inclusivo", correspondiente al periodo que abarca de XXXXXXXXXXX a XXXXXXXXXXX

Visto el escrito de solicitud de certificación de la adecuación de los gastos realizados a los objetivos y planes del programa de apoyo al Programa "Deporte Inclusivo", presentado con fecha de entrada de …… en el Registro de la Secretaría del Órgano Administrativo, por Dña./D. ……., con NIF: ……., en calidad de ……, en nombre y representación de ……. (EMPRESA) , con CIF: ……, con domicilio fiscal y 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 certificado del ingreso, correspondiente a 201x, recibido por la Fundación Deporte Joven, con CIF G01390148, por un importe de …….. EUROS (…….. €), más el IVA correspondiente que asciende a …… EUROS (……. €), en concepto de aportación para la promoción, divulgación, apoyo y mecenazgo a la celebración del acontecimiento de excepcional interés público Programa "Deporte Inclusivo“ de acuerdo con el contrato firmado entre ambas partes de fecha ……, considerando que las cantidades percibidas lo son en concepto de donación irrevocable, pura y simple.

Vista la documentación presentada por ……. (EMPRESA) en la que consta que ha realizado gastos de publicidad y propaganda de proyección plurianual, de **modo esencial/modo no esencial** en el periodo comprendido entre el …… de …….. y el ……de ……., en televisión, radio, prensa, internet y otros soportes publicitarios cuya cuantía asciende a …….. EUROS (……. €), excluido el IVA soportado deducible, según el siguiente desglose:

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

A la solicitud le resulta de aplicación lo dispuesto en la disposición adicional octogésima novena de la Ley 6/2018, de 3 de julio, de Presupuestos Generales para 2018, sobre beneficios fiscales aplicables al Programa "Deporte Inclusivo" así como 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 los 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, el Órgano Administrativo encargado de su ejecución, 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 legal citada en la parte expositiva del presente acuerdo y toda la que resulte de aplicación, que la inversión en campañas publicitarias declaradas por ……. (EMPRESA) , con CIF: ……, con domicilio fiscal y a efectos de notificaciones en ……, de **modo esencial/modo no esencial**, por importe de … euros (….. euros), excluido el IVA soportado deducible, se enmarcan dentro de los planes y programas aprobados por el Órgano Administrativo encargado de la ejecución del programa de apoyo a la celebración del acontecimiento de excepcional interés público Programa "Deporte Inclusivo", 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, sin perjuicio de los límites legalmente establecidos; beneficios fiscales que, en su caso, serán reconocidos por el órgano competente de la Agencia Estatal de Administración Tributaria, previa solicitud de la mercantil ……. (EMPRESA).

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, ……. (EMPRESA) deberá presentar una solicitud ante la Agencia Estatal de Administración Tributaria, al menos 45 días naturales antes del inicio del plazo reglamentario de declaración-liquidación del Impuesto sobre Sociedades correspondiente al período impositivo en que haya de surtir efectos el beneficio fiscal cuyo reconocimiento se solicita, a la que deberá acompañar la presente certificación.

Y para que así conste y surta efectos donde fuere necesario, de acuerdo con los artículos 9 y 10 del Reglamento para la aplicación del régimen fiscal de las entidades sin fines lucrativos y de los incentivos fiscales al mecenazgo, expido la presente certificación de orden y con el visto bueno de la/del Sra./Sr. Presidenta/e del Órgano Administrativo encargado de la ejecución del programa de apoyo a la celebración del acontecimiento de excepcional interés público Programa "Deporte Inclusivo", en Madrid a … de ….de dos mil ……

Vº Bº: LA/EL PRESIDENTA/E
DEL ÓRGANO ADMINISTRATIVO

LA/EL SECRETARIA/O
DEL ÓRGANO ADMINISTRATIVO

ANEXO 7. MODELO PARA QUE LAS EMPRESAS SOLICITEN EL RECONOCIMIENTO PREVIO DE LOS BENEFICIOS FISCALES A LA AEAT

Modelo de Solicitud de reconocimiento previo del derecho de los sujetos pasivos a la aplicación de los beneficios fiscales aplicables al PROGRAMA "DEPORTE INCLUSIVO"

