

Manual de Identidad Corporativa y Manual de uso y aplicación para empresas colaboradoras

Manual de aplicación de los beneficios fiscales previstos en el apartado primero del artículo 27.3 de la Ley 49/2002, de 23 de diciembre, de régimen fiscal de las entidades sin fines lucrativos y de los incentivos fiscales al mecenazgo, correspondientes a los gastos de propaganda y publicidad de proyección plurianual, que sirvan para la promoción del acontecimiento de excepcional interés público XXXVII Copa América Barcelona.



Aprobado en la reunión constitutiva de la Comisión Interadministrativa “XXXVII Copa América Barcelona” el 30 octubre 2023.

Acontecimiento declarado de excepcional interés público por la disposición adicional cuarta de la Ley 26/2022, de 19 de diciembre, por la que se modifica la Ley 38/2015, de 29 de septiembre, del sector ferroviario

Incluye la primera adenda aprobada por la Comisión Interadministrativa “XXXVII Copa América Barcelona” en su reunión el día 25 enero 2024.
(Páginas 9, 10, 10-bis y 11-bis).

Incluye la segunda adenda aprobada por la Comisión Interadministrativa “XXXVII Copa América Barcelona” en su reunión el día 21 de marzo 202₁4.
(Páginas 10-ter, 10-quáter y 11-ter).

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN.....	3
2. MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA	5
3. MANUAL DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS	18
1. NORMATIVA APLICABLE.....	19
2. CÁLCULO DE LA BASE DE LA DEDUCCIÓN FISCAL.....	22
3. SOPORTES CUYA ÚNICA FINALIDAD ES LA PUBLICIDAD DEL COLABORADOR Y DEL ACONTECIMIENTO.....	27
Televisión y cine.....	29
Prensa y revistas.....	30
Radio y podcast de audio.....	31
Folletos y catálogos.....	32
Encartes, mailings y e-mailings.....	33
Vallas, mupis/opis, marquesinas, cabinas y video pantallas.....	34
Banderolas, cartelería, escaparates y lonas.....	35
Stand en ferias y eventos deportivos.....	36
Puntos de información.....	37
Merchandising.....	38
Marketing directo.....	39
Productos promocionales fabricados exclusivamente para la difusión del acontecimiento.....	40
Productos promocionales de distribución empresarial.....	41
Soportes publicitarios digitales, páginas web, dispositivos móviles, aplicaciones para móviles y tabletas (APP), redes sociales.....	42
3.4. SOPORTES CUYA FINALIDAD ES DISTINTA A LA PUBLICITARIA.....	44
Furgonetas, turismos, autobuses, camiones, grúas, vehículos articulados y otros vehículos de carga y transporte.....	46
Grúas de construcción.....	47
Globos aerostáticos y otros soportes similares.....	48
Máquinas expendedoras, botelleros, vitrinas, neveras y refrigeradoras.....	49
Call Center.....	50
Displays y puntos lectores de ventas (PLV)	51
Web del colaborador.....	52
Uniformes y equipaciones deportivas.....	53
Cajeros automáticos.....	54
Soportes de divulgación corporativa (documentos corporativos, facturas y extractos bancarios de uso externo, etc.).....	55
Soportes cuya finalidad principal no es la publicitaria según resolución de la DGT de 9-6-2022:.....	56
Embalajes varios.....	57
Latas, botellas y botellines.....	59
Envases alimentarios	60
Bolsas contenedoras	61
4. PLANES Y OBJETIVOS GENERALES DEL ACONTECIMIENTO.....	62
1. ACTIVIDADES DEPORTIVAS.....	64
2. INFRAESTRUCTURAS.....	65
3. PROTECCIÓN DEL MEDIO AMBIENTE.....	66
4. ACTIVIDADES DE PROMOCIÓN.....	68
5. RACE VILLAGE& FANZONES/ÁREAS DE EXPOSICIÓN.....	70
6. HOSPITALIDAD.....	70
7. PROGRAMA DE VOLUNTARIADO.....	70
8. PROYECTOS DE INNOVACIÓN.....	70
9. PROYECTOS DE LEGADO.....	71
5. PROCEDIMIENTO PARA LA SOLICITUD DE LA CERTIFICACIÓN ACREDITATIVA Y RECONOCIMIENTO DE LOS BENEFICIOS FISCALES.....	72
6. ANEXOS.....	78
Anexo I. Modelo de solicitud ante la Comisión Interadministrativa del Acontecimiento de excepcional interés público "XXXVII Copa América Barcelona" de certificación acreditativa de la adecuación de los gastos realizados a los objetivos y planes del programa de dicho acontecimiento.....	79
Anexo II. Modelo de declaración responsable.....	84
Anexo III. Relación de facturas Publicidad esencial.....	137
Anexo IV. Relación de facturas Publicidad no esencial.....	139
Anexo V. Modelo de Certificación Genérico.....	141
Anexo VI. Modelo para que las empresas soliciten el reconocimiento previo de los beneficios fiscales a la AEAT.....	145



MANUAL DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS

1. INTRODUCCIÓN



MANUAL DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS

El presente Manual de Identidad Corporativa y de Uso para las Empresas Colaboradoras del Acontecimiento de excepcional interés público "**XXXVII Copa América Barcelona**", tiene por objeto:

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



MANUAL DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS

2. MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA DEL ACONTECIMIENTO



MANUAL DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS

El Manual de Identidad Corporativa recoge los elementos constitutivos de la Identidad Visual del Acontecimiento de excepcional interés público **“XXXVII Copa América Barcelona”**.

Como elementos constitutivos establecemos las pautas de construcción, el uso de las tipografías y las aplicaciones cromáticas de la marca.

La consolidación de la imagen del Acontecimiento de Excepcional Interés Público **“XXXVII Copa América Barcelona”**, necesita de una atención especial a las recomendaciones expuestas en este Manual, como documento que nos garantiza una unidad de criterios en nuestra comunicación y difusión pública.

El manual de la marca (37th America's Cup Brand Guidelines) debe ser por tanto una herramienta “viva” y presente en todas las aplicaciones de la marca corporativa, y la convivencia con sus Productos.

Las directrices que contiene este documento no pretenden, de ninguna manera, restringir la creatividad de la empresa, sino ser una guía que abra nuevas posibilidades creativas de comunicar su propia esencia.



MANUAL DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS

INTRODUCCIÓN SOBRE EL USO DE LA MARCA

Situación. La identidad de la XXXVII Copa América Barcelona no es sólo un logotipo. Se trata de un diseño complejo compuesto de una serie de elementos clave que se juntan para crear un signo distintivo que convierten a la marca de la XXXVII Copa América Barcelona inmediatamente reconocible.

Las siguientes páginas contienen la guía de cómo reproducir la marca adecuadamente.

Se puede pedir consejo sobre estas pautas de reproducción de la marca XXXVII Copa América Barcelona escribiendo un correo electrónico a branding@americascup.com



MANUAL DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS

USO DE LA MARCA

Situación. El logotipo aparecerá, siempre que sea posible en la mitad inferior derecha del soporte publicitario, cuando éste sea "publicidad en medios".

Cuando se trate de otros soportes publicitarios, aparecerá en un lugar destacado 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.



MANUAL DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS

LOGOTIPO PRINCIPAL (horizontal)



LOGOTIPO PRINCIPAL (vertical)



El logotipo del evento está compuesto por dos partes inseparables y claramente diferenciadas entre sí: el símbolo y la leyenda. Alternativamente a esta versión uno del logotipo del evento que se muestra en esta página, se podrá usar la versión dos del logotipo del evento (Marcas de Texto) representada en la siguiente página.



MANUAL DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS

MARCAS DE TEXTO

**37TH AMERICA'S CUP
BARCELONA**

MARCAS DE TEXTO en una línea

37TH AMERICA'S CUP BARCELONA

Estas Marcas de Texto constituyen la versión dos del logotipo del evento.



MANUAL DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS

LOGOTIPO ALTERNATIVO PARA LOS PROYECTOS DE LEGADO DEL EVENTO

37TH AMERICA'S CUP BARCELONA

PROYECTE DE LLEGAT

37TH AMERICA'S CUP BARCELONA

PROYECTO DE LEGADO

37TH AMERICA'S CUP BARCELONA

LEGACY PROJECT

Para todos los donantes que participen en actividades de legado del acontecimiento no relacionadas directamente con la celebración de la XXXVII Copa América Barcelona, actividades de promoción de la vela, preparación deportiva o divulgación, se establece que pueden utilizar cualquiera de los logotipos alternativos representados en esta página en cualquiera de los soportes de comunicación, siguiendo las mismas normas que rigen para el uso del logotipo principal del acontecimiento.



MANUAL DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS

LOGOTIPO ALTERNATIVO PARA LA PARTICIPACIÓN EN EL EVENTO

LOGOTIPO Alternativo (horizontal)



LOGOTIPO Alternativo (vertical)



Para todos los donantes que estén relacionados directamente con los equipos participantes en la XXXVII Copa América Barcelona se establece que pueden utilizar cualquiera de los logotipos alternativos representados en esta página en cualquiera de los soportes de comunicación, siguiendo las mismas normas que rigen para el uso del logotipo principal del acontecimiento.



MANUAL DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS

LOGOTIPO ALTERNATIVO PARA LA PARTICIPACIÓN EN EL EVENTO

LOGOTIPO Alternativo (horizontal en negativo)



LOGOTIPO Alternativo (vertical en negativo)



Para todos los donantes que estén relacionados directamente con los equipos participantes en la XXXVII Copa América Barcelona se establece que pueden utilizar cualquiera de los logotipos alternativos representados en esta página en cualquiera de los soportes de comunicación, siguiendo las mismas normas que rigen para el uso del logotipo principal del acontecimiento.



MANUAL DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS

ÁREA DE PROTECCIÓN



Se ha establecido un área de protección entorno al logotipo. Este área deberá estar exenta de elementos de la marca.

La construcción del área de respeto queda determinada por la medida "2X". Siempre que sea posible, es preferible aumentar al máximo este espacio separando el logotipo del resto de elementos de la página (textos e imágenes).



MANUAL DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS

ÁREA DE PROTECCIÓN

2x		2x
x	37TH AMERICA'S CUP BARCELONA	
2x	_____	2x
x	PROYECTO DE LEGADO	
2x		2x

2x		2x
x	37TH AMERICA'S CUP BARCELONA	
2x	_____	2x
x	LEGACY PROJECT	
2x		2x

Se ha establecido un área de protección entorno al logotipo. Esta área deberá estar exenta de elementos de la marca.

La construcción del área de respeto queda determinada por la medida "2X". Siempre que sea posible, es preferible aumentar al máximo este espacio separando el logotipo del resto de elementos de la página (textos e imágenes).



MANUAL DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS

ÁREA DE PROTECCIÓN

x		x
x		x
x		x

x		x
x		x
x		x

Se ha establecido un área de protección entorno al logotipo. Esta área deberá estar exenta de elementos de la marca. La construcción del área de respeto queda determinada por la medida "X". Siempre que sea posible, es preferible aumentar al máximo este espacio separando el logotipo del resto de elementos de la página (textos e imágenes).

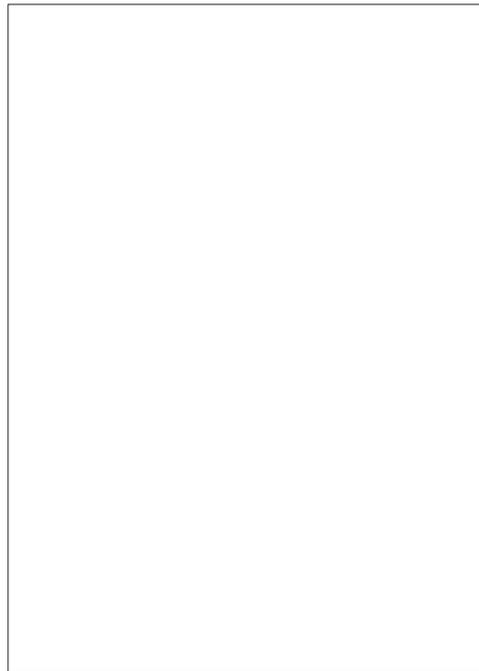


MANUAL DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS



Navy

PANTONE 281 U
CMYK 100/94/40/56
RGB 0/0/66
#000042



White

CMYK 0/0/0/0
RGB 255/255/255
#ffffff

COLORES PRINCIPALES

Los colores principales del logotipo y símbolo de la XXXVII Copa América Barcelona son el azul marino y el blanco. Estos pueden existir tanto en positivo como en negativo.

Azul Marino.

Pantone 281U
CMYK 100/94/40/56
RGB 0/0//66
#000042

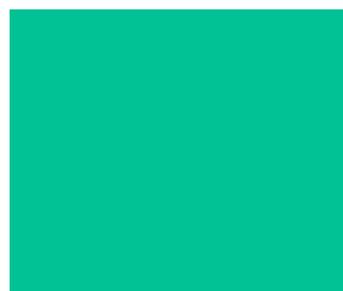
Blanco.

CMYK 0/0/0/0
RGB 255/255/255
#ffffff

MANUAL DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS



Red
PANTONE Bright Red U
CMYK 0/95/89/0
RGB 255/0/13
#ff000d



Green
PANTONE 3255 U
CMYK 71/0/55/0
RGB 0/194/148
#00c294



Yellow
PANTONE Yellow U
CMYK 3/7/91/0
RGB 255/225/0
#ffe100

COLORES VIBRANTES

Ciertas aplicaciones pueden hacerse sobre los colores vibrantes aquí representados.

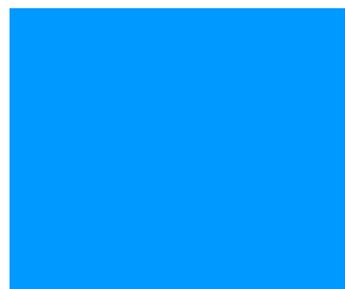
Rojo
CMYK 0/95/89/0

Verde.
CMYK 71/0/55/0

Amarillo.
CMYK 3/7/91/0

Azul.
CMYK 73/35/0/0

Violeta.
CMYK 65/56/0/0



Blue
PANTONE 2191 U
CMYK 73/35/0/0
RGB 0/153/255
#0099ff



Purple
PANTONE 2725 U
CMYK 65/56/0/0
RGB 125/120/245
#7d78f5

MANUAL DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS

ABCDEFGHI
JKLMNOPQ
RSTUVWXYZ
0123456789
!"#\$%&€/=¿?*

TIPOGRAFÍA PRINCIPAL

La tipografía estándar en todos los eventos organizados por la XXVII Copa América Barcelona es Le Corbusier siempre utilizada con TODO EN MAYÚSCULAS e idealmente nunca en un tamaño menor a 20pt.



MANUAL DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS



37TH
AMERICA'S CUP
BARCELONA



37TH
AMERICA'S CUP
BARCELONA

USO PRINCIPAL

Uso Principal.

Los colores principales del logotipo y símbolo de la XXXVII Copa América Barcelona son el azul marino y el blanco. Estos pueden existir tanto en positivo como en negativo.

Uso Positivo.

El uso positivo (azul) debe usarse sobre fondos blancos o claros si hubiera suficiente contraste.

Uso Negativo.

El uso negativo (blanco) debe usarse sobre el color principal que es azul marino. Este uso negativo puede usarse sobre fondos oscuros si hubiera suficiente contraste.



MANUAL DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS



37TH
AMERICA'S CUP
BARCELONA



37TH
AMERICA'S CUP
BARCELONA

Blanco y Negro

Si la representación en el color principal no es posible por razones técnicas, o si el azul marino no da suficiente contraste o compite con otros elementos visuales, se pueden utilizar sujeto a aprobación expresa por escrito, la representación en blanco y negro.



MANUAL DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS



Colores Vibrantes

El logotipo sólo en azul marino, nunca en blanco, negro o cualquier otro color, puede utilizarse sobre los colores vibrantes especificados como se muestra.



MANUAL DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS

3. MANUAL DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS



MANUAL DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS

3.1. NORMATIVA APLICABLE



MANUAL DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS

I. Normativa aplicable

Esta normativa aplicable prevalece frente a cualquier discrepancia que pudiera haber con el texto de este manual de información para empresas colaboradoras.

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 la Comisión Interadministrativa Copa América, se realicen para la promoción de los acontecimientos de excepcional interés público.

Asimismo, el 25 de enero de 2018, se aprueba la Resolución de la Dirección General de Tributos (BOE 02/02/18), 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.

La disposición adicional cuarta de la Ley 26/2022, de 19 de diciembre, regula los beneficios fiscales aplicables a la celebración de la "XXXVII Copa América Barcelona" estipulando:

- Uno. La celebración de la XXXVII Copa América Barcelona tendrá la consideración de acontecimiento de excepcional interés público a los efectos de lo dispuesto en el artículo 27 de la Ley 49/2002, de 23 de diciembre, de régimen fiscal de las entidades sin fines lucrativos y de los incentivos fiscales al mecenazgo.
- Dos. La duración del programa de apoyo a este acontecimiento abarcará desde la entrada en vigor de esta ley hasta el 31 de diciembre de 2025.
- Tres. La certificación de la adecuación de los gastos realizados a los objetivos y planes del programa se efectuará en conformidad con lo dispuesto en la citada Ley 49/2002.
- Cuatro. Las actuaciones a realizar serán las que aseguren el adecuado desarrollo del acontecimiento. El desarrollo y concreción en planes y programas de actividades específicas se realizará por el órgano competente de conformidad con lo dispuesto en la citada Ley 49/2002.
- Cinco. Los beneficios fiscales de este programa serán los máximos establecidos en el artículo 27.3 de la Ley 49/2002.

MANUAL DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS

I. Normativa aplicable (cont.)

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 de la Comisión Interadministrativa Copa América 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 la Comisión Interadministrativa Copa América 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 I y V del presente manual se incorporan respectivamente los modelos de solicitud del certificado ante la Comisión Interadministrativa Copa América, así como del certificado a emitir por dicho órgano. El anexo II contiene el modelo de declaración responsable, mientras que en los anexos III (publicidad esencial) y IV (publicidad no esencial) 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.



MANUAL DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS

3.2. CÁLCULO DE LA BASE DE LA DEDUCCIÓN FISCAL

MANUAL DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS

3.2. Cálculo de la base de la deducción fiscal

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

MANUAL DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS

3.2. Cálculo de la base de la deducción fiscal (cont.)

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.

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

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

2. Soportes que tienen otra finalidad además de la publicitaria (su finalidad o función principal es distinta a la publicitaria): Son los soportes que, si bien pueden incorporar publicidad, sin embargo, tienen fundamentalmente otra finalidad.

3. 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.

MANUAL DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS

3.2. Cálculo de la base de la deducción fiscal (cont.)

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:

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

2. 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.

2.3 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 apartados 2.2 y 2.3 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.

MANUAL DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS

3.2. Cálculo de la base de la deducción fiscal (cont.)

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 Copa América 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 dos grupos de soportes diferentes:

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



MANUAL DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS

3.3. SOPORTES CUYA ÚNICA FINALIDAD ES LA PUBLICIDAD DEL COLABORADOR Y DEL ACONTECIMIENTO



MANUAL DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS

3.3. 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 XXXVII Copa América Barcelona 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.

MANUAL DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS

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

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.

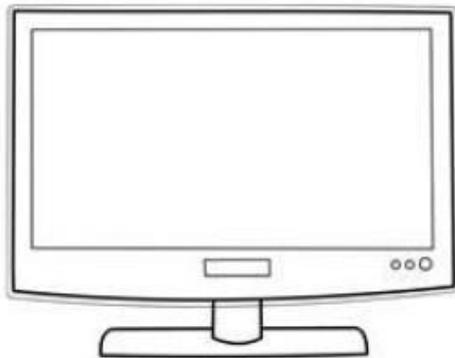
Además, el logotipo de la XXXVII Copa América Barcelona (símbolo + leyenda) deberá figurar en pantalla por un espacio de tiempo mínimo equivalente al 50 por ciento de la duración del anuncio.

Los logotipos del medio audiovisual utilizado en ningún caso se sobrepondrán al logotipo de la XXXVII Copa América Barcelona.

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.



MANUAL DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS

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

Prensa y revistas

Página completa y media página: el logotipo de la XXXVII Copa América Barcelona 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 XXXVII Copa América Barcelona 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.

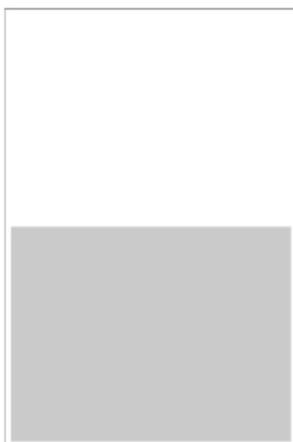
En el supuesto de que los contenidos publicitarios sean elaborados por personas o entidades vinculadas con el colaborador, se valorarán por su valor de mercado en los términos del artículo 18 de la Ley 27/2014.

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



página completa



1/2 página

MANUAL DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS

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



Radio y podcast de audio

La locución de la empresa colaboradora con el acontecimiento de excepcional público "XXXVII Copa América Barcelona" 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, a precios de mercado.

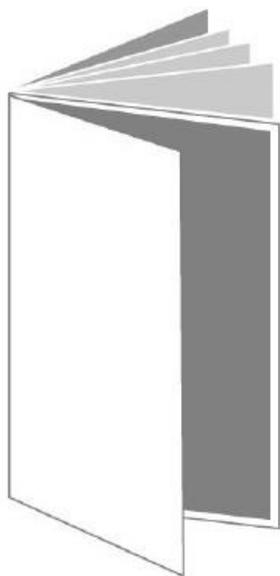
Si los contenidos publicitarios son elaborados por los colaboradores la base de la deducción será, además, el coste de producción de los mismos.

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.

MANUAL DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS

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



Folletos 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 XXXVII Copa América Barcelona 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.

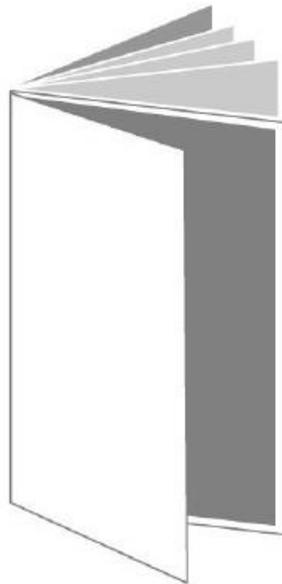
En los folletos no plegados, el logotipo de la XXXVII Copa América Barcelona aparecerá como mínimo en una de las caras, con un ancho mínimo de 22 mm, ocupando un mínimo del 10 por ciento de la base del folleto.

En los catálogos, el logotipo del acontecimiento de la XXXVII Copa América Barcelona 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.

MANUAL DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS

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



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 XXXVII Copa América Barcelona 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 XXXVII Copa América Barcelona 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 logotipo de la XXXVII Copa América Barcelona 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.

MANUAL DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS

3.3. 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 XXXVII Copa América Barcelona 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.

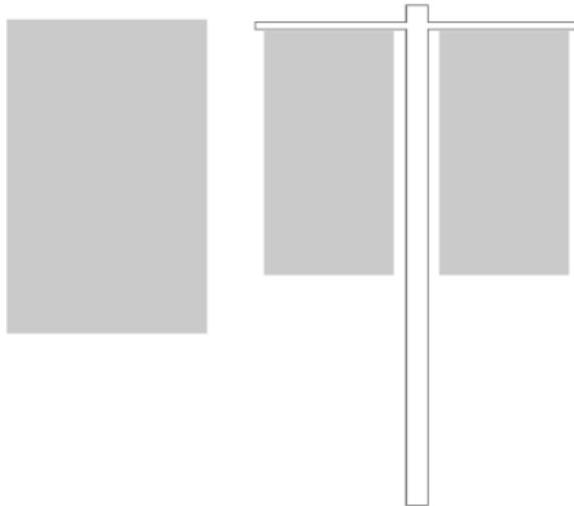
En todos estos casos el logotipo del acontecimiento ocupará como mínimo un 10 por ciento de la base del anuncio.

Video pantallas: el logotipo de la XXXVII Copa América Barcelona 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.

MANUAL DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS

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



Banderolas, cartelería, escaparates y lonas

El logotipo de la XXXVII Copa América Barcelona 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.

MANUAL DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS

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

Stand en ferias y eventos deportivos

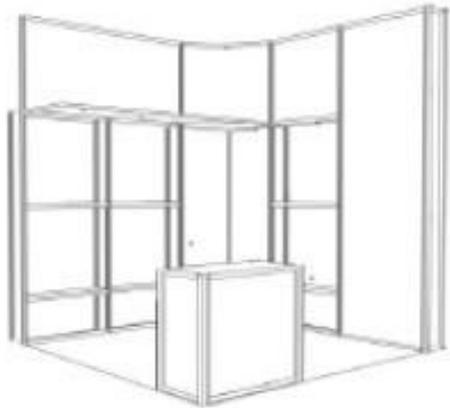
La presencia del logotipo de la XXXVII Copa América Barcelona en el stand del colaborador será igual o superior al 10 por ciento de la totalidad de la extensión del mismo.

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 embarcaciones), el logotipo de la XXXVII Copa América Barcelona (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.

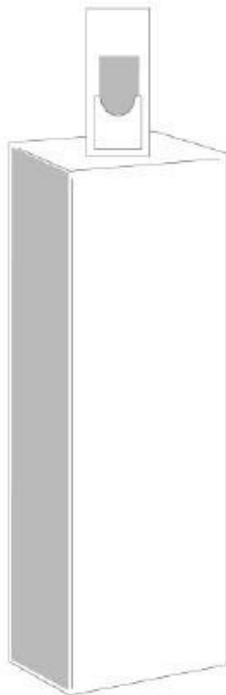
No obstante, no formará parte de la base de la deducción el coste de producción de los elementos estructurales del stand, como el mobiliario o hardware presentes en el mismo; en estos casos, únicamente formará parte de la base de la deducción el coste de inserción del logotipo del acontecimiento en dichos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

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



MANUAL DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS

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



Puntos de información

Poste de información: el logotipo de la XXXVII Copa América Barcelona 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 XXXVII Copa América Barcelona irá siempre en la parte frontal de dicha caseta y tendrá un mínimo del 12 por ciento del ancho de la base.

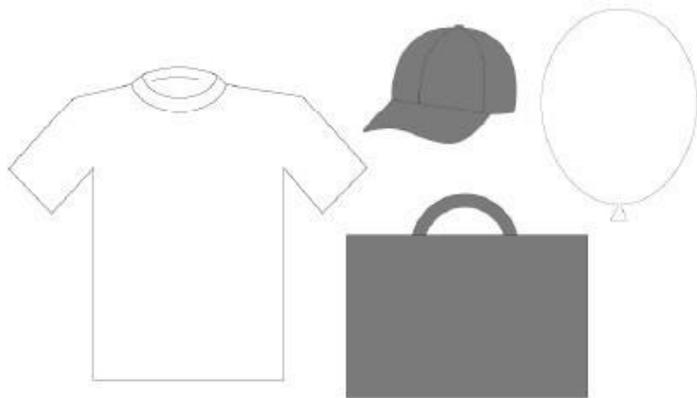
Como la función esencial de estos elementos es la información de las actividades que forman parte del acontecimiento, la marca de la institución o colaborador aparecerá a modo de complemento.

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

En ningún caso se incluirán los costes de personal.

MANUAL DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS

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



Merchandising

Cuando 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:

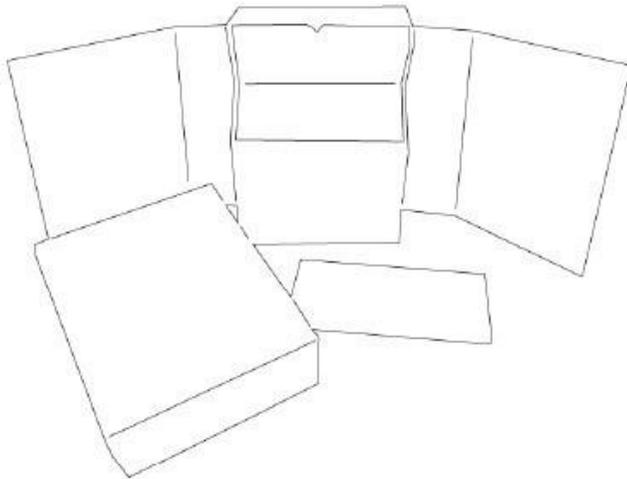
El logotipo tendrá como mínimo el mismo "peso visual" que el logotipo de la empresa colaboradora, partiendo de un ancho mínimo de 30 mm. Por "Peso visual" se considera la superficie, es decir, el resultado de multiplicar el ancho por el alto.

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.

MANUAL DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS

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



Marketing directo

Cuando 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.

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 superficie, es decir, el resultado de multiplicar el ancho por el alto.

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.

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.



MANUAL DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS

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



Productos promocionales fabricados exclusivamente para la difusión del acontecimiento

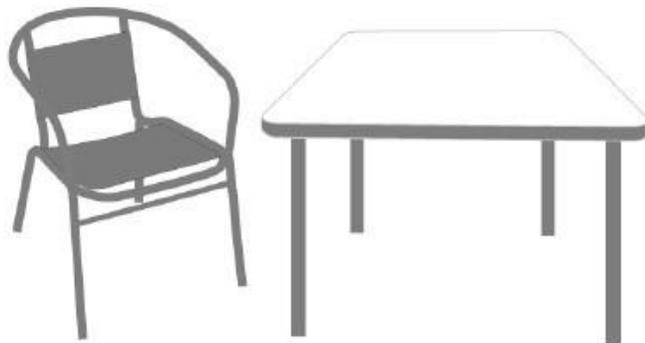
Los artículos deberán haber sido confeccionados específicamente para el acontecimiento, como por ejemplo:

- 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.

MANUAL DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS

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



Productos promocionales de distribución empresarial

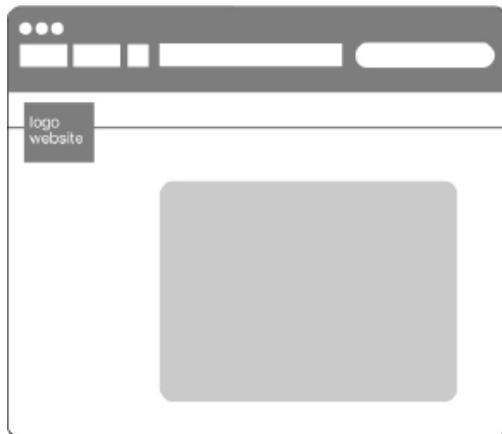
Inserción del logotipo de la XXXVII Copa América Barcelona siempre y cuando se comparta el espacio con la marca del colaborador que utilice esta herramienta en su «mix» de comunicación y sea visible en todo momento por el público. El logotipo del acontecimiento tendrá como mínimo el mismo peso visual 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.

MANUAL DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS

3.3. 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)

A) 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 XXXVII Copa América Barcelona.

El logotipo de la XXXVII Copa América Barcelona 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 XXXVII Copa América Barcelona 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.

MANUAL DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS

3.3. 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 (2) (Cont.)

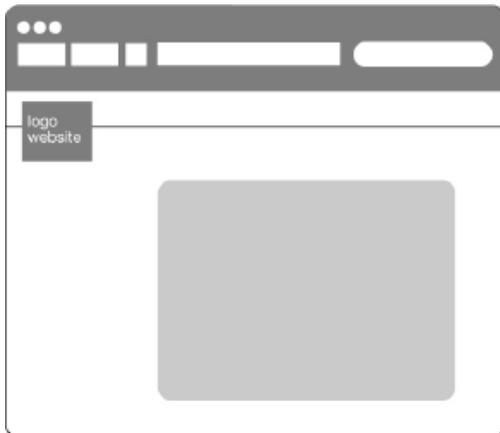
B) Si el medio utilizado para la realización de la campaña publicitaria es propiedad de la entidad colaboradora.

Web creada para la difusión del acontecimiento y «microsite». El logotipo de la XXXVII Copa América Barcelona 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 www.americascup.com. 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.

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 óptima de aparición.

La base de la deducción será el coste de diseño e inserción del logotipo de la XXXVII Copa América Barcelona, 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.





MANUAL DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS

3.4. SOPORTES CUYA FINALIDAD ES DISTINTA A LA PUBLICITARIA



MANUAL DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS

3.4. 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 XXXVII Copa América Barcelona 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 XXXVII Copa América Barcelona 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 XXXVII Copa América Barcelona 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.

MANUAL DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS

3.4. 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 XXXVII Copa América Barcelona.

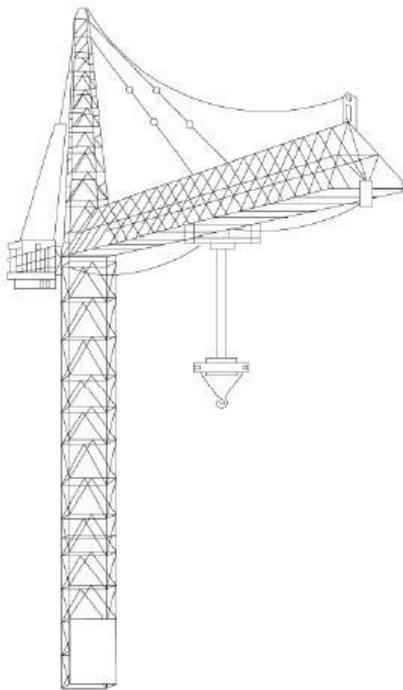
La base de la deducción estará constituida por el coste de contratación con terceros que se corresponda exclusivamente con el contenido publicitario del acontecimiento del soporte.

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 2.2 del Manual (página 25).

En ambos casos, el logotipo de la XXXVII Copa América Barcelona debe ocupar, como mínimo, el 10 por ciento de la base del espacio publicitario.

MANUAL DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS

3.4. Soportes cuya finalidad es distinta a la publicitaria



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 XXXVII Copa América Barcelona.

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

B) Si la grúa en la que se realiza la campaña publicitaria es propiedad del colaborador en el acontecimiento, la base de la deducción será el coste incurrido en incorporar la publicidad al mencionado soporte, en los términos establecidos en el punto 2.2 del Manual (página 25).

En ambos casos el logotipo de la XXXVII Copa América Barcelona 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.

MANUAL DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS

3.4. Soportes cuya finalidad es distinta a la publicitaria



Globos aerostáticos y otros soportes similares.

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 XXXVII Copa América Barcelona.

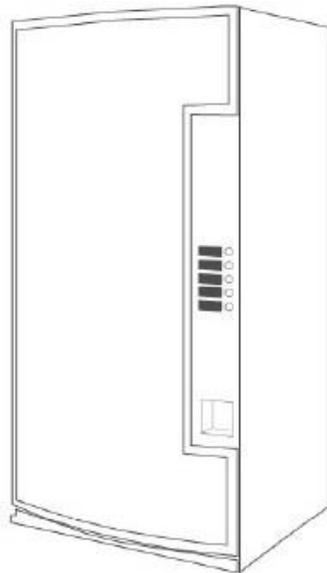
La base de la deducción estará constituida por el coste de contratación con terceros que se corresponda exclusivamente con el contenido publicitario del acontecimiento del soporte.

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 2.2 del Manual (página 25).

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

MANUAL DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS

3.4. 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 XXXVII Copa América Barcelona.

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 punto 2.2 del Manual (página 25).

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.

MANUAL DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS

3.4. Soportes cuya finalidad es distinta a la publicitaria



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 XXXVII Copa América Barcelona 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.

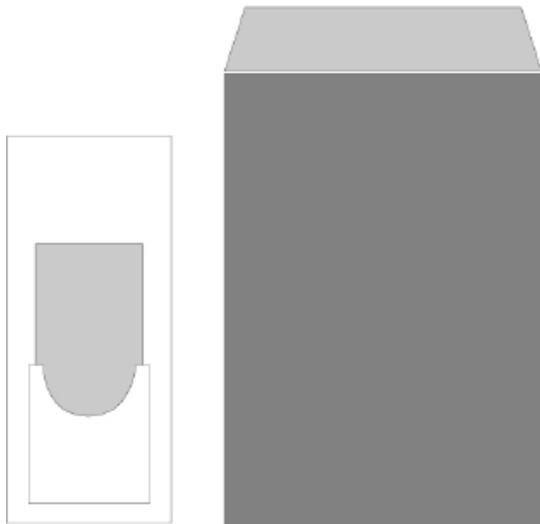
En el supuesto de tratarse de una grabación automática en la que exclusivamente se emita publicidad de la XXXVII Copa América Barcelona, la base de la deducción estará constituida por el coste total de producción.

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 XXXVII Copa América Barcelona ...» de manera perfectamente comprensible.

MANUAL DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS

3.4. 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 XXXVII Copa América Barcelona .

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 2.2 del Manual (página 25).

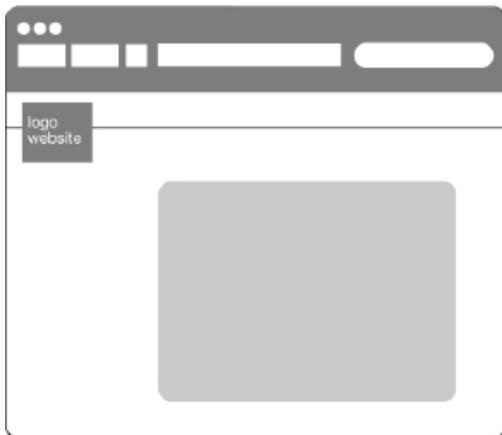
En ambos casos:

- En los «Displays»: el logotipo de la XXXVII Copa América Barcelona tendrá el mismo peso visual que la marca anunciante, partiendo de un ancho mínimo de 40 mm.
- PLV: El logotipo de la XXXVII Copa América Barcelona 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.

MANUAL DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS

3.4. Soportes cuya finalidad es distinta a la publicitaria



Web del colaborador

El logotipo de la XXXVII Copa América Barcelona 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 www.americascup.com. 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.

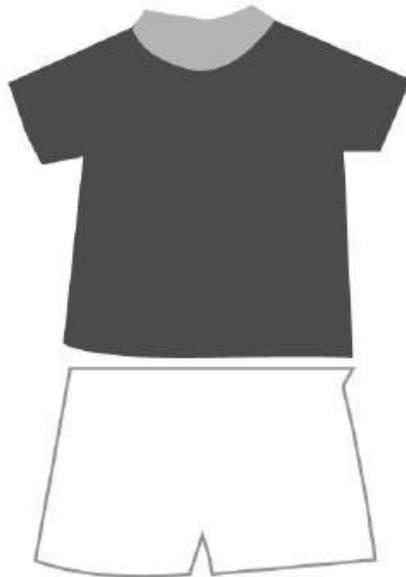
En todo caso se tendrán que respetar las especificaciones que cada web o red social establezca para las campañas en sus soportes en cuanto a diseño, colores, tamaños, etc.

En estos supuestos se consensuará la manera óptima de aparición.

La base de la deducción será el coste de inserción del logotipo de la XXXVII Copa América Barcelona, 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.

MANUAL DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS

3.4. 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 XXXVII Copa América Barcelona.

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.

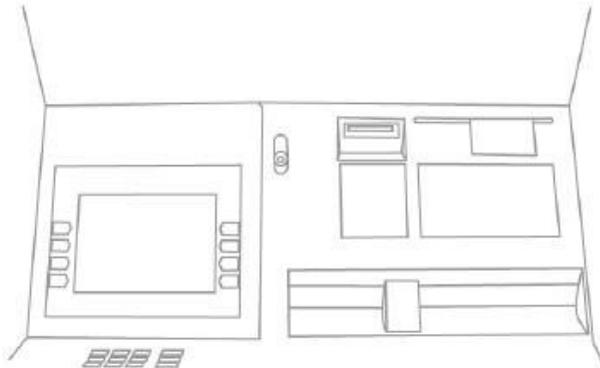
B) Si el medio utilizado para la realización de la campaña publicitaria es propiedad del colaborador en el acontecimiento, la base de la deducción será el coste incurrido en incorporar la publicidad al mencionado soporte, en los términos establecidos en el en los términos establecidos en el punto 2.2 del Manual (página 25).

El logotipo de la XXXVII Copa América Barcelona 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.

MANUAL DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS

3.4. Soportes cuya finalidad es distinta a la publicitaria



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 XXXVII Copa América Barcelona.

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 punto 2.2 del Manual (página 25).

En ambos casos el logotipo de la XXXVII Copa América Barcelona 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.

MANUAL DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS

3.4. 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 XXXVII Copa América Barcelona 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 XXXVII Copa América Barcelona 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.



MANUAL DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS

3.4. Soportes cuya finalidad es distinta a la publicitaria

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

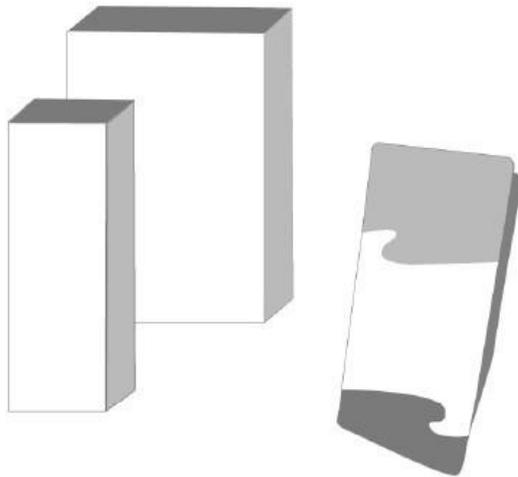
Los soportes que se indican a continuación (embalajes varios, latas, botellas, botellines, envases alimentarios, tetrabriks y bolsas contenedoras) pueden ser propios o contratarse con terceros, siendo la base de la deducción el coste total de estos soportes que incorporen el logotipo del acontecimiento, 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.

En estos casos, la aplicación de la deducción se debe realizar tomando como gasto de propaganda y publicidad el coste total de los envases que incorporen el logotipo de los acontecimientos, en la medida en que dicha publicidad no se consigne en un elemento separable, como, por ejemplo, una etiqueta, en cuyo caso la base de la deducción será el coste de la etiqueta.

MANUAL DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS

3.4. Soportes cuya finalidad es distinta a la publicitaria



Embalajes varios

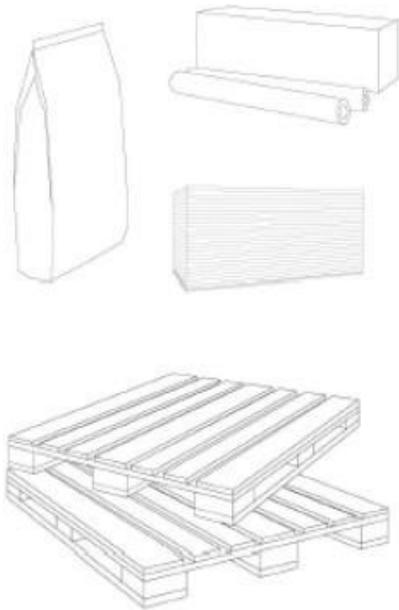
La base de la deducción es el coste total de los embalajes que incorporen el logotipo del acontecimiento

El logotipo del acontecimiento (símbolo + leyenda) deberá reunir los siguientes requisitos:

- Embalajes (como «packaging» de producto): el logotipo del acontecimiento (símbolo + leyenda) se imprimirá en la parte inferior de la cara donde aparezca la marca del producto, siguiendo el sentido de la lectura, con un ancho mínimo del logotipo de 20 mm.
- Cajas: el logotipo del acontecimiento (símbolo + leyenda) se imprimirá en la parte inferior de, al menos, una de las dos caras frontales, siguiendo el sentido de la lectura, con un ancho mínimo del logotipo de 25 mm. Se evaluará cada pieza individualmente.
- Bolsas (como «packaging» de producto): el logotipo de la XXXVII Copa América Barcelona (símbolo + leyenda) se imprimirá en la parte inferior de, como mínimo, el frontal de la bolsa, siguiendo el sentido de la lectura.
- Bolsas pequeñas (superficie menor o igual a 200 centímetros cuadrados): ancho mínimo del logotipo 20 mm.
- Bolsas grandes (superficie mayor a 200 centímetros cuadrados): ancho mínimo del logotipo 30 mm.

MANUAL DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS

3.4. Soportes cuya finalidad es distinta a la publicitaria



Embalajes varios (Cont.)

– Material de construcción (sacos, film y otros): la inserción del logotipo de la XXXVII Copa América Barcelona (símbolo + leyenda) en estos soportes deberá tener en cuenta las siguientes indicaciones:

- Sacos: el logotipo de la XXXVII Copa América Barcelona (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 XXXVII Copa América Barcelona (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 XXXVII Copa América Barcelona (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 XXXVII Copa América Barcelona (símbolo + leyenda) en este soporte deberá tener en cuenta las siguientes indicaciones:

- El logotipo de la XXXVII Copa América Barcelona (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 XXXVII Copa América Barcelona (símbolo + leyenda) deberá tener un mínimo del 50 por ciento de la sección visible o superficie de exposición.

MANUAL DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS

3.4. 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, salvo el supuesto en que el logotipo se consigne en elementos separables del envase, en cuyo caso, la base de la deducción sería exclusivamente el coste de la etiqueta o banderola.

El logotipo del acontecimiento (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.

MANUAL DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS

3.4. Soportes cuya finalidad es distinta a la publicitaria



Envases alimentarios

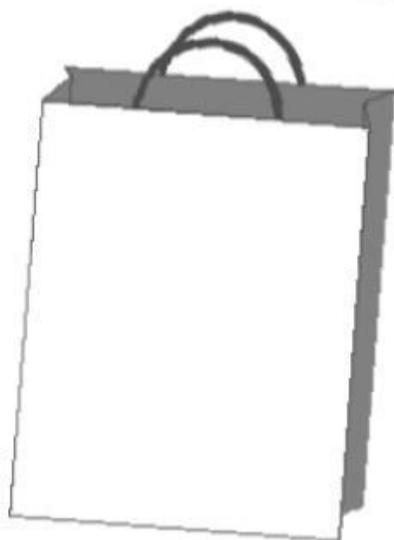
La base de la deducción es el coste total de los envases alimentarios y tetrabriks que incorporen el logotipo del acontecimiento, salvo el supuesto en que el logotipo se consigne en elementos separables del envase, en cuyo caso, la base de la deducción sería exclusivamente el coste de la etiqueta o banderola.

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.

MANUAL DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS

3.4. 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 del acontecimiento, salvo el supuesto en que el logotipo se consigne en elementos separables del envase, en cuyo caso, la base de la deducción sería exclusivamente el coste de la etiqueta o banderola.

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



MANUAL DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS

4. PLANES Y OBJETIVOS GENERALES DEL ACONTECIMIENTO



MANUAL DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS

4. Planes y objetivos generales del acontecimiento

INTRODUCCIÓN LÍNEAS BÁSICAS

Barcelona fue designada como ciudad sede de la XXXVII edición de la Copa América el 29 de marzo de 2022.

La Copa América es el trofeo deportivo más antiguo del mundo —data de 1851—, y se han celebrado desde entonces 36 ediciones, cada una de las cuales viene precedida de una preparación de años en la sede designada. Así, esta regata está considerada, por su duración y relevancia social y mediática, como uno de los acontecimientos con mayor repercusión económica y genera un importante impacto positivo en el país donde se celebra incluyendo no sólo el económico sino también el social, deportivo, de formación, innovación, promoción al deporte joven, promoción al deporte femenino e imagen internacional.

La celebración de la XXXVII edición de la Copa América de vela incluye un programa plurianual, incluyendo por primera vez en la historia la Copa América Femenina y la celebración de la Copa América de la Juventud, la regata preliminar final, la serie de selección de los desafiantes y la final de la Copa América entre el actual defensor del trofeo y el desafiante final.

La XXXVII Copa América en Barcelona ha sido declarada un acontecimiento de excepcional interés público a los efectos del artículo 27 de la Ley 49/2022, de 23 de diciembre, de régimen fiscal a las entidades sin fines lucrativos y de los incentivos fiscales al mecenazgo por la disposición adicional cuarta de la Ley 26/2022, de 19 de diciembre, por la que se modifica la Ley 38/2015 de 29 de septiembre, del sector ferroviario.

La LPGE 2023, Ley 31/2022, de 23 de diciembre, contiene una serie de disposiciones necesarias para atender a los compromisos derivados de la organización y celebración de la XXXVII Copa América en la ciudad de Barcelona.

Dado el carácter plurianual del acontecimiento, la llegada de los equipos participantes y la necesidad de facilitar el inicio y completo desarrollo del evento se hace necesario aprobar el presente documento con los Planes y Programas del acontecimiento de excepcional interés público "XXXVII Copa América Barcelona".

Este documento detalla los Planes y Programas previstos que pueden incluirse en las actividades de la XXXVII Copa América Barcelona.

Los detalles de este documento proporcionan las líneas básicas e información sobre el posible diseño del evento, la organización en el agua y en tierra y las oportunidades de participación para los aficionados, los visitantes, la comunidad local, los telespectadores, los medios de comunicación, los patrocinadores y los invitados. El objetivo es ofrecer "la mejor America's Cup de la historia" en términos de competición deportiva, accesibilidad, sostenibilidad, participación de los aficionados, impacto económico y valor de legado para la sede promocionando el acontecimiento desde el ámbito local al ámbito internacional.

La Comisión Interadministrativa del Acontecimiento de Excepcional Interés Público "XXXVII Copa América Barcelona", en su primera sesión ha aprobado, dentro del ámbito de sus competencias, según la disposición adicional cuarta de la Ley 26/2022, de 19 de diciembre, por la que se modifica la Ley 38/2015 de 29 de septiembre, del sector ferroviario y la Ley 31/2022 de 23 de diciembre, de Presupuestos generales del Estado para el año 2023, que contiene una serie de disposiciones necesarias para atender a los compromisos derivados de la organización y celebración de la "XXXVII Copa América Barcelona" en la ciudad de Barcelona, y concretadas en el Convenio Interadministrativo para su creación, los siguientes planes y programas de actividades:



MANUAL DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS

4. Planes y objetivos generales del acontecimiento (cont.)

1. ACTIVIDADES DEPORTIVAS

La actividad principal son las regatas en aguas del Mediterráneo que se desarrollarán a poca distancia de la línea de costa y de las playas de Barcelona, lo más cerca posible de la orilla, lo cual es posible dada la profundidad del agua. Habrá una zona de exclusión para las regatas y el Director de la Regata situará el campo de regatas dentro de esa zona, el trazado exacto dependerá de la dirección del viento y de las condiciones de cada día de regata.

Las regatas podrán ser presenciadas por los espectadores desde la orilla a simple vista o en pantallas gigantes, así como los espectadores desde embarcaciones que se situarán alrededor del campo de regatas. Además, se contará con cobertura televisiva, local, regional y mundial en directo y diferidos comentarios en directo al menos en tres idiomas (inglés, castellano y catalán).

1. Competiciones deportivas

Las competiciones deportivas que forman parte de los planes y programas de la XXXVII Copa América son las siguientes:

- a) Regata Preliminar Inicial en 2023.
- b) Regatas Preliminares.
- c) Regata Preliminar Final en 2024.
- d) Serie de Selección de los Desafiantes en 2024.
- e) Final de la XXXVII Copa América en 2024.
- f) Copa América de la Juventud.
- g) Copa América de la Mujer.
- h) Regatas Adicionales de barcos históricos, que formen parte de la historia de la Copa América, o que promocionen la XXXVII Copa América, como por ejemplo:
 - a. Regatas de la clase 12 metros fórmula internacional en Barcelona.
 - b. Regatas de la Clase J en Barcelona.
 - c. Regata para Super yates en Barcelona.
 - d. Regata de la clase Internacional Maxi en Barcelona.
 - e. Otras regatas que sirvan para promocionar la XXXVII Copa América Barcelona o su legado.
- i) Otras competiciones deportivas que sirvan para promocionar la XXXVII Copa América Barcelona o su legado.



MANUAL DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS

4. Planes y objetivos generales del acontecimiento (cont.)

2. Promoción del deporte femenino.

Por primera vez en la historia se celebrará la Copa América Femenina en la que competirán numerosas naciones promoviendo así el deporte femenino y la participación de la mujer en la XXXVII Copa América.

3. Promoción del deporte juvenil.

Para promover la incorporación de la juventud y un camino para llegar al deporte profesional se celebrará la Copa América de la Juventud en la que competirán numerosas naciones promoviendo así el deporte juvenil y la participación de la juventud en la XXXVII Copa América.

4. Promoción del Deporte Infantil.

Se realizarán actividades para promover la incorporación de la infancia en el deporte de la vela con ocasión de la XXXVII Copa América por ejemplo con escuelas de vela municipales.

2. INFRAESTRUCTURAS

Como parte de los planes y programas de la XXXVII Copa América se realizarán una serie de infraestructuras nuevas y se acelerarán otras que estaban programadas para concluir las antes de lo planeado.

2. Bases de los Equipos.

El primer proyecto de infraestructura será la construcción de edificios provisionales que actuarán como Bases de los Equipos. Estas bases se convertirán en la sede operativa de cada uno de los equipos competidores. El Puerto de Barcelona ha asignado espacio terrestre y una lámina de agua a cada equipo y, a continuación, cada equipo preparará una "propuesta de base de equipo" para la disposición de la zona operativa de su equipo y construirá su base. Estas instalaciones actúan como espacios de trabajo vitales para los equipos, pero también atraen una atención significativa de espectadores, patrocinadores y medios de comunicación, donde los todos pueden ver las actividades diarias del equipo.



MANUAL DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS

4. Planes y objetivos generales del acontecimiento (cont.)

2. Infraestructuras de la Entidad Organizadora.

La entidad organizadora también colocará infraestructuras temporales alrededor de la villa de la regata y las zonas de participación de los aficionados, como el escenario principal de presentación, grandes pantallas, exposiciones, locales comerciales e instalaciones de hospitalidad.

Estas infraestructuras podrán ser complementadas por otras similares relacionadas con las regatas adicionales u otras competiciones deportivas.

3. Infraestructuras Públicas

La sede anfitriona, la ciudad de Barcelona y la Autoridad Portuaria de Barcelona, también está planeando el acontecimiento como motivo para acelerar otros proyectos de infraestructuras en torno al Puerto de Barcelona y la Ciudad de Barcelona, con el fin de mejorar las infraestructuras y garantizar el legado creado por el acontecimiento.

Estas infraestructuras incluyen obras millonarias de gran relevancia en Puerto de Barcelona, actualización de avenidas y paseos marítimos de Barcelona, renovación del Puerto Olímpico de Barcelona y su transformación para su uso posterior al acontecimiento.

3. PROTECCIÓN DEL MAR Y DEL MEDIO AMBIENTE

Como parte de los planes y programas de la XXXVII Copa América se realizarán una serie de actividades de protección del mar, mejora del medio ambiente y reducción de emisiones.

1. Embarcaciones propulsadas por motor de hidrógeno.

Por primera vez en la historia de la competición y como novedad mundial se utilizarán embarcaciones con hidroalas propulsadas por un motor eléctrico utilizando hidrógeno como combustible cuyo desecho es agua.

El desarrollo tecnológico de tales embarcaciones requiere un gran esfuerzo técnico y de ingeniería para conseguir el rango y autonomía deseados en estos prototipos.

En el Puerto de Barcelona se establecerán puntos de suministro de hidrógeno para estas embarcaciones.

Durante el acontecimiento, tanto la Entidad Organizadora como los equipos utilizarán estas embarcaciones propulsadas por hidrógeno para fomentar la migración en la náutica deportiva de los combustibles fósiles al hidrógeno.

Dentro del programa de legado se propondrá la presencia de embarcaciones con motorización eléctrica con energía producida por hidrógeno o por otro tipo de baterías.



MANUAL DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS

4. Planes y objetivos generales del acontecimiento (cont.)

2. Protección del medio marino reduciendo la contaminación, el impacto humano, promoviendo la vida marina y recogiendo basuras.

Se realizarán programas y actividades específicas para la protección del medio marino, reduciendo la contaminación, el impacto humano, promoviendo la vida marina y la recogida de basuras en la mar.

3. Reducción del consumo de combustible fósil.

Se realizarán programas y actividades específicas para la reducción en la medida de lo posible de la utilización de los combustibles fósiles.

4. Implantación de la utilización de energías alternativas.

Se realizarán programas y actividades específicas para la implantación e incremento del uso de energías alternativas a los combustibles fósiles como el uso de hidrógeno, paneles solares o el viento.

4.3.5.- Sostenibilidad de infraestructuras.

Se realizarán programas y actividades específicas para mejorar la sostenibilidad de las infraestructuras incrementando su reutilización y reciclaje y reduciendo su impacto ambiental.

4.3.6.- Conversión de instalaciones en polos de economía azul.

Se realizarán programas y actividades específicas para convertir las instalaciones en polos de economía azul.



MANUAL DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS

4. Planes y objetivos generales del acontecimiento (cont.)

4. ACTIVIDADES DE PROMOCIÓN

Se ha desarrollado una estrategia de comunicación para el acontecimiento que incluirá las siguientes actividades, a las que se irán añadiendo otras a medida que se acerque el acontecimiento:

1. Producción de la señal de televisión internacional.

Se invertirán unos veinticinco millones de euros en la producción de la señal de televisión con la incorporación de nuevas tecnologías que incrementen el poder e impacto de la transmisión internacional con el objetivo de lograr la mejor retransmisión televisiva de la historia para el acontecimiento.

4. 4.2. Generación de contenidos.

La Entidad Organizadora y los equipos participantes generarán constantemente contenidos para la promoción del acontecimiento y su participación en el mismo.

4. 4.3. Comunicación de la Entidad Organizadora.

La Entidad Organizadora realizará los siguientes planes fundamentales de comunicación:

Internacional.

- Plan de contenidos de comunicación de la America's Cup a través del equipo de comunicación interna de la Entidad Organizadora.
- Página web oficial del acontecimiento: www.americascup.com
- Canales de medios sociales @americascup en todos los canales.
- Difusión toda la información sobre el deporte, la tecnología, las innovaciones, el evento, los equipos.

Nacional, Regional y Local.

- Desarrollo de relaciones con los principales medios de comunicación de España, Cataluña y Barcelona con vistas a generar cobertura mediática y crear conciencia e interés por el acontecimiento.
- Creación de asociaciones con medios de comunicación identificados, fuertes y de gran atractivo.
- Contratar los servicios de agencias especializadas en medios de comunicación y relaciones públicas para que nos apoyen en esta labor.
- Organización de actos y presentaciones en España, Cataluña y Barcelona y sus alrededores para promocionar el acontecimiento y las oportunidