



Galería
de las
Colecciones
Reales

**Dossier de información
para empresas colaboradoras**

Acontecimiento de Especial Interés Público
“Inauguración de la Galería
de las Colecciones Reales”

Aprobado con fecha 25/05/2023 por el órgano administrativo creado por la Orden PCM/360/2023



Contenidos

1. INTRODUCCIÓN	3
2. NORMATIVA APLICABLE	4
3. BENEFICIOS FISCALES	6
4. MANUAL DE USO Y APLICACIÓN PARA EMPRESAS COLABORADORAS....	8
4.1. MANUAL DE USO DE LA MARCA “INAUGURACIÓN DE LA GALERÍA DE LAS COLECCIONES REALES	10
4.2. CÁLCULO DE LA BASE DE LA DEDUCCIÓN FISCAL	19
I. Soportes cuya única finalidad es la publicidad del colaborador y del acontecimiento	24
II. Soportes cuya finalidad es distinta a la publicitaria	32
III. Soportes cuya finalidad principal es distinta a la publicitaria, según Resolución de 9 de junio de 2022 de la Dirección General de Tributos	38
4.3. PROCEDIMIENTO PARA LA SOLICITUD DE LA CERTIFICACIÓN ACREDITATIVA Y RECONOCIMIENTO DE LOS BENEFICIOS FISCALES	41
4.4. ACTIVIDADES INCLUIDAS EN EL PROGRAMA DE APOYO A LA INAUGURACIÓN DE LA GALERÍA DE LAS COLECCIONES REALES.....	45

ANEXOS

ANEXO 1. MODELO DE SOLICITUD DE INCLUSIÓN DEL PROYECTO EN EL PROGRAMA DE DESARROLLO DEL ACONTECIMIENTO	49
ANEXO 2. MODELO DE SOLICITUD DE CERTIFICACIÓN ACREDITATIVA DE LA ADECUACIÓN DE LOS GASTOS REALIZADOS A LOS OBJETIVOS Y PLANES	54
ANEXO 3. MODELO DE DECLARACIÓN RESPONSABLE	57
ANEXO 4. MODELO DE RELACIÓN DE FACTURAS	89
ANEXO 5. MODELO DE CERTIFICACIÓN GENÉRICO	91
ANEXO 6. MODELO PARA QUE LAS EMPRESAS SOLICITEN EL RECONOCIMIENTO PREVIO DE LOS BENEFICIOS FISCALES DE LA AEAT.....	94
ANEXO 7. NORMATIVA	96





1. Introducción

En 2023 se inaugura la Galería de las Colecciones Reales, el más importante proyecto cultural que se presenta en Europa a lo largo del año. Llamado a convertirse en el principal revulsivo cultural y turístico de la ciudad de Madrid, mostrará una exquisita selección de obras procedentes de las Colecciones Reales y servirá de escaparate de los Reales Sitios y de la conservación de los bienes artísticos y naturales que gestiona Patrimonio Nacional.

Con una arquitectura espectacular enclavada en el Madrid más antiguo, recibirá la visita de al menos 1,5M de personas, acogerá exposiciones temporales y proporcionará una excelente y moderna infraestructura cultural a la ciudad.

Dada la especial relevancia que comporta la inauguración de la Galería de las Colecciones Reales, la

disposición adicional quincuagésima novena de la Ley 31/2022, de 23 de diciembre, de Presupuestos Generales del Estado para el año 2023, otorga a la “Inauguración de la Galería de las Colecciones Reales” 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.

Siguiendo dicha Ley, para la correcta ejecución de los programas de apoyo a la celebración de la inauguración, la Orden PCM/360/2023, de 11 de abril, crea el órgano administrativo encargado de la ejecución del programa de apoyo a la celebración del acontecimiento de excepcional interés público «Inauguración de la Galería de las Colecciones Reales». Dicho organismo se encarga de la ejecución del programa y de

certificar la adecuación de los gastos realizados por las empresas colaboradoras a los objetivos y planes del mismo.

Las empresas que quieran colaborar en la promoción de la Inauguración de la Galería de las Colecciones Reales podrán aprovechar los beneficios fiscales que reconoce la normativa por gastos de publicidad y propaganda asociados al acontecimiento y por mecenazgo prioritario.

Además, existen otros beneficios como bonificaciones en el pago de licencias y tasas municipales, Impuesto de actividades Económicas e Impuesto de Transmisiones y Actos Jurídicos Documentados, aunque el procedimiento para beneficiarse de ellos no se desarrolla en este manual.

Por tanto, la inauguración de la Galería de las Colecciones reales representa una excepcional ocasión de ejercer un papel relevante en un acontecimiento clave para nuestra cultura para todas aquellas empresas concernidas por el enriquecimiento cultural de nuestra sociedad, así como una oportunidad única de ser reconocidas como ejemplo de imbricación de la sociedad civil en el sostenimiento de los bienes culturales que nos pertenecen a todos y que todos debemos contribuir a conservar para las generaciones futuras.



2. 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 artículo 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.

Así mismo, por Resolución de 25 de enero de 2018, de la Dirección General de Tributos, 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”.

Los criterios establecidos en la Resolución indicada anteriormente referidos a los soportes publicitarios de embalajes varios, latas, botellas, botellines, envases alimentarios y bolsas contenedoras se han visto modificados por la Resolución de 9 de junio de 2022 de la Dirección General de Tributos.

La disposición adicional quincuagésima novena de la Ley 31/2022, de 23 de diciembre, de Presupuestos Generales del Estado para el año 2023, sobre los beneficios fiscales aplicables al Programa «Inauguración de la Galería de las Colecciones Reales», establece que:

1. La Inauguración de la Galería de las Colecciones Reales tiene 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 a este acontecimiento abarcará desde el **desde el 1 de enero de 2023 hasta el 31 de diciembre de 2025**.
3. 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.
4. La certificación de la adecuación de los gastos realizados a los objetivos y planes del programa será competencia del órgano administrativo encargado de la ejecución del programa de apoyo a la celebración del acontecimiento de excepcional interés público «Inauguración de la Galería de las Colecciones Reales», creado por la Orden PCM/360/2023, de 11 de abril.
5. **Los beneficios fiscales de este programa serán los máximos** establecidos en el artículo 27.3 de la Ley 49/2002.
6. La aplicación de los beneficios fiscales se regirá por la citada Ley 49/2002, de 23 de diciembre, y por el 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.

2. Normativa aplicable

El 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 (en adelante Reglamento), establece en su artículo 8.1, para los periodos impositivos que se hayan iniciado a partir del 1 de enero de 2007, 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, apartado primero, de la Ley 49/2002, 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 correspondiente que:

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

– 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:

1.º 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 promocióne 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 consorcio o 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.

En los anexos 1 y 2 del presente Manual se incorporan respectivamente los modelos de las solicitudes de inclusión de proyectos en el programa de apoyo a la celebración de la Inauguración de la Galería de las Colecciones Reales y de certificado de adecuación de los gastos ante el órgano administrativo correspondiente. El anexo 3 contiene el modelo de declaración responsable, mientras que en el anexo 4 se recogen los modelos de relación de facturas publicitarias vinculadas a la solicitud de certificación para los acontecimientos de excepcional interés público, cuya utilización se considera altamente recomendable para facilitar las correspondientes comprobaciones. El modelo de certificado se encuentra en el anexo 5.

3. Beneficios fiscales

Los beneficios fiscales aplicables que establece el mencionado artículo 27.3 de la Ley 49/2002, de 23 diciembre, de régimen fiscal de entidades sin fines lucrativos e incentivos fiscales al mecenazgo son:

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. Encaso 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.

3. Beneficios fiscales

La Disposición final segunda del Real Decreto-ley 17/2020, de 5 de mayo, por el que se aprueban las medidas de apoyo al sector cultural y de carácter tributario para hacer frente al impacto económico y social del COVID-2019 modifica, con efectos desde el 1 de enero de 2020, el apartado 1 del artículo 19 de la citada Ley 49/2002, de 23 de diciembre, aumentando cinco puntos porcentuales la deducción correspondiente al conjunto de donativos, donaciones y aportaciones con derecho a deducción, determinada según lo dispuesto en el artículo 18 de la citada Ley a los contribuyentes del Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas.

Además, el Real Decreto-Ley 6/2023, de 23 de diciembre- recoge en su Libro IV una nueva modificación del actual régimen establecido en la Ley 49/2002, de 23 de diciembre, de régimen fiscal de las entidades sin ánimo de lucro y de incentivos fiscales al mecenazgo que tiene como objetivo principal incrementar los incentivos fiscales al mecenazgo, con independencia de si lo desarrollan personas físicas, personas jurídicas o no residentes y con efectos desde el 1 enero 2024, incrementando los porcentajes de deducción a que se refiere el párrafo anterior.

Con base en lo anterior, las deducciones por Mecenazgo prioritario quedan como sigue:

Base deducción IMPUESTO DE SOCIEDADES	% Mecenazgo prioritario
Sin fidelización	45%
Con fidelización	55%
Base deducción IRPF	% Mecenazgo prioritario
250 euros	85%
Resto base deducción sin fidelización	45%
Resto base deducción con fidelización	50%

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

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

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.



4. Manual de uso y aplicación para empresas colaboradoras

4. Manual de uso y aplicación para empresas colaboradoras

El presente Manual recoge 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.

Los criterios establecidos en la Resolución indicada anteriormente referidos a los soportes publicitarios de embalajes varios, latas, botellas, botellines, envases alimentarios y bolsas contenedoras se han visto modificados por la Resolución de 9 de junio de 2022 de la Dirección General de Tributos.

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 uso para empresas colaboradoras tiene por objeto:

1. Determinar los estándares de utilización de los logotipos y/o imagen del acontecimiento de excepcional interés público «Inauguración de la Galería de las Colecciones Reales» mediante la exposición del **Manual de Identidad Corporativa**.

2. 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.

3. 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.

4. Definir el procedimiento de reconocimiento de los beneficios fiscales.

5. Definir **los modelos de documentación** a aportar por las empresas colaboradoras y establecer la normativa aplicable a este procedimiento.

6. Enumerar los **planes y programas de actuación** que se realicen en el marco de la Inauguración de la Galería de las Colecciones Reales.



4.1 Manual de uso de la marca “Inauguración de la Galería de las Colecciones Reales”

4.1 Manual de uso de la marca

El **Manual de uso de la marca** recoge los elementos constitutivos de la Identidad Visual del Programa «Inauguración de la Galería de las Colecciones Reales» y establece los criterios mínimos para su correcto uso, estableciendo las normas de aplicación de la imagen corporativa en todos los ámbitos de comunicación y las soluciones a los posibles problemas gráficos, visuales o audiovisuales.

Se establecen para ello las pautas de construcción de sus elementos, el uso de las tipografías y las aplicaciones cromáticas de la marca, en sus usos más generalizados.

La consolidación del concepto de identidad corporativa y su aplicación integral al ámbito de la comunicación institucional es vital como valor estratégico.

Es necesaria una atención especial a las recomendaciones expuestas en este Manual, como documento que garantiza una unidad de criterios en la comunicación y difusión pública de la “Inauguración de la

Galería de las Colecciones Reales” en todos los soportes y aplicaciones.

Uso de la marca

Situación. El logotipo aparecerá en un lugar destacado, preferentemente las esquinas superior izquierda o derecha, y lo más íntimamente ligado que sea posible, a la marca del colaborador. En todo caso, deberá garantizarse la perfecta visualización y legibilidad del logotipo con el sentido de la lectura del resto del texto.

Calidad de impresión. Se han diseñado variantes del logotipo que se adaptan a diferentes sistemas de impresión y soportes (en cuatricromía, una tinta o plana).

Color. El logotipo deberá aparecer en los colores indicados y especificados en el este Manual.



Galería
de las Colecciones
Reales

Logotipo

Está compuesto por dos partes inseparables y claramente diferenciadas entre sí: el símbolo y la leyenda

4.1 Manual de uso de la marca

Configuraciones de la leyenda

Tiene las dos configuraciones que se muestran en esta página: 4 y 3 líneas. Grafiado en la tipografía Velino Sans Medium y Light.

Galería
de las
Colecciones
Reales

Configuración 4 líneas

Galería
de las Colecciones
Reales

Configuración 3 líneas

4.1 Manual de uso de la marca

Logotipo. Tipografía

Está compuesto por dos partes inseparables y claramente diferenciadas entre sí: el símbolo y la leyenda.

Aa

Velino Sans Medium

abcdefghijklmnñ
opqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNÑ
OPQRSTUVWXYZ
0123456789

Aa

Velino Sans Light

abcdefghijklmnñ
opqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNÑ
OPQRSTUVWXYZ
0123456789

La Tipografía corporativa
de la Galería de las Colecciones Reales
es la Velino Sans Medium y Light.
Diseñada por Dino dos Santos en 2010.



4.1 Manual de uso de la marca

Logotipo. Configuraciones

El logotipo del acontecimiento tiene tres configuraciones: la preferente, la horizontal y la vertical.



Configuración Preferente



Configuración Horizontal



Configuración Vertical

4.1 Manual de uso de la marca

Marca. Área de respeto

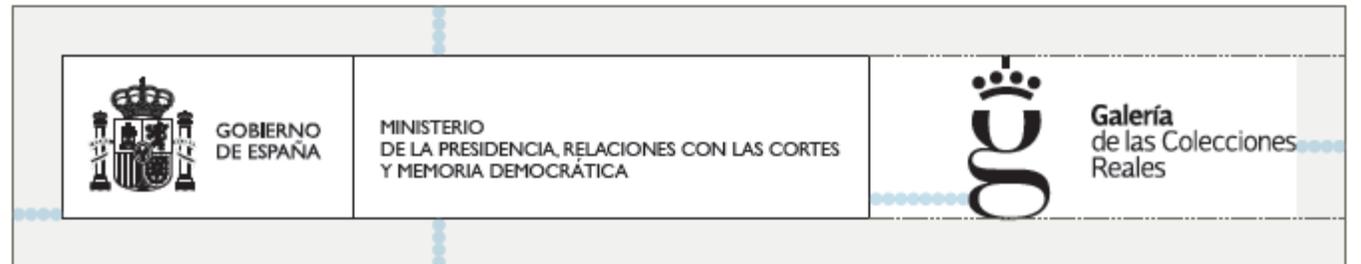
La imagen muestra el área de respeto mínima de la Configuración preferente y la horizontal al juntarse con otros elementos.



4.1 Manual de uso de la marca

Marca. Área de respeto

La imagen muestra el área de respeto mínima de la Configuración vertical al juntarse con otros elementos y la convivencia con el logotipo del ministerio.



4.1 Manual de uso de la marca

Color

El símbolo de la Galería de las Colecciones Reales es siempre monocromo, negro o gris corporativo cuando va en positivo, blanco sobre cualquiera de sus colores corporativos cuando va en negativo.

Colores corporativos



1º Color
complementario.

Color de apoyo
Utilizado para
fondos.



Triada de color
de colores
complementarios



4.1 Manual de uso de la marca

Marca

Versión negativa sobre fondo negro, azul y amarillo de la configuración preferente.





4.2 Cálculo de la base de la deducción fiscal

4.2 Cálculo de la base de la deducción fiscal

Para los gastos que reúnen las condiciones establecidas en el artículo 8.1 del Reglamento, anteriormente descritas (ver Normativa aplicable), el cálculo de la base de la deducción responde a una secuencia de tres etapas:

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 la base de deducción: La base de la deducción puede ser el total del valor publicitario determinado en la etapa 2 anterior o sólo el 25 por ciento en función del criterio de esencialidad. Más adelante se describirán los diferentes soportes, clasificados según que su finalidad principal sea la publicidad del colaborador y la del

acontecimiento, o bien sea esta distinta de la publicitaria.

De la cuota íntegra del impuesto por el que tribute el obligado tributario, se deducirá el 15 por ciento de la base de deducción calculada siguiendo la secuencia de las etapas antes descritas y se tendrán en cuenta para su aplicación dos condiciones:

- El importe de la deducción así calculada no puede exceder del 90 ciento de las donaciones que se hayan efectuado al consorcio, entidades de titularidad pública o entidades a que se refiere el artículo 2 de la Ley 49/2002, encargadas de la realización de programas y actividades relacionadas con el acontecimiento.
- La aplicación de esta deducción es incompatible con la posibilidad de que el contribuyente aplique en la cuota íntegra del impuesto que en cada caso proceda (Impuesto sobre Sociedades, Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas o Impuesto sobre la Renta de no Residentes), las deducciones por donaciones previstas en los artículos 19, 20, 21 y, en su caso, 22 de la Ley 49/2002.

A continuación se desarrolla cada una de estas fases.

4.2 Cálculo de la base de la deducción fiscal

4.2.1 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.

A los efectos de lo dispuesto en dicho artículo, debe entenderse por «realización de campañas de publicidad» toda forma organizada de comunicación, efectuada 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 artículo 8.1 del Reglamento.

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, emisiones de radio), publicidad exterior (vallas, carteles, lonas, banderolas), publicaciones (folletos, catálogos, encartes y «mailing») y productos promocionales (bolígrafos, camisetas, gorras).

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.

Supuestos en los que se considera que no existe contenido publicitario: No se considera que tengan el carácter de gasto de publicidad del acontecimiento a los efectos de aplicar la deducción fiscal aquellos cuya finalidad sea distinta a la publicitaria, como son los gastos de personal, amortizaciones o gastos de mantenimiento.

4.2 Cálculo de la base de la deducción fiscal

4.2.2 Reglas para cuantificar el contenido publicitario 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:

- i. 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.
- ii. Cuando se trate de soportes cuya finalidad principal es distinta a la publicitaria, si el logotipo del acontecimiento (símbolo + 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.
- iii. Cuando se trate de soportes cuya finalidad principal es distinta a la publicitaria, si el logotipo del acontecimiento (símbolo+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.

Excepción a lo indicado en los párrafos anteriores: de conformidad con la Resolución de 9 de junio de 2022 de la Dirección General de Tributos en los soportes publicitarios de embalajes varios, latas, botellas, botellines, envases alimentarios, tetrabriks y bolsas contenedoras, la base de la deducción es el coste total de esos soportes que incorporen el logotipo del acontecimiento.

4.2 Cálculo de la base de la deducción fiscal

4.2.3 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 en el que colabora, lo cual influirá de manera decisiva en la cuantificación de la base que finalmente resulte deducible, de acuerdo con las normas anteriormente mencionadas.

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

– **Esencial:** las condiciones que marcan la esencialidad del coste del contenido publicitario del soporte se rigen por criterios de difusión y notoriedad. El presente Manual especifica los 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 por cien 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 del acontecimiento (símbolo + leyenda) cumpla con un tamaño y/o duración que permita su correcta visibilidad y legibilidad. En este caso, únicamente el 25 por ciento de dicho gasto

publicitario tendrá la consideración de base de la deducción establecida en las normas arriba mencionadas.

A continuación, se describen los distintos soportes que se utilizan habitualmente para la difusión de eventos, en el bien entendido de que, si en el desarrollo del programa de apoyo, surgiese cualquier otro no incluido en este Manual, se someterá a la valoración de la Comisión Interadministrativa correspondiente su carácter publicitario, su cuantificación y su consideración de esencial previa consulta tributaria o petición de informe a la Dirección General de Tributos.

Se han considerado tres grupos de soportes diferentes:

- I. Soportes cuya única finalidad es la publicidad.
- II. Soportes cuya finalidad principal es distinta de la publicitaria.
- III. Soportes cuya finalidad principal es distinta de la publicitaria, de conformidad con lo establecido en la Resolución de 9 de junio de 2022 de la Dirección General de Tributos: embalajes varios, latas, botellas, botellines, envases alimentarios, tetrabriks y bolsas contenedoras.

4.2 Cálculo de la base de la deducción fiscal – Soportes

I. 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 la deducción tanto 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 de la Galería de las Colecciones Reales cumpla con un tamaño y/o duración que permita su correcta visibilidad y legibilidad. En este último caso, la base de la deducción vendrá determinada únicamente por el 25% del gasto en publicidad.

Televisión 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 al menos un 10 por ciento de la base de la pantalla.

Además, el logotipo de la Inauguración de la Galería de las Colecciones Reales (símbolo + leyenda) deberá figurar en pantalla por un espacio de tiempo mínimo equivalente al 50 por ciento de la duración del anuncio.

Los logotipos del medio audiovisual utilizado en ningún caso se sobrepondrán al logotipo de la Inauguración de la Galería de las Colecciones Reales.

La base de la deducción estará constituida por el coste de contratación con terceros o, en su caso, 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 adelante Ley 27/2014).

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, entendiéndose por tal todos los costes en los que incurran por la realización de la publicidad de los contenidos.

4.2 Cálculo de la base de la deducción fiscal – Soportes

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

Prensa y revistas

Página completa y media página: el logotipo de la Inauguración de la Galería de las Colecciones Reales tendrá un ancho mínimo de 35 mm en los anuncios de una página y de 30 mm en los de media página, ocupando en todos los casos como mínimo un 10 por ciento de la base del anuncio.

Robapáginas y faldón: el logotipo de la Inauguración de la Galería de las Colecciones Reales tendrá un ancho mínimo de 25 mm en los robapáginas y de 20 mm en los faldones, ocupando en todos los casos como mínimo un 10 por ciento de la base del anuncio.

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

En el supuesto 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.

En ningún caso se incluirá el coste de distribución.

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, entendiéndose por tal todos los costes en los que incurran por la realización de la publicidad de los contenidos.

Radio y podcast de audio

La locución “Empresa colaboradora con la Inauguración de la Galería de las Colecciones Reales” debe mantenerse inalterable y deberá pronunciarse de manera que sea perfectamente comprensible.

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

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

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

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

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, entendiéndose por tal todos los costes en los que incurran por la realización de la publicidad de los contenidos.

4.2 Cálculo de la base de la deducción fiscal – Soportes

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

Folleto y catálogos

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

En los folletos plegados, el logotipo de la Inauguración de la Galería de las Colecciones Reales aparecerá en el ángulo inferior derecho de la portada y de la contraportada, con un ancho mínimo de 22 mm, ocupando un mínimo del 10 por ciento de la base del folleto.

En los folletos no plegados, el logotipo de Galería de las Colecciones Reales aparecerá como mínimo en una de las caras, con un ancho mínimo de 22 mm, ocupando un mínimo del 10 por ciento de la base del folleto.

En los catálogos, el logotipo de la Inauguración de la Galería de las Colecciones Reales ocupará al menos el 10 por ciento de la base del catálogo.

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

Encartes, mailings y e-mailings

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

En el supuesto de encartes y «mailings», el logotipo de la Inauguración de la Galería de las

Colecciones Reales tendrá como mínimo el mismo peso visual que la marca de la entidad colaboradora, partiendo de un ancho mínimo de 20 mm, ocupando un mínimo del 10 por ciento de la base del anuncio.

En los «mailings», el logotipo de la Inauguración de la Galería de las Colecciones Reales deberá insertarse en todos sus elementos: sobre exterior, carta explicativa, folleto o revista (y en caso de revista se ha de incluir también contenidos del acontecimiento). Para «e-mailings», el de la Inauguración de la Galería de las Colecciones Reales deberá insertarse en el «e-mailing» y tendrá, como mínimo, el mismo peso visual que la marca del colaborador.

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

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



4.2 Cálculo de la base de la deducción fiscal – Soportes

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

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

El logotipo del acontecimiento de la Inauguración de la Galería de las Colecciones Reales deberá situarse en el margen inferior del anuncio, preferiblemente en el ángulo derecho.

Vallas: el tamaño mínimo será de un 10 por ciento del ancho.

Mupis/opis y marquesinas y cabinas: el tamaño mínimo será de 140 mm.

En todos estos casos el logotipo del acontecimiento ocupará como mínimo un 10 por ciento de la base del anuncio.

Video pantallas: el logotipo de la Inauguración de la Galería de las Colecciones Reales aparecerá según las condiciones establecidas para los spots de televisión.

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

Banderolas, cartelería, escaparates y lonas

El logotipo de de la Inauguración de la Galería de las Colecciones Reales deberá situarse en el margen inferior del soporte, preferentemente en el ángulo inferior derecho.

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

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

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



4.2 Cálculo de la base de la deducción fiscal – Soportes

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

Stand en ferias y eventos deportivos

La presencia del logotipo de la Inauguración de la Galería de las Colecciones Reales en el stand del colaborador será igual o superior al 10 por ciento de la totalidad de la extensión del mismo.

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

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

No obstante, no formará parte de la base de la deducción el coste de producción de los elementos estructurales del stand, como el mobiliario o hardware presentes en el mismo; 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.

Puntos de información

Poste de información: el logotipo de la Inauguración de la Galería de las Colecciones Reales aparecerá centrado y podrá ir precedido de la frase «aquí le informaremos sobre...». El ancho del logotipo será como mínimo del 50 por ciento del ancho de la base.

Caseta de información o mostradores: el logotipo de la Inauguración de la Galería de las Colecciones Reales irá siempre en la parte frontal de dicha caseta y tendrá un mínimo del 12 por ciento del ancho de la base.

Como la función esencial de estos elementos es la información de las actividades que forman parte del acontecimiento, la marca de la institución o colaborador 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.

4.2 Cálculo de la base de la deducción fiscal – Soportes

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

Merchandising

Quando se incluya el logotipo del acontecimiento en los distintos elementos promocionales gratuitos (gorras, camisetas, cazadoras, impermeables, bolígrafos, u otros objetos similares con publicidad del colaborador), deberá ser visible en todo momento por el público siguiendo el sentido de la lectura y teniendo en cuenta las siguientes reglas:

- El logotipo deberá ser visible en todo momento por el público, siguiendo el sentido de la lectura.
- El logotipo tendrá como mínimo el mismo “peso visual” que el logotipo de la empresa colaboradora, partiendo de un ancho mínimo de 30 mm. Por “Peso visual” se considera la misma superficie, es decir, el resultado de multiplicar el ancho por el alto, que tendrá que ser como mínimo el mismo.

Además, en el caso de maletas, mochilas, y bolsas de viaje: el logotipo del acontecimiento ha de ubicarse en una parte en la que pueda verse bien y, específicamente en el caso de bolsas de viaje, ha de aparecer en ambas caras.

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.

Marketing directo

Quando se incluya el logotipo del acontecimiento en los distintos elementos de marketing directo deberán tenerse en cuenta las siguientes reglas:

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

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

El logotipo del acontecimiento (símbolo y, en su caso, leyenda) tendrá, como mínimo, el mismo peso visual que la marca del colaborador, partiendo de un mínimo de 30 mm visible siguiendo el sentido de la lectura. Por “Peso visual” se considera la misma superficie, es decir, el resultado de multiplicar el ancho por el alto, que tendrá que 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.



4.2 Cálculo de la base de la deducción fiscal – Soportes

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

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 acontecimiento en las que dicho producto se asocie inequívocamente a la imagen del acontecimiento de forma indisoluble.
- Recipiente con la forma del logotipo, mascota o cualquier otro motivo característico de la imagen institucional del acontecimiento.

La base de la 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

Inserción del logotipo de la Inauguración de la Galería de las Colecciones Reales siempre y cuando se comparta el espacio con la marca del colaborador que utilice esta herramienta en su «mix» de comunicación y sea visible en todo momento por el público (mesas de terraza, sillas de plástico, sillas de madera, sombrillas, etc.). El logotipo del acontecimiento tendrá como mínimo el mismo peso visual que la marca del colaborador. Por «peso visual» se considera «la superficie», es decir, el resultado de multiplicar el ancho por el alto.

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

Soportes publicitarios digitales, páginas web, dispositivos móviles, aplicaciones para móviles y tabletas (APP), redes sociales (1)

A) La Contratación con terceros de estos medios («banners», «pop-ups», video «banners», etc.), como soporte publicitario de una campaña por la entidad colaboradora que incluya el logotipo de la Galería de las Colecciones Reales.

El logotipo de la Inauguración de la Galería de las Colecciones Reales deberá ser como mínimo del mismo tamaño (mismo peso visual) y mantenerse en pantalla igual tiempo que el logotipo del anunciante. Por «peso visual» se considera «la superficie», es decir, el resultado de multiplicar el ancho por el alto. En todo momento el logotipo será perfectamente visible, estará a la misma altura que el logo de la entidad y no quedará oculto por ventanas emergentes. En el caso de utilizar video «banners» (spots televisión), el logotipo de la Inauguración de la Galería de las Colecciones Reales deberá aparecer según las condiciones establecidas para los spots de televisión.

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

4.2 Cálculo de la base de la deducción fiscal – Soportes

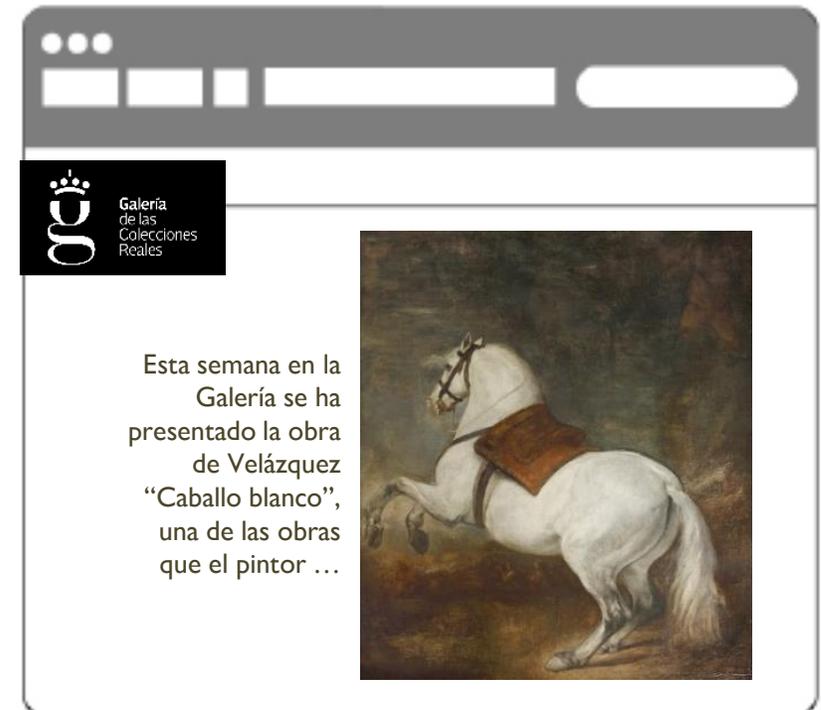
I. Soportes cuya única finalidad es la publicidad del colaborador y del acontecimiento

Soportes publicitarios digitales, páginas web, dispositivos móviles, aplicaciones para móviles y tabletas (APP), redes sociales (1) (Cont.)

B) Si el medio utilizado para la realización de la campaña publicitaria es propiedad de la entidad colaboradora.

Web creada para la difusión del acontecimiento y «microsite». El logotipo de la Inauguración de la Galería de las Colecciones Reales deberá aparecer en los mismos espacios y, como mínimo, con igual peso visual que el de la entidad colaboradora, en todo momento será perfectamente visible, estará a la misma altura que el logo de la entidad y no quedará oculto por ventanas emergentes. Tendrá contenidos específicos de difusión del acontecimiento y, si lo hubiere, un enlace que lleve a la página oficial del acontecimiento en la URL <https://www.galeríadelascoleccionesreales.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 supuestos se consensuará la manera más óptima de aparición.

La base de la deducción será el coste de diseño e inserción del logotipo de la Inauguración de la Galería de las Colecciones Reales, o el valor del espacio publicitario si este estuviese comercializado por la entidad o por el medio de comunicación colaborador. En ningún caso se incluirán los costes de mantenimiento de la página web.



4.2 Cálculo de la base de la deducción fiscal – Soportes

II. Soportes cuya finalidad es distinta a la publicitaria

Los soportes que se enumeran a continuación no se consideran puramente publicitarios. En estos casos procede diferenciar los siguientes supuestos:

A) Si el logotipo de la Inauguración de la Galería de las Colecciones Reales 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.

B) Si el logotipo de la Inauguración de la Galería de las Colecciones Reales 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 la deducción será el coste de contratación con terceros que se corresponda exclusivamente con el contenido publicitario del acontecimiento del soporte.

Excepción a lo indicado anteriormente, de conformidad con la Resolución de 9 de junio de 2022 de la Dirección General de Tributos: **en los soportes publicitarios de embalajes varios, latas, botellas, botellines, envases alimentarios, tetrabriks y bolsas contenedoras, la base de la deducción es el coste total de estos soportes cuando incorporen el logotipo del acontecimiento.**

Una vez determinado el gasto publicitario, la base de la deducción será el 100 por cien 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 de la Inauguración de la Galería de las Colecciones Reales 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 por ciento del gasto en publicidad.

4.2 Cálculo de la base de la deducción fiscal – Soportes

II. Soportes cuya finalidad es distinta a la publicitaria

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

A) Contratación con terceros de estos vehículos como soporte publicitario de una campaña por el colaborador en el acontecimiento que incluya el logotipo de la Inauguración de la Galería de las Colecciones Reales.

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 publicitaria es propiedad del colaborador la base de la deducción será el coste incurrido en incorporar la publicidad al mencionado soporte, en los términos establecidos en el punto 4.2.2 del Manual (página 22).

En ambos casos, el logotipo de la Inauguración de la Galería de las Colecciones Reales debe ocupar, como mínimo, el 10 por ciento 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 de la Inauguración de la Galería de las Colecciones Reales.

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 4.2.2 del Manual (página 22).

En ambos casos el logotipo de la Inauguración de la Galería de las Colecciones Reales en este soporte deberá reunir los siguientes requisitos:

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

Globos aerostáticos y otros soportes similares

A) Contratación a terceros de estos medios como soporte publicitario de una campaña por colaborador que incluya el logotipo del mismo.

La base de la deducción estará constituida por el coste de contratación con terceros que se corresponda exclusivamente con el contenido publicitario del 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 establecidos en el punto 4.2.2 de este Manual (pg. 22).

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

4.2 Cálculo de la base de la deducción fiscal – Soportes

II. Soportes cuya finalidad es distinta a la publicitaria

Máquinas expendedoras, botelleros, vitrinas, neveras y refrigeradoras

A) Contratación con terceros de estos medios como soporte publicitario de una campaña por el colaborador en el acontecimiento que incluya el logotipo de la Inauguración de la Galería de las colecciones Reales.

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 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 en los términos establecidos en el punto 4.2.2 del Manual (página 22).

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

Call Center

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 de la Inauguración de la Galería de las colecciones Reales o, 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 de la Inauguración de la Galería de las colecciones Reales, la base de la deducción estará constituida por el coste total de producción.

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

En todo caso, se ha de realizar una locución por el servicio diciendo «...Empresa colaboradora con la Inauguración de la Galería de las colecciones Reales...» de manera perfectamente comprensible.

4.2 Cálculo de la base de la deducción fiscal – Soportes

II. Soportes cuya finalidad es distinta a la publicitaria

Displays y puntos lectores de ventas (PLV)

A) Contratación con terceros de estos medios como soporte publicitario de una campaña por el colaborador en el acontecimiento que incluya el logotipo de la Inauguración de la Galería de las colecciones Reales.

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 establecidos en el en los términos establecidos en el punto 4.2.2 del Manual (página 22).

En ambos casos:

- En los «Displays»: el logotipo con la Inauguración de la Galería de las colecciones Reales tendrá el mismo peso visual que la marca anunciante, partiendo de un ancho mínimo de 40 mm.
- PLV: El logotipo de la Inauguración de la Galería de las colecciones Reales 2022/2024 tendrá el mismo peso visual que la marca anunciante, partiendo de un mínimo de 40 mm.

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

Web del colaborador

El logotipo de la Inauguración de la Galería de las colecciones Reales 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 entidad colaboradora, en todo momento será perfectamente visible, estará a igual altura que el logo de la entidad y no quedará oculto por ventanas emergentes.

Tendrá contenidos específicos de difusión del acontecimiento y, si lo hubiere, un enlace que lleve a la página oficial del mismo en la URL <https://www.galeriadelascoleccionesreales.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 supuestos se consensuará la manera más óptima de aparición.

La base de la deducción será el coste de inserción del logotipo de la Inauguración de la Galería de las colecciones Reales, o el valor del espacio publicitario si este estuviese comercializado por la entidad o por el medio de comunicación colaborador. En ningún caso se incluirán los costes de mantenimiento de la página web.

4.2 Cálculo de la base de la deducción fiscal – Soportes

II. Soportes cuya finalidad es distinta a la publicitaria

Uniformes y equipaciones deportivas

A) Contratación con terceros de estos medios como soporte publicitario de una campaña por el colaborador en el acontecimiento que incluya el logotipo de la Inauguración de la Galería de las Colecciones Reales.

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 establecidos en el punto 4.2.1 del Manual (página 22).

El logotipo de la Inauguración de la Galería de las Colecciones Reales tiene que aparecer en el uniforme o equipación con un peso visual no inferior al del colaborador, salvo que una norma de obligado cumplimiento lo prohíba expresamente.

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

Cajeros automáticos

A) Contratación con terceros de estos medios como soporte publicitario de una campaña por el colaborador en el acontecimiento que incluya el logotipo de la Inauguración de la Galería de las Colecciones Reales.

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) En el caso de que los anunciantes propietarios del cajero lo utilicen como soporte publicitario, la base de la deducción estará constituida por el coste incurrido en incorporar la publicidad al mencionado soporte, en los términos establecidos en el en los términos establecidos en el punto 4.2.1 del Manual (página 22).

En ambos casos el logotipo de la Inauguración de la Galería de las Colecciones Reales tendrá, como mínimo, el mismo peso visual que la marca anunciante, partiendo de un mínimo de 40 mm.

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

4.2 Cálculo de la base de la deducción fiscal – Soportes

II. Soportes cuya finalidad es distinta a la publicitaria

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

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

El logotipo de la Inauguración de la Galería de las Colecciones Reales ha de tener el ancho mínimo siguiente: papel de carta (A4), 20 mm; papel de carta (A5), 16 mm; tarjetón, 20 mm; carpeta cerrada (DIN A4), 20 mm, colocándose el logotipo de la Inauguración de la Galería de las Colecciones Reales en la parte inferior derecha de la contraportada; sobre de mensajería (B4), 30 mm, colocándose el logotipo en la parte delantera; sobre americano, 20 mm; facturas y extractos bancarios de uso externo, 20 mm, ocupando un mínimo del 10 por ciento de la base del soporte.

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

En ningún caso se incluirá el coste de distribución.

4.2 Cálculo de la base de la deducción fiscal – Soportes

III. Soportes cuya finalidad principal es distinta a la publicitaria, según Resolución de 9 de junio de 2022 de la Dirección General de Tributos: embalajes varios, latas, botellas, botellines, envases alimentarios, tetrabriks y bolsas contenedoras

Los soportes que se indican a continuación (embalajes varios, latas, botellas, botellines, envases alimentarios, tetrabriks y bolsas contenedoras) pueden ser propios o contratarse con terceros, siendo la base de la deducción el coste total de estos soportes que incorporen el logotipo del acontecimiento, de conformidad con la Resolución de 9 de junio de 2022 de la Dirección General de Tributos, por la que se interpretan criterios de Manual de aplicación de los beneficios fiscales aprobado por la Resolución de 25 de enero de 2018.

Si se cumplen los requisitos que se indican a continuación para cada uno de estos soportes publicitarios, la publicidad tendrá carácter de esencial, en caso contrario y siempre que el logotipo del acontecimiento sea completamente visible y legible, tendrá carácter de no esencial.

Embalajes varios

Material de construcción (sacos, film y otros): la inserción del logotipo de la Inauguración de la Galería de las Colecciones Reales (símbolo + leyenda) en estos soportes deberá tener en cuenta las siguientes indicaciones:

Sacos: el logotipo de la Inauguración de la Galería de las Colecciones Reales (símbolo + leyenda) se imprimirá en cualquier área visible en, al menos, una de las dos caras frontales, siguiendo el sentido de la lectura, con un tamaño mínimo del 20 por ciento del ancho del mismo.

Film y otros envoltorios (como «packaging» de producto): el logotipo de la Inauguración de la Galería de las Colecciones Reales (símbolo + leyenda) 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 de la Inauguración de la Galería de las Colecciones Reales (símbolo + leyenda) deberá tener siempre un tamaño mínimo del 30 por ciento respecto a las dimensiones de la marca del anunciante.

– Palés: la inserción del logotipo de la Inauguración de la Galería de las Colecciones Reales (símbolo + leyenda) en este soporte deberá tener en cuenta las siguientes indicaciones:

El logotipo de la Inauguración de la Galería de las Colecciones Reales (símbolo + leyenda) se imprimirá de manera centrada al menos en una de las tres vigas de soporte de cada una de las cuatro caras.

El logotipo de la Inauguración de la Galería de las Colecciones Reales (símbolo + leyenda) deberá tener un mínimo del 50 por ciento de la sección visible o superficie de exposición.

– Material de construcción (sacos, film y otros): la inserción del logotipo de la Inauguración de la Galería de las Colecciones Reales (símbolo + leyenda) en estos soportes deberá tener en cuenta las siguientes indicaciones:

Sacos: el logotipo de la Inauguración de la Galería de las Colecciones Reales (símbolo + leyenda) se imprimirá en cualquier área visible en, al menos, una de las dos caras frontales, siguiendo el sentido de la lectura, con un tamaño mínimo del 20 por ciento del ancho del mismo.

Film y otros envoltorios (como «packaging» de producto): el logotipo de la Inauguración de la Galería de las Colecciones Reales (símbolo + leyenda) 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 de la Inauguración de la Galería de las Colecciones Reales (símbolo + leyenda) deberá tener siempre un tamaño mínimo del 30 por ciento respecto a las dimensiones de la marca del anunciante.

– Palés: la inserción del logotipo de la Inauguración de la Galería de las Colecciones Reales (símbolo + leyenda) en este soporte deberá tener en cuenta las siguientes indicaciones:

El logotipo de la Inauguración de la Galería de las Colecciones Reales (símbolo + leyenda) se imprimirá de manera centrada al menos en una de las tres vigas de soporte de cada una de las cuatro caras.

El logotipo de la Inauguración de la Galería de las Colecciones Reales (símbolo + leyenda) deberá tener un mínimo del 50 por ciento de la sección visible o superficie de exposición.

4.2 Cálculo de la base de la deducción fiscal – Soportes

III. Soportes cuya finalidad es distinta a la publicitaria

Latas, botellas y botellines

La base de la deducción es el coste total de las latas, botellas y botellines que incorporen el logotipo del acontecimiento

El logotipo de la Inauguración de la Galería de las Colecciones Reales (símbolo+leyenda) aparecerá en el sentido de la lectura y su ancho será como mínimo de 20 mm y como mínimo del 10% del ancho del soporte.

Envases alimentarios

La base de la deducción es el coste total de los envases alimentarios y tetrabriks que incorporen el logotipo del acontecimiento

El ancho del logotipo del acontecimiento será como mínimo el 10% del ancho del soporte y 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.



4.2 Cálculo de la base de la deducción fiscal – Soportes

III. Soportes cuya finalidad es distinta a la publicitaria

Bolsas contenedoras

La base de la deducción es el coste total de las bolsas contenedoras que incorporen el logotipo de la Inauguración de la Galería de las Colecciones Reales

El ancho del logotipo de la Inauguración de la Galería de las Colecciones Reales (símbolo+leyenda) deberá ser como mínimo de 30 mm y ocupar, como mínimo, un ancho del 10% de la base de la bolsa.





4.3 Procedimiento para solicitar la certificación acreditativa y el reconocimiento de los beneficios fiscales

4.3 Procedimiento para solicitar los beneficios fiscales

Requisitos para el disfrute de las deducciones fiscales por gastos de publicidad y propaganda.

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

A) 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 consorcio u órgano con arreglo a lo dispuesto en los artículos 10 y 12 del Reglamento.

En el caso de grupos fiscales, tanto los gastos de publicidad y propaganda como las donaciones a las que se refiere el artículo 27.3 de la Ley 49/2002, podrán realizarlos cualquier entidad del grupo o varias entidades de dicho grupo. En los supuestos del artículo 74 de la Ley 27/2014, se aplicarán las reglas establecidas en dicho precepto.

B) 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 del Reglamento.

2. Solicitud ante el órgano administrativo correspondiente.

A la solicitud se adjuntará la documentación relativa a las características y finalidad del gasto realizado.

Las solicitudes relativas a la expedición, por el correspondiente órgano administrativo, de las certificaciones previstas en la disposición adicional quincuagésima novena de la Ley 31/2022, de 23 de diciembre, de Presupuestos Generales del Estado para el año 2023 y en el Real Decreto

1270/2003, de 10 de octubre, estarán dirigidas al órgano administrativo encargado de la ejecución del programa de apoyo a la celebración del acontecimiento de excepcional interés público "Inauguración de la Galería de las Colecciones Reales" creado por Orden PCM/360/2023, de 11 de abril. Consejo de Administración del Patrimonio Nacional. Palacio Real de Madrid. Calle de Bailén, S/N. 28071. Correo electrónico gerencia@patrimonionacional.es

Las solicitudes pueden presentarse directamente en registros o lugares previstos en el artículo 16.4 de la Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas.

El plazo para la presentación de las solicitudes de expedición de certificaciones terminará 15 días después de la finalización del acontecimiento respectivo.

Independientemente del plazo citado anteriormente, para cada ejercicio económico las entidades colaboradoras deberán presentar su solicitud de expedición de certificación a la órgano administrativo, por los gastos de publicidad y propaganda realizados.

Tratándose de gastos de publicidad y propaganda, cuando en la solicitud presentada ante el órgano administrativo correspondiente 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.

El modelo de solicitud figura en el anexo 2 de este Manual junto con la documentación que deberá adjuntarse, así como el modelo de declaración responsable, que figura como anexo 3 de este Manual. En cualquier caso, el órgano administrativo podrá solicitar la documentación adicional que estime necesaria.

4.3 Procedimiento para solicitar los beneficios fiscales

Requisitos para el disfrute de las deducciones fiscales por gastos de publicidad y propaganda.

3. Plazos de resolución 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.

La certificación será emitida por el consorcio o el órgano administrativo correspondiente, siendo necesario el voto favorable del representante del Ministerio de Hacienda.

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

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

4. Remisión por el órgano administrativo de las certificaciones expedidas a la Agencia Estatal de Administración Tributaria.

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, 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

5. Reconocimiento de los beneficios por la Administración tributaria.

El reconocimiento previo del derecho de los contribuyentes 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.

En el caso de grupos fiscales, la solicitud la podrá presentar tanto la entidad representante del grupo, como cualquiera de las entidades del mismo que hayan realizado el gasto.

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 la 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.

4.3 Procedimiento para solicitar los beneficios fiscales

Requisitos para el disfrute de las deducciones fiscales por gastos de publicidad y propaganda.

5. Reconocimiento de los beneficios por la Administración tributaria (cont.)

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.

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

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

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 del Reglamento, expedida por el órgano administrativo.

El plazo máximo en que debe notificarse la resolución expresa del órgano competente 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.

El órgano que sea competente para el reconocimiento del beneficio fiscal podrá requerir al órgano administrativo, o al solicitante, la aportación de la documentación a que se refiere el apartado 1 del artículo 10 del Reglamento, con el fin de comprobar la concurrencia de los requisitos exigidos para la aplicación del beneficio fiscal cuyo reconocimiento se solicita.



4.4 Actividades incluidas en el programa de apoyo a la Inauguración de la Galería de las colecciones Reales

4.4 Actividades de apoyo

PROGRAMA DE APOYO A LA INAUGURACIÓN DE LA GALERÍA DE LAS COLECCIONES REALES

A continuación se describen, con carácter enunciativo y no limitativo, los planes y programas de actividades específicas que pueden dar lugar a la aplicación de los beneficios fiscales previstos en la disposición adicional quincuagésima novena de la Ley 31/2022, de 23 de diciembre.

ACTIVIDADES RELACIONADAS CON LA CELEBRACIÓN DE LA INAUGURACIÓN

- Producción de eventos de inauguración: inauguración oficial, institucional, profesional.
- Producción de actividades para el gran público: concursos, certámenes, convocatorias, espectáculos, eventos deportivos, conciertos, representaciones teatrales....

ACCIONES DE COMUNICACIÓN Y PROMOCIÓN

- Producción de materiales y soportes gráficos, sonoros, audiovisuales y digitales para la difusión de la Galería de las Colecciones Reales y de sus contenidos, como folletos, posters, dossieres de información, guías o catálogos.
- Producción de merchandising para distribución gratuita, destinado tanto a visitantes como a participantes y espectadores de los eventos y celebraciones que se organicen en torno a la inauguración de la Galería, sea cual sea su carácter: deportivo, cultural, educativo, musical...
- Realización de campañas publicitarias para difundir mensajes relacionados con la inauguración de la Galería y su contenido, ya sea en medios de comunicación tradicionales como a través de redes sociales, medios digitales, plataformas de distribución de contenidos audiovisuales y sonoros...
- Cesión de espacios publicitarios por parte de los medios de comunicación o de otras empresas que deseen poner a disposición de Patrimonio Nacional espacios contratados en

medios de terceros para la inserción de originales de Patrimonio Nacional relacionados con el programa de Inauguración y los contenidos de la Galería.

- Integración de contenidos de las Colecciones Reales en productos y servicios: juegos, videojuegos, packaging, prendas de ropa, accesorios...
- Producción de Apps, páginas web, microsites y otros desarrollos tecnológicos necesarios para la realización de proyectos y actividades relacionados con la Galería de las Colecciones Reales y para la difusión y promoción a diferentes audiencias.
- Inserción del logotipo de la Galería en materiales promocionales o soportes destinados a otros usos.
- Contratación y producción de stands en ferias turísticas para difundir la inauguración de la Galería de las Colecciones Reales.

APOYO DE INFRAESTRUCTURAS Y SUMINISTROS

- Tecnología: Producción de sistemas de información, herramientas de software y aplicaciones necesarias para el funcionamiento de la Galería de las Colecciones Reales y/o conducentes a la digitalización de su gestión.
- Suministro de equipamientos para la Galería y otros reales sitios de Patrimonio Nacional: pantallas y videowalls, i-pads, luminarias, sistemas de ahorro de energía, de accesibilidad, etcétera.
- Suministro de materiales didácticos para los proyectos educativos.
- Suministros de agua, electricidad, servicios de telecomunicaciones...

4.4 Actividades de apoyo

PROGRAMA DE APOYO A LA INAUGURACIÓN DE LA GALERÍA DE LAS COLECCIONES REALES

APOYO A PLANES Y PROYECTOS

- Organización de exposiciones temporales en la Galería, y en otros lugares con contenidos de la Galería
- Actividades organizadas por la Dirección de Actos Oficiales y Culturales, como ciclos de conferencias, musicales, teatrales, cinematográficas, etcétera.
- Programas educativos para todo tipo de públicos.
- Organización de actividades artísticas y medioambientales como intervenciones artísticas, programas formativos y actividades lúdico-formativas para diferentes públicos.
- Edición y producción de publicaciones proyectadas por el Departamento de Publicaciones.
- Diseño y puesta en marcha de proyectos de análisis, monitorización y mejora de la Calidad de la Visita.
- Actuaciones de restauración de todo tipo de piezas -pinturas, esculturas, relojes, carruajes, embarcaciones, tapices, así como de partes de estancias y/o inmuebles históricos, espacios naturales, elementos de ornamentación y conjuntos históricos y artísticos.
- Grandes proyectos de restauración de Colecciones o conjuntos artísticos, bibliográficas, documentales o históricas.
- Proyectos de adecuación museográfica de la Galería.
- Proyectos y actuaciones de estudio, conservación y difusión de colecciones.
- Programas de becas de formación de profesionales relacionados con la conservación, restauración, difusión, estudio y gestión.

- Digitalización de archivos y publicaciones y difusión de los mismos a través de medios digitales.

Todas las acciones, actividades y proyectos deben ser evaluados y aprobados previamente por el Órgano Administrativo encargado de ejecutar el Programa de Apoyo a la Inauguración de la Galería de las Colecciones Reales.



5. Anexos



ANEXO 1

MODELO DE SOLICITUD DE INCLUSIÓN DEL PROYECTO EN EL PROGRAMA DE DESARROLLO DEL ACONTECIMIENTO



LOGOTIPO DEL SOLICITANTE (SI LO HAY)

MODELO DE SOLICITUD DE INCLUSIÓN DE PROYECTO EN EL PROGRAMA DE APOYO A LA CELEBRACIÓN DEL ACONTECIMIENTO DE EXCEPCIONAL INTERÉS PÚBLICO «INAUGURACIÓN DE LA GALERÍA DE LAS COLECCIONES REALES»

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

EXPONE

Que de acuerdo con la disposición adicional quincuagésima novena de la Ley 31/2022, de 23 de diciembre, de Presupuestos Generales del Estado para el año 2023, que reconoce la consideración como acontecimiento de excepcional interés público al Programa «Inauguración de la Galería de las Colecciones Reales», 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 PCM/360/2023, de 11 de abril, 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 «Inauguración de la Galería de las Colecciones Reales», se establece, en su artículo 4, apartado C que la aprobación del programa de desarrollo y concreción de los objetivos, planes y actividades específicas aplicables a la celebración del Programa «Inauguración de la Galería de las Colecciones Reales» requerirá el voto favorable de los representantes del Consejo de Administración del Patrimonio Nacional.

Y por ello, SOLICITO

Se someta a consideración por el Consejo de Administración del Patrimonio Nacional y se incluya dentro de los planes y programas de actividades del acontecimiento de excepcional interés público «Inauguración de la Galería de las Colecciones Reales» 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 «Inauguración de la Galería de las Colecciones Reales».

Consejo de Administración del Patrimonio Nacional. Palacio Real de Madrid. C/ Bailén, S/N. (28071 – Madrid).

Correo electrónico: gerencia@patrimonionacional.es.

DATOS GENERALES

TITULO DEL PROYECTO:	
ENTIDAD PROMOTORA <i>Razón Social</i>	
CIF:	
DOMICILIO:	
DATOS REGISTRALES: <i>Número de Inscripción y nombre del registro</i>	
TIPO DE ENTIDAD:	

DATOS DEL REPRESENTANTE LEGAL DE LA ENTIDAD PROMOTORA (Persona que firma la solicitud)

NOMBRE Y APELLIDOS:	
DNI:	
CARGO:	
DIRECCIÓN <i>a efectos de notificaciones:</i>	
LOCALIDAD:	
PROVINCIA:	
CÓDIGO POSTAL:	
TELÉFONO:	
E-MAIL:	

PERSONA DE CONTACTO ENTIDAD PROMOTORA

NOMBRE Y APELLIDOS:	
E-MAIL:	
TELÉFONO:	

DATOS DEL PROYECTO

LUGAR DE DESARROLLO:	
FECHAS DE REALIZACIÓN:	

1) BREVE RESUMEN DEL PROYECTO Y SU RELACIÓN CON EL PROGRAMA

2) DESCRIPCIÓN DETALLADA DE LAS ACTIVIDADES

3) OBJETIVOS E INDICADORES DE REALIZACIÓN DE LA ACTIVIDAD

3.1. Objetivos	3.2. Indicadores de evaluación <small>(medidas o herramientas cuantificables cuyos valores permitan medir la idoneidad y consecución de cada uno de los objetivos del proyecto)</small>
1.	1.
2.	2.
3.	3.

4) RECURSOS HUMANOS EMPLEADOS EN EL PROYECTO

Actividad o Función	Número

Total personas:

5) CALENDARIO DE ACTUACIONES

6) PRESUPUESTO (*)

Gastos detallados (**)	Importe (excluido el IVA)
Total gastos detallados	

Ingresos detallados	Importe (excluido el IVA)
Aportación al Consejo de Administración del Patrimonio Nacional (***)	
Subvenciones	
Patrocinadores	
Becas	
Fondos propios	
Otros	
Total previsión ingresos	

7) RELACIÓN DE DOCUMENTACIÓN ADICIONAL

() Este presupuesto es vinculante en todas sus partidas y subpartidas por lo que cualquier variación en las mismas a partir del 5% al alza o a la baja debe comunicarse por correo electrónico a la dirección gerencia@patrimonionacional.es previamente a su ejecución, para su valoración y autorización por el Órgano Administrativo gestor. Este presupuesto debe ir sin IVA.*

*(**) Los "gastos generales y el beneficio industrial" deben figurar como una partida independiente dentro del presupuesto, sin que esta pueda superar en ningún caso el 10% del total de gastos presupuestados.*

Dentro de esta partida están incluidos todos los costes indirectos necesarios para la ejecución el proyecto, tales como gastos de administración, dirección y servicios generales, así como gastos de estructura y beneficio industrial.

Esta partida no tiene cabida en aquellos proyectos cuyo promotor sea una entidad sin ánimo de lucro.

El presupuesto previsto de "gastos generales y beneficio industrial" se ajustará al gasto final realmente ejecutado (excluido el IVA), minorándose proporcionalmente en el caso de ejecución parcial del proyecto.

*(***) En el caso de que la aportación al Consejo de Administración del Patrimonio Nacional no cubra el total del presupuesto de gastos, esta aportación irá destinada a sufragar gastos directos ocasionados por la actividad, es decir, costes relacionados con la ejecución de la actividad. Solo en el caso de que la aportación del Consejo de Administración del Patrimonio Nacional exceda el coste de los gastos directos, esta podrá destinarse a gastos generales y beneficio industrial.*

ANEXO 2

MODELO DE SOLICITUD

MODELO DE SOLICITUD ANTE EL ÓRGANO ADMINISTRATIVO ENCARGADO DE LA EJECUCIÓN DEL PROGRAMA DE APOYO A LA CELEBRACIÓN DEL ACONTECIMIENTO DE EXCEPCIONAL INTERÉS PÚBLICO «INAUGURACIÓN DE LA GALERÍA DE LAS COLECCIONES REALES» DE CERTIFICACIÓN ACREDITATIVA DE LA ADECUACIÓN DE LOS GASTOS REALIZADOS A LOS OBJETIVOS Y PLANES DE DICHO ACONTECIMIENTO

D./Dña., con DNI....., en calidad de en representación de la entidad con NIF con domicilio fiscal domicilio a efectos de notificaciones dirección de correo electrónico..... y teléfono (fijo y móvil).....yen la actualidad desarrollando o habiendo desarrollado las actividades que se determinan en el cuadro adjunto,

SOLICITO:

Al órgano administrativo encargado de la ejecución del programa de apoyo a la celebración del acontecimiento de excepcional interés público «Inauguración de la Galería de las Colecciones Reales» 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 quincuagésima novena de la Ley 31/2022, de 23 de diciembre, de Presupuestos Generales del Estado para el año 2023, sobre beneficios fiscales aplicables al del acontecimiento de excepcional interés público «Inauguración de la Galería de las Colecciones Reales» 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 delpor ciento, lo que significa que el IVA no deducible y que ha supuesto un mayor coste para la entidad ha sido delpor ciento. (Eliminar este párrafo en caso de que no sea de aplicación).

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

(Firma del solicitante o acreditación de la autenticidad de su voluntad expresa por cualquier medio válido en Derecho).

Dirigido a la Secretaría del órgano administrativo encargado de la ejecución del programa de apoyo a la celebración del acontecimiento de excepcional interés público «Inauguración de la Galería de las Colecciones Reales»" Palacio Real de Madrid. Calle de Bailén S/N. (28071 – Madrid); correo electrónico gerencia@patrimonionacional.es

Actividades consistentes en gastos de propaganda y publicidad

Esta solicitud se refiere al siguiente tributo (marcar con una «x» en el recuadro de la izquierda):	
<input type="checkbox"/>	Impuesto sobre Sociedades.
<input type="checkbox"/>	Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas (aplicable cuando los contribuyentes realicen actividades económicas por el método de estimación directa).
<input type="checkbox"/>	Impuesto sobre la Renta de no Residentes.
Requisitos a cumplimentar (marcar con una «x» en el recuadro de la izquierda):	
<input type="checkbox"/>	Las actividades a las que se refiere la solicitud se realizaron o se realizan en cumplimiento de los planes y programas de actividades aprobados por el consorcio u órgano administrativo del acontecimiento de excepcional interés público «X».

Los gastos de propaganda y publicidad de proyección plurianual que sirven para la promoción del acontecimiento, porque su contenido favorece la divulgación de su celebración, consisten en (marcar con una «x» en el recuadro de la izquierda):	
<input type="checkbox"/>	1.º 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.
<input type="checkbox"/>	2.º La instalación o montaje de pabellones específicos, en ferias nacionales e internacionales, en los que se promocióne turísticamente el acontecimiento.
<input type="checkbox"/>	3.º La realización de campañas de publicidad del acontecimiento, tanto de carácter nacional como internacional.
<input type="checkbox"/>	4.º La cesión por los medios de comunicación de espacios gratuitos para la inserción por el consorcio o por el órgano administrativo correspondiente de anuncios dedicados a la promoción del acontecimiento.
Documentación que se aporta a esta solicitud (marcar con una «x» en el recuadro de la izquierda):	
<input type="checkbox"/>	Fotocopia compulsada del DNI o del N.I.F. o autorización al consorcio u órgano administrativo del acontecimiento de excepcional interés público «X» para que realice la comprobación de los Datos de Identificación Personal que figuran en el DNI mediante el Sistema de Verificación de Datos.
<input type="checkbox"/>	Las sociedades mercantiles deberán presentar original o fotocopia compulsada de los siguientes documentos: escritura de constitución, estatutos, inscripción en el Registro Mercantil y N.I.F.
<input type="checkbox"/>	En el caso de asociaciones o fundaciones, original o fotocopia compulsada de sus estatutos, N.I.F y certificado de inscripción en el registro correspondiente.
<input type="checkbox"/>	Declaración del domicilio fiscal realizada por el firmante de la solicitud.
<input type="checkbox"/>	Copia compulsada del poder del solicitante con acreditación de su inscripción en el Registro Mercantil. Se aconseja que los sucesivos trámites sean suscritos por el mismo representante, y para el caso de que firme otro representante, acredite la correspondiente representación. En el supuesto de que el solicitante actúe por medio de representante deberá acreditarse dicha representación por cualquier medio suficiente en Derecho, de acuerdo con lo dispuesto en el artículo 5 de la Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas.
<input type="checkbox"/>	Modelo de declaración responsable: Memoria descriptiva de las características y finalidad del gasto realizado y su relación directa con la celebración del acontecimiento de excepcional interés público «X» expresando en qué supuesto, de entre los incluidos en los objetos y planes del programa establecido por el consorcio u órgano administrativo de aquel, se enmarca.

	<p>Modelos de relación de facturas: Acreditación del gasto en publicidad realizado, mediante relación de facturas satisfechas. Se incluirá en dichos modelos el coste exacto que corresponda a cada soporte y si el número de facturas es superior a 20 se incorporará en un archivo formato Excel que se incluirá en el «pen drive» mencionado a continuación. No se deben enviar facturas originales ni fotocopias de las mismas. (Utilizar Modelos de Relación de facturas de este Manual en función del tipo de publicidad: esencial o no esencial).</p>
	<p>Soporte informático («pen drive») en el que se pueda visualizar la totalidad de las campañas publicitarias para las que se solicita certificación, desglosadas por tipo de publicidad y con una denominación de los archivos informáticos suficientemente clara para poder identificarlos y cruzarlos con el resto de la documentación. Hay que incluir un anuncio por cada campaña y por tipo de publicidad (TV, radio, prensa, etc.).</p>
	<p>Acreditación del carácter esencial de los gastos de publicidad mediante la indicación del tamaño y duración del logotipo insertado en los diferentes soportes publicitarios.</p>
	<p>Acreditación, en su caso, del coste de producción de las etiquetas en el supuesto de inserción del logotipo en elementos separables del envase, o del coste de los trabajos de serigrafía si el logotipo se inserta en el propio envase.</p>
	<p>Acreditación, en su caso, del coste de edición, producción y distribución de folletos y catálogos.</p>
	<p>Acreditación de la aportación para la promoción, divulgación, apoyo y mecenazgo a la celebración del acontecimiento de excepcional interés público «X», de acuerdo con el contrato firmado entre las partes de fecha, de ... de dos mil considerando que las cantidades percibidas lo son en concepto de donaciones irrevocables, puras y simples.</p>
	<p>Cualquier otra documentación que se considere necesaria para la justificación del beneficio fiscal aplicable.</p>

ANEXO 3

MODELO DE DECLARACIÓN RESPONSABLE

Nota: Si la entidad 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.

D./Dña., con DNI, en calidad de, actuando en representación de la entidad, con N.I.F. n.º y domicilio a efectos de notificaciones en, dirección de correo electrónico..... y teléfono (fijo y móvil)y formula la siguiente

DECLARACIÓN RESPONSABLE

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

Ejercicio 201... (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.		
Otros.		
Total importe.		

En todas las campañas que se indican a continuación se utilizó el logotipo del acontecimiento de excepcional interés público «Inauguración de la Galería de las Colecciones» en los anuncios de la entidad durante el período comprendido entre el de de 20.... y el ... de de 20....

Los gastos realizados se enmarcan dentro de los siguientes objetos y planes del programa establecido por el órgano administrativo del acontecimiento de excepcional interés público «Inauguración de la Galería de las Colecciones Reales».

Dos. Las campañas de Televisión o Cine (no incluir en este apartado datos por cesión por los medios de comunicación de «espacios gratuitos para la inserción por parte de la entidad receptora de las aportaciones de anuncios dedicados a la promoción del acontecimiento» incluidos en el apartado treinta) 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 por ciento de la base de la pantalla.
- El logotipo del acontecimiento (símbolo y, en su caso, leyenda) ha figurado en pantalla por un espacio de tiempo mínimo equivalente al 50 por ciento 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 (símbolo y, en su caso, leyenda) tiene un tamaño que permite su correcta visibilidad y legibilidad, y son las siguientes:

- Campañas en las que se emitieron los spots:

Campañas

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

Nacionales	Autonómicas	Temáticas

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

Cines

El importe de los gastos de publicidad abonados por este concepto, excluido el IVA, considerados como no esenciales, asciende a

Tres. Las campañas de Prensa y Revistas (no incluir en este apartado datos por cesión por los medios de comunicación de «espacios gratuitos para la inserción por parte de la entidad receptora de las aportaciones de anuncios dedicados a la promoción del acontecimiento» incluidos en el apartado treinta) se realizaron con el siguiente detalle:

A) Publicidad esencial:

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

Campañas

- Soportes:

Medio de comunicación	Soporte/Formato (página completa, media página, roba páginas o faldón)

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

B) Publicidad no esencial:

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

- Campañas:

Campañas

– Soportes:

Medio de comunicación	Soporte/Formato (página completa, media página, roba páginas o faldón)

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 incluir en este apartado datos por cesión por los medios de comunicación de «espacios gratuitos para la inserción por parte de la entidad receptora de las aportaciones de anuncios dedicados a la promoción del acontecimiento» incluidos en el apartado treinta) se realizaron con el siguiente detalle:

La entidad utilizó la locución «... Empresa colaboradora con la Inauguración de la Galería de Colecciones Reales» al final de sus cuñas publicitarias en radio, en el mismo idioma que el de la propia cuña y de manera perfectamente comprensible.

– Campañas:

Campañas

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

Medio de Comunicación

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

Cinco. Las campañas de Folletos y Catálogos se realizaron con el siguiente detalle:

A) Publicidad esencial:

- La tirada mínima de estos soportes publicitarios ha sido de 200.000 ejemplares anuales tanto para folletos como para catálogos (tachar lo que no proceda).
- En los folletos plegados el logotipo del acontecimiento (símbolo y, en su caso, leyenda) aparece en el ángulo inferior derecho de la portada y de la contraportada, con un ancho mínimo de 22 mm, ocupando un mínimo del 10 por ciento de la base del folleto.
- En los folletos no plegados el logotipo del acontecimiento (símbolo y, en su caso, leyenda) ha aparecido como mínimo en una de las caras, con un ancho mínimo de 22 mm, ocupando un mínimo del 10 por ciento de la base del folleto.
- En los catálogos el logotipo del acontecimiento (símbolo y, en su caso, leyenda) ha ocupado al menos el 10 por ciento de la base del catálogo.

– Campañas:

INDICAR FOLLETO O CATÁLOGO	CAMPAÑA	TIRADA ANUAL

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

B) Publicidad no esencial:

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

– Campañas:

INDICAR FOLLETO O CATÁLOGO	CAMPAÑA	TIRADA ANUAL

El importe de los gastos de publicidad abonados por este concepto, excluido el IVA, considerados como no esenciales, asciende a

Seis. Las campañas de Encartes, Mailings y E-Mailings se realizaron con el siguiente detalle:

A) Publicidad esencial:

- La tirada mínima de estos soportes publicitarios, considerados individualmente, ha sido de 200.000 ejemplares anuales para «mailings» y encartes, o destinatarios anuales en el caso de «e-mailings».
- En el caso de encartes y «mailings» el logotipo del acontecimiento (símbolo y, en su caso, leyenda) tuvo como mínimo el mismo peso visual que la marca de la entidad colaboradora, partiendo de un ancho mínimo de 20 mm, ocupando un mínimo del 10 por ciento de la base del anuncio.
- En los «mailings» el logotipo del acontecimiento (símbolo y, en su caso, leyenda) se ha insertado en todos los elementos: sobre exterior, carta explicativa, folleto o revista (y en caso de revista se ha incluido contenidos del acontecimiento).
- Para «e-mailings» el logotipo del acontecimiento (símbolo y, en su caso, leyenda) ha tenido el mismo peso visual que la marca del colaborador.
- Por «peso visual» se considera «la superficie», es decir, el resultado de multiplicar el ancho por el alto.
- Campañas:

Campaña	Tirada anual	Tipo de soporte (Encarte, «mailing» o «e-mailing»)

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

B) Publicidad no esencial:

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

- Campañas:

Campaña	Tirada anual	Tipo de soporte (Encarte, «mailing» o «e-mailing»)

El importe de los gastos de publicidad abonados por este concepto, excluido el IVA, considerados como no esenciales, asciende a

Siete. Las campañas en Vallas, «Mupis/Opis», Marquesinas, Cabinas y Video Pantallas se realizaron con el siguiente detalle:

A) Publicidad esencial:

- El logotipo del acontecimiento se ha situado en el margen inferior del anuncio.
- En las vallas el ancho mínimo del logotipo del acontecimiento (símbolo y, en su caso, leyenda) es de un 10 por ciento del ancho de la misma.
- En los «mupis/opis», marquesinas y cabinas el ancho mínimo es de 140 mm. En todos los casos el logotipo del acontecimiento (símbolo y, en su caso, leyenda) ha ocupado un mínimo del 10 por ciento de la base del anuncio.
- En las video pantallas, el logotipo del acontecimiento (símbolo y, en su caso, leyenda) ha aparecido según las condiciones establecidas para los spots de televisión.

– Campañas:

Campaña	Tipo de soporte (Valla, «mupi/opi», marquesina, cabina, video pantalla)

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

B) Publicidad no esencial:

Hay campañas en la 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, Escaparates y Lonas se realizaron con el siguiente detalle:

A) Publicidad esencial:

- El logotipo del acontecimiento (símbolo y, en su caso, leyenda) se ha situado en el margen inferior del anuncio, preferentemente en el ángulo inferior derecho.
- En todos los casos el ancho del logotipo ha sido como mínimo, el 10 por ciento de la base del soporte.
- En las banderolas dobles en las que el logotipo del acontecimiento se ha colocado en una de las caras de la banderola, el ancho del logotipo será como mínimo, el 20 por ciento de la base del soporte.

– Campañas:

Campaña	Tipo de soporte (Banderola, cartel, escaparate y 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 (símbolo y, en su caso, leyenda) tiene un tamaño que permite su correcta visibilidad y legibilidad y son las siguientes:

– Campañas:

Campaña	Tipo de soporte (Banderola, cartel, escaparate y 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 (símbolo y, en su caso, leyenda) en el stand ha sido igual o superior al 10 por ciento de la totalidad de la extensión del mismo.
- Se entiende por extensión del stand la suma de las distintas superficies del mismo. En el caso de que el stand solo sea de suelo (ejm.: exposición de coches), el logotipo del acontecimiento (símbolo y, en su caso, leyenda) deberá quedar siempre perfectamente visible, ya sea en el suelo o en «roll ups», por ejemplo.
- 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 (símbolo y, en su caso, leyenda) 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 entidad colaboradora ha aparecido a modo de complemento de la información de las actividades que forman parte del acontecimiento.
- En los postes de información el logotipo del acontecimiento (símbolo y, en su caso, leyenda) ha aparecido centrado y con un ancho mínimo del 50 por ciento del ancho de la base.
- En las casetas de información o mostradores el logotipo del acontecimiento (símbolo y, en su caso, leyenda) se ha situado en la parte frontal de las mismas, con un mínimo del 12 por ciento 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 (símbolo y, en su caso, leyenda) 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 (símbolo y, en su caso, leyenda) es visible en todo momento por el público, siguiendo el sentido de la lectura.
- Partiendo de un ancho mínimo de 30 mm, el logotipo del acontecimiento (símbolo y, en su caso, leyenda) ha tenido como mínimo el mismo peso visual que el logotipo de la entidad colaboradora. Por «peso visual» se considera «la superficie», es decir, el resultado de multiplicar el ancho por el alto.
- Para maletas, mochilas y bolsas de viaje: el logotipo del acontecimiento (símbolo y, en su caso, leyenda) ha ido ubicado en una parte en la que puede verse bien y en el caso de bolsas de viaje ha aparecido en ambas caras.
- 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 (símbolo y, en su caso, leyenda) 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 (símbolo y, en su caso, leyenda) ha tenido como mínimo el mismo peso visual que el logotipo de la entidad anunciante, partiendo de un mínimo de 30 mm y ha sido visible siguiendo el sentido de la lectura.
- Por «peso visual» se considera «la superficie», es decir, el resultado de multiplicar el ancho por el alto.
- Todas las piezas que componen el envío de marketing directo llevan el logotipo del acontecimiento (símbolo y, en su caso, leyenda).

– Campañas:

Campaña	Tirada anual

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

B) Publicidad no esencial:

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

– Campañas:

Campaña	Tirada anual

El importe de los gastos de publicidad abonados por este concepto, excluido el IVA, considerados como no esenciales, asciende a

Trece. En las campañas utilizando productos promocionales fabricados exclusivamente para la difusión del acontecimiento, los artículos han sido confeccionados específicamente para el acontecimiento, de forma que se asocian inequívocamente a la imagen del mismo.

– Campañas:

Campaña	Tipo de producto

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

Catorce. Las campañas en productos promocionales de distribución empresarial se realizaron con el siguiente detalle:

A) Publicidad esencial:

- El logotipo del acontecimiento (símbolo y, en su caso, leyenda) ha sido visible en todo momento por el público y ha compartido el mismo espacio que el de la entidad. – Ambos logos han tenido como mínimo el mismo tamaño.

– Campañas:

Campaña	Tipo de producto

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

B) Publicidad no esencial:

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

– Campañas:

Campaña	Tipo de producto

El importe de los gastos de publicidad abonados por este concepto, excluido el IVA, considerados como no esenciales, asciende a

Quince. Las campañas en Soportes Publicitarios Digitales, Páginas Web, Dispositivos Móviles, Aplicaciones para Móviles y Tabletas (APPS), Redes Sociales se realizaron con el siguiente detalle:

A.1) Publicidad esencial (contratando a terceros):

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

– Campañas:

Campaña	Formato («Banner», video «banner», «pop-up», etc.)	Soporte (Página web, dispositivo móvil, red social, etc.)

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 (símbolo y, en su caso, leyenda) tiene un tamaño que permite su correcta visibilidad y legibilidad, y son las siguientes:

– Campañas:

Campaña	Formato («Banner», video «banner», «pop-up», etc.)	Soporte (Página web, dispositivo móvil, red social, etc.)

El importe de los gastos de publicidad abonados por este concepto, excluido el IVA, considerados como no esenciales, asciende a

B.1) Publicidad esencial (con medios de la entidad):

- La web creada para la difusión del acontecimiento y «microsite» ha tenido contenidos específicos (mínimo una página) de difusión del acontecimiento y, si lo hubiere, se ha introducido un enlace que lleva a la página oficial del mismo www.XXX.es.
- En esta web el logotipo del acontecimiento ha aparecido en los mismos espacios y como mínimo con igual peso visual que el de la entidad colaboradora. En todo momento ha sido perfectamente visible, a la misma altura que el logo de la entidad y no ha quedado oculto por ventanas emergentes.
 - Por «peso visual» se considera «la superficie», es decir, el resultado de multiplicar el ancho por el alto.
- Campañas:

Campaña 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 entidad):

Hay campañas en las que no se han cumplido las especificaciones técnicas para que los gastos de publicidad puedan considerarse como esenciales, pero el logotipo del acontecimiento (símbolo y, en su caso, leyenda) 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

Dieciséis. 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 (símbolo y, en su caso, leyenda) ha ocupado un mínimo del 10 por ciento 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 entidad

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

B) Publicidad no esencial:

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

- Campañas:

Campaña	Importe gastos de publicidad si el vehículo se ha contratado con terceros	Importe gastos de publicidad si el vehículo es propiedad de la entidad

El importe de los gastos de publicidad abonados por este concepto, excluido el IVA, considerados como no esenciales, asciende a

Diecisiete. Las campañas en grúas de construcción se realizaron con el siguiente detalle:

A) Publicidad esencial:

- El logotipo del acontecimiento (símbolo y, en su caso, leyenda) ha sido visible en todo momento por el público y se ha colocado a la altura adecuada para que así sea.
- El logotipo del acontecimiento (símbolo y, en su caso, leyenda) ha ocupado el 100 por cien de la base de la lona manteniendo su proporción.
- El logotipo del acontecimiento (símbolo y, en su caso, leyenda) ha estado presente, como mínimo, en una lona colgante ubicada en una de las caras de la columna que sustenta la grúa.
- Campañas:

Campaña	Importe gastos de publicidad si la grúa se ha contratado con terceros	Importe gastos de publicidad si la grúa es propiedad de la entidad

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

B) Publicidad no esencial:

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

- Campañas:

Campaña	Importe gastos de publicidad si la grúa se ha contratado con terceros	Importe gastos de publicidad si la grúa es propiedad de la entidad

El importe de los gastos de publicidad abonados por este concepto, excluido el IVA, considerados como no esenciales, asciende a

Dieciocho. Las campañas en globos aerostáticos y otros soportes similares se realizaron con el siguiente detalle:

A) Publicidad esencial:

El logotipo del acontecimiento (símbolo y, en su caso, leyenda) ha tenido un tamaño mínimo del 30 por ciento 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 entidad

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

B) Publicidad no esencial:

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

– Campañas:

Campaña	Importe gastos de publicidad si el soporte se ha contratado con terceros	Importe gastos de publicidad si el soporte es propiedad de la entidad

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 (símbolo y, en su caso, leyenda) ha tenido un tamaño mínimo de 150 mm de ancho en la parte frontal, ocupando como mínimo el 10 por ciento 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 entidad

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

B) Publicidad no esencial:

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

– Campañas:

Campaña	Importe gastos de publicidad si el soporte se ha contratado con terceros	Importe gastos de publicidad si el soporte es propiedad de la entidad

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:

Se realizó una locución por el servicio diciendo «... Empresa colaboradora con (PONER EL ACONTECIMIENTO)» de manera perfectamente comprensible.

– Campañas:

Campaña	Importe gastos de publicidad si el soporte se ha contratado con terceros	Importe gastos de publicidad si el soporte es propiedad de la entidad

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 (símbolo y, en su caso, leyenda) ha tenido como mínimo el mismo peso visual que la marca de la entidad, 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 entidad

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

B) Publicidad no esencial:

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

– Campañas:

Campaña	Importe gastos de publicidad si el soporte se ha contratado con terceros	Importe gastos de publicidad si el soporte es propiedad de la entidad

El importe de los gastos de publicidad abonados por este concepto, excluido el IVA, considerados como no esenciales, asciende a

Veintidós. Las campañas en WEB del colaborador se realizaron con el siguiente detalle:

A) Publicidad esencial:

- En el caso de web del colaborador el logotipo del acontecimiento (símbolo y, en su caso, leyenda) ha aparecido en la «home» y en lugares destacados en los apartados de la web relacionados con el acontecimiento y el logotipo del acontecimiento (símbolo y, en su caso, leyenda) ha tenido como mínimo el mismo peso visual que el logotipo de la entidad. En todo momento ha sido perfectamente visible, a la misma altura que el logo de la entidad y no ha quedado oculto por ventanas emergentes.
- Por «peso visual» se considera «la superficie», es decir, el resultado de multiplicar el ancho por el alto.
- Campañas:

Campaña	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 (símbolo y, en su caso, leyenda) 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 (símbolo y, en su caso, leyenda) ha tenido una presencia en el uniforme o equipación con un peso visual no inferior al de la entidad 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 uniforme se ha contratado con terceros	Importe gastos de publicidad si la equipación o uniforme es propiedad de la entidad

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

B) Publicidad no esencial:

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

– Campañas:

Campaña	Importe gastos de publicidad si la equipación o uniforme se ha contratado con terceros	Importe gastos de publicidad si la equipación o uniforme es propiedad de la entidad

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 (símbolo y, en su caso, leyenda) ha tenido un peso visual no inferior al de la marca de la entidad, 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 entidad

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

B) Publicidad no esencial:

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

– Campañas:

Campaña	Importe gastos de publicidad si el cajero automático se ha contratado con terceros	Importe gastos de publicidad si el cajero automático es propiedad de la entidad

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 (símbolo y, en su caso, leyenda) se ha imprimido en la parte inferior de la cara donde aparece la marca del producto, siguiendo el sentido de la lectura, con un ancho mínimo del logotipo de 20 mm.
- Cajas: el logotipo del acontecimiento (símbolo y, en su caso, leyenda) de se ha imprimido en cada pieza individualmente en la parte inferior de, como mínimo, una de las dos caras frontales, siguiendo el sentido de la lectura, con un ancho mínimo del logotipo de 25 mm.
- Bolsas (como «packaging» de producto): el logotipo del acontecimiento (símbolo y, en su caso, leyenda) se ha imprimido en la parte inferior de, como mínimo, el frontal de la bolsa, siguiendo el sentido de la lectura. En las bolsas pequeñas (superficie menor o igual a 200 centímetros cuadrados) el ancho mínimo del logotipo ha sido de 20 mm y en las grandes (superficie mayor de 200 centímetros cuadrados) de 30 mm. – Materiales de construcción (sacos, film y otros):
 - En los sacos el logotipo del acontecimiento (símbolo y, en su caso, leyenda) se ha imprimido en área visible en, al menos, una de las dos caras frontales, siguiendo el sentido de la lectura, con un tamaño mínimo del 20 por ciento del ancho del mismo.
 - En film y otros envoltorios (como «packaging» de producto) el logotipo del acontecimiento (símbolo y, en su caso, leyenda) se ha imprimido siguiendo el sentido de la lectura y ha estado presente en cada unidad de comunicación o plancha de impresión.
 - En todo caso, el logotipo ha tenido siempre un tamaño mínimo del 30 por ciento respecto a las dimensiones de la marca de la entidad.
- Palés: el logotipo del acontecimiento (símbolo y, en su caso, leyenda) se ha imprimido de manera centrada como mínimo en una de las tres vigas de soporte de cada una de las cuatro caras y ha tenido un mínimo del 50 por ciento 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 entidad

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

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

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

– Campañas:

Campaña	Tipo de embalaje	Importe gastos de publicidad si el embalaje se ha contratado con terceros	Importe gastos de publicidad si el embalaje es propiedad de la entidad

El importe de los gastos de publicidad abonados por este concepto, excluido el IVA, considerados como no esenciales, asciende a

Veintiséis. Las campañas en latas, botellas, botellines se realizaron con el siguiente detalle:

A) Publicidad esencial:

- El logotipo del acontecimiento (símbolo y, en su caso, leyenda) ha ocupado como mínimo el 10 por ciento del ancho del soporte, con un ancho mínimo de 20 mm y ha aparecido en el sentido de la lectura.

– 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 entidad

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

B) Publicidad no esencial:

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

– Campañas:

Campaña	Tipo de envase	Importe gastos de publicidad si el envase se ha contratado con terceros	Importe gastos de publicidad si el envase es propiedad de la entidad

El importe de los gastos de publicidad abonados por este concepto, excluido el IVA, considerados como no esenciales, asciende a

Veintisiete. Las campañas en envases alimentarios se realizaron con el siguiente detalle:

A) Publicidad esencial:

- Envases alimentarios y tetrabriks: el logotipo del acontecimiento (símbolo y, en su caso, leyenda) ha ocupado como mínimo el 10 por ciento de la superficie. Además, en el caso de tetrabriks, el logotipo ha aparecido en las dos caras y en el sentido de la lectura, siendo el ancho mínimo del logotipo de 30 mm en los tetrabriks grandes (mayor o igual a 1 litro) y de 20 mm en los tetrabriks pequeños (menos de 1 litro).

– 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 entidad

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

B) Publicidad no esencial:

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

– Campañas:

Campaña	Tipo de envase	Importe gastos de publicidad si el envase se ha contratado con terceros	Importe gastos de publicidad si el envase es propiedad de la entidad

El importe de los gastos de publicidad abonados por este concepto, excluido el IVA, considerados como no esenciales, asciende a

Veintiocho. Las campañas en bolsas contenedoras se realizaron con el siguiente detalle:

A) Publicidad esencial:

- El ancho del logotipo del acontecimiento (símbolo y, en su caso, leyenda) ha sido como mínimo de 30 mm y ha ocupado como mínimo un ancho del 10 por ciento de la base de la bolsa.

– Campañas:

Campaña	Importe gastos de publicidad si la bolsa contenedora se ha contratado con terceros	Importe gastos de publicidad si la bolsa contenedora es propiedad de la entidad

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

B) Publicidad no esencial:

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

– Campañas:

Campaña	Importe gastos de publicidad si la bolsa contenedora se ha contratado con terceros	Importe gastos de publicidad si la bolsa contenedora es propiedad de la entidad

El importe de los gastos de publicidad abonados por este concepto, excluido el IVA, considerados como no esenciales, asciende a

Veintinueve. Las campañas en soportes de divulgación corporativa (documentación corporativa, facturas y extractos bancarios de uso externo, etc.) se realizaron con el siguiente detalle:

A) Publicidad esencial:

- La tirada mínima de estos soportes, considerados individualmente, fue de 200.000 ejemplares anuales.
- El logotipo del acontecimiento (símbolo y, en su caso, leyenda) ha tenido el ancho mínimo siguiente: papel de carta (A4), 20 mm; papel de carta (A5), 16 mm; tarjetón, 20 mm; carpeta cerrada (DIN A4), 20 mm, y se ha colocado el logotipo del acontecimiento (símbolo y, en su caso, leyenda) en la parte inferior derecha de la contraportada; sobre de mensajería, 30 mm, y el logotipo se ha colocado en la parte delantera; sobre americano, 20 mm; facturas y extractos bancarios de uso externo, 20 mm ocupando un mínimo del 10 por ciento 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 (símbolo y, en su caso, leyenda) tiene un tamaño que permite su correcta visibilidad y legibilidad, y son las siguientes:

– Campañas:

Tipo de soporte (Papel de carta, tarjetón, carpeta cerrada, sobre mensajería, sobre americano, facturas, extractos bancarios de uso externo)	Tirada anual

El importe de los gastos de publicidad abonados por este concepto, excluido el IVA, considerados como no esenciales, asciende a

Treinta. Las campañas mediante la cesión por los medios de comunicación de espacios gratuitos, para la inserción por parte de la entidad receptora de las aportaciones de anuncios dedicados a la promoción del acontecimiento, se realizaron con el siguiente detalle:

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

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

A.1 «Especial cobertura informativa del acontecimiento de excepcional interés público «Inauguración de la Galería de las Colecciones Reales»

– Campañas:

Campaña	Importe

A.2 «Publicidad de la imagen y del logotipo del acontecimiento de excepcional interés público «Inauguración de la Galería de las Colecciones Reales», en las campañas publicitarias propias de la entidad, ha cumplido los requisitos de uso.

– Campañas:

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

A.3 «Cesión de espacios publicitarios del acontecimiento de excepcional interés público «Inauguración de la Galería de las Colecciones Reales».

– Campañas:

Campaña	Importe

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

B) Publicidad no esencial (indicar a continuación solo la/las modalidad/es afectada/s):

Hay campañas en las que no se han cumplido las especificaciones técnicas para que los gastos de publicidad puedan considerarse como esenciales, y son las siguientes:

B.1 «Especial cobertura informativa del acontecimiento de excepcional interés público «Inauguración de la Galería de las Colecciones Reales».

– Campañas:

Campaña	Importe

B.2 «Publicidad de la imagen y del logotipo del acontecimiento (símbolo y, en su caso, leyenda) de excepcional interés público «Inauguración de la Galería de las Colecciones Reales», en las campañas publicitarias propias de la entidad.

– Campañas:

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

B.3 «Cesión de espacios publicitarios del acontecimiento de excepcional interés público «Inauguración de la Galería de las Colecciones Reales».

– Campañas:

Campaña	Importe

El importe de los gastos de publicidad abonados por este concepto, excluido el IVA, considerados como no esenciales, asciende a

ANEXO 4

MODELO DE RELACIÓN DE FACTURAS DE ACTUACIONES PUBLICITARIAS VINCULADAS A LA SOLICITUD DE CERTIFICACIÓN PARA EL ACONTECIMIENTO DE EXCEPCIONAL INTERÉS PÚBLICO “INAUGURACIÓN DE LA GALERÍA DE LAS COLECCIONES REALES”.

PUBLICIDAD ESENCIAL

Ejercicio 201.....

N.º de Factura	Emisor de la factura (Si el emisor es persona jurídica: indicar razón social; si es persona física: nombre y apellidos)	Soporte (*) (TV, Radio, “Merchandising”, etc.)	Campaña	Importe sin IVA (salvo que no sea deducible por Ley y suponga un coste)
Total importe				

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

En, a de.....de 20.....

Firmado (nombre y apellidos del interesado o del representante de la entidad que presenta la solicitud):

.....página 1 de

MODELO DE RELACIÓN DE FACTURAS DE ACTUACIONES PUBLICITARIAS VINCULADAS A LA SOLICITUD DE CERTIFICACIÓN PARA EL ACONTECIMIENTO DE EXCEPCIONAL INTERÉS PÚBLICO “INAUGURACIÓN DE LA GALERÍA DE LAS COLECCIONES REALES”.

PUBLICIDAD NO ESENCIAL

Ejercicio 201__

N.º de Factura	Emisor de la factura (Si el emisor es persona jurídica: indicar razón social; si es persona física: nombre y apellidos)	Soporte (*) (TV, Radio, “Merchandising”, etc.)	Campaña	Importe sin IVA (salvo que no sea deducible por Ley y suponga un coste)
Total importe				

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

En, a de.....de 20.....

Firmado (nombre y apellidos del interesado o del representante de la entidad que presenta la solicitud):

.....página 1 de

ANEXO 5

MODELO CERTIFICACIÓN GENÉRICO

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 «Inauguración de las Colecciones Reales»,

CERTIFICO

Que el órgano administrativo que realiza la ejecución del programa de apoyo a la celebración del acontecimiento de excepcional interés público «Inauguración de la Galería de las Colecciones Reales», 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 el día.... de..... de:

Solicitud de (INTERESADO O ENTIDAD) de certificación de donación y adecuación de los gastos realizados a los objetivos y planes del programa de apoyo al acontecimiento «Inauguración de la Galería de las Colecciones Reales».

Visto el escrito de solicitud de certificación de la adecuación de los gastos realizados a los objetivos y planes del programa de apoyo al acontecimiento «Inauguración de la Galería de las Colecciones Reales», presentado con fecha de entrada en el Registro de la Secretaría del órgano administrativo de por Dña./D., con NIF:, en nombre y representación de (INTERESADO O ENTIDAD), con NIF:, con domicilio fiscal y a efectos de notificaciones en, dirección de correo electrónico..... 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 20XX, recibido por la XXXXXXX (poner denominación de la entidad receptora de las donaciones), con NIF xxxxxxxx, por un importe de EUROS (..... €), en concepto de aportación para la promoción, divulgación, apoyo y mecenazgo a la celebración del acontecimiento de excepcional interés público «Inauguración de la Galería de las Colecciones Reales», 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 (INTERESADO O ENTIDAD) en la que consta que ha realizado gastos de publicidad y propaganda de proyección plurianual, en el periodo comprendido entre el de y elde, en televisión, radio, prensa, internet y otros soportes publicitarios cuya cuantía asciende a EUROS (..... €), excluido el IVA soportado deducible, según el siguiente desglose:

- Televisión.....
- Radio.....
- Prensa.....
- Internet.....
- Etc.

A dicha solicitud le resulta de aplicación lo dispuesto en la disposición adicional quincuagésima novena de la Ley 31/2022, de 23 de diciembre, de Presupuestos Generales del Estado para el año 2023, sobre beneficios fiscales aplicables a la inauguración de la Galería de las Colecciones Reales, así como 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 y Función Pública, 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, dirigidas al Programa del acontecimiento declaradas por (INTERESADO O ENTIDAD), con NIF:, con domicilio fiscal y a efectos de notificaciones en, 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 «Inauguración de la Galería de las Colecciones Reales», 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(INTERESADO O ENTIDAD).

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, 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 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, 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 «Inauguración de la Galería de las Colecciones Reales», en a ... dede dos mil....

V.º B.º

La/El Presidenta/e

La/El Secretaria/o

NORMAS DE PRESENTACIÓN DE LA DOCUMENTACIÓN A CERTIFICAR

1. Los tres Anexos (modelo de solicitud, modelo de declaración responsable y modelo de relación de facturas) deben presentarse firmados digitalmente (no escaneados) por el representante de la entidad, en el Registro Electrónico General de la AGE cuya dirección es <https://sede.administracion.gob.es/>, dirigiendo en este último caso al Consejo de Administración del Patrimonio Nacional.
2. Los comprobantes de publicidad para que se pueda visualizar la totalidad de las campañas publicitarias a certificar se deben enviar en un pendrive a la dirección postal del CAPN con los archivos agrupados en carpetas desglosadas de la siguiente forma:
 - a. Carpeta principal: Tipo de publicidad (esencial y no esencial)
 - b. Subcarpetas: Soportes publicitarios (TV, prensa, radio, etc.)
 - c. Dentro de las subcarpetas anteriores: cada una de las campañas.

La denominación de cada campaña debe coincidir con la denominación de las mismas que se haya declarado en los dos anexos (anexo correspondiente al modelo de declaración responsable y anexo correspondiente al modelo de relación de facturas), de tal forma que sea suficientemente clara para poder identificarlos y cruzarlos con el resto de la documentación.

Tiene que enviarse como mínimo un anuncio por cada campaña y tipo de soporte publicitario.

3. 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.
4. El modelo de relación de facturas, si éstas superan las 10 filas, se ha de enviar también en formato Excel.

ANEXO 6

MODELO PARA QUE LAS EMPRESAS SOLICITEN EL RECONOCIMIENTO PREVIO DE LOS BENEFICIOS FISCALES DE LA AEAT

Modelo de Solicitud de reconocimiento previo del derecho de los sujetos pasivos a la aplicación de los beneficios fiscales aplicables al programa de apoyo a la celebración del acontecimiento de excepcional interés público «Inauguración de la Galería de las Colecciones Reales».

A LA AGENCIA ESTATAL DE ADMINISTRACIÓN TRIBUTARIA

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

EXPONE

Primero.- Que, de acuerdo con 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 de la disposición quincuagésima novena de la Ley 31/2022, de 23 de diciembre, de Presupuestos Generales del Estado para el año 2023, sobre beneficios fiscales aplicables al acontecimiento de excepcional interés público Programa «Inauguración de la Galería de las Colecciones Reales», requerirá el reconocimiento previo de la Administración tributaria según lo previsto en el artículo 9 del mencionado Real Decreto.

Segundo.- Que la COMPAÑÍA ha realizado unos gastos de propaganda y publicidad consistentes en la realización de campañas de publicidad del acontecimiento en medios de comunicación con carácter nacional, que tienen carácter plurianual y que sirven directamente para la promoción del acontecimiento Programa «Inauguración de la Galería de las Colecciones Reales», es decir, que cumplen los requisitos necesarios del artículo 8 del 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 «Inauguración de la Galería de las Colecciones Reales» 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 Reglamento para la aplicación del Régimen Fiscal de las Entidades sin fines lucrativos y de los incentivos fiscales al mecenazgo, los gastos de propaganda y publicidad que otorgan el derecho a la aplicación de los beneficios fiscales aplicables al Programa «Inauguración de la Galería de las Colecciones Reales» 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 la disposición adicional quincuagésima novena de la Ley 31/2022, de 23 de diciembre, de Presupuestos Generales del Estado para el año 2023 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 «Inauguración de la Galería de las Colecciones Reales».

En, a

Fdo.:
COMPAÑÍA

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:
 - 1.º 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 promocióne 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 consorcio o por el órgano administrativo correspondiente de anuncios dedicados a la promoción del acontecimiento.
 - b) Que sirvan directamente para la promoción del acontecimiento porque su contenido favorezca la divulgación de su celebración.

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

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

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.

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 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.

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 órgano administrativo correspondiente

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.

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.