A LA AGENCIA ESTATAL DE ADMINISTRACIÓN TRIBUTARIA

Dña./D. ....., con NIF ....., actuando en nombre y representación de la **EMPRESA**, con CIF XXXXX y domicilio fiscal en la calle ..... número ... (.....), comparece y como mejor proceda en derecho,

EXPONE

Primero.- Que de acuerdo con lo establecido en el apartado 2 del artículo 7 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, el disfrute de los beneficios fiscales establecidos en la disposición adicional octogésima novena de la Ley 6/2018, de 3 de julio, de Presupuestos Generales para 2018, sobre beneficios fiscales aplicables al acontecimiento de excepcional interés público Programa "DEPORTE INCLUSIVO" requerirá el reconocimiento previo de la Administración tributaria según lo previsto en el artículo 9 del mencionado Real Decreto.

Segundo.- Que la **EMPRESA** ha realizado unos gastos de propaganda y publicidad de carácter plurianual, consistentes en la realización de campañas de publicidad del acontecimiento en medios de comunicación de carácter nacional y que sirven directamente para la promoción del acontecimiento Programa "DEPORTE INCLUSIVO", es decir, que cumplen los requisitos necesarios establecidos en el artículo 8 del citado Reglamento para la aplicación del Régimen Fiscal de las Entidades sin fines lucrativos y de los incentivos fiscales al mecenazgo.

Tercero.- Que dichos gastos de propaganda y publicidad fueron aprobados por el Órgano Administrativo encargado de la ejecución del programa de apoyo a la celebración del acontecimiento de excepcional interés público Programa “DEPORTE INCLUSIVO” y calificados como esenciales/no esenciales para la divulgación de la celebración del acontecimiento (se acompaña como documento nº1 copia de la certificación expedida por el citado Órgano).

Cuarto.- Que, de acuerdo con el artículo 8 del citado Reglamento, los gastos de propaganda y publicidad que otorgan el derecho a la aplicación de los beneficios fiscales aplicables al Programa “DEPORTE INCLUSIVO” deberán realizarse en cumplimiento de los planes y programas de actividades establecidos por el Órgano Administrativo gestor del acontecimiento.

Y en virtud de todo lo expuesto,

SOLICITA

Que, de acuerdo con lo establecido en disposición adicional octogésima novena de la Ley 6/2018, de 3 de julio, de Presupuestos Generales para 2018 y en el Reglamento para la aplicación del Régimen Fiscal de las Entidades sin fines lucrativos y de los incentivos fiscales al mecenazgo, tenga por presentado, en tiempo y forma debidos, el presente escrito y la documentación que al mismo se acompaña, se sirva admitirlos y, en sus méritos, previos los trámites que estime oportunos, se conceda el reconocimiento previo del derecho del solicitante a aplicar la deducción en el Impuesto sobre Sociedades, por la inversión en gastos de propaganda y publicidad efectuados en cumplimiento de los planes y programas de actividades establecidos por el Órgano Administrativo encargado de la ejecución del programa de apoyo a la celebración del acontecimiento de excepcional interés público Programa “DEPORTE INCLUSIVO”

En……, a .....

Fdo.: ……
EMPRESA

ANEXO 8. NORMATIVA

- **Ley 49/2002, de 23 de diciembre, de régimen fiscal de las entidades sin fines lucrativos e incentivos fiscales al mecenazgo**

- **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**

Ley 49/2002, de 23 de diciembre, de régimen fiscal de las entidades sin fines lucrativos e incentivos fiscales al mecenazgo

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 u 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.

Ley 49/2002, de 23 de diciembre, de régimen fiscal de las entidades sin fines lucrativos e incentivos fiscales al mecenazgo

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.

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.

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

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.

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

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 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.

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 100 del gasto realizado.

2. A efectos de la bonificación en el Impuesto sobre Actividades Económicas 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.

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

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 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.

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 la solicitud de dicho reconocimiento previo deberá adjuntarse certificación expedida por el consorcio o por el órgano administrativo correspondiente 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.

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, 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 u órgano administrativo correspondiente

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, 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.

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

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 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 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

El consorcio o el órgano administrativo correspondiente 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.

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

Si el consorcio o el órgano administrativo correspondiente 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 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.

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, 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 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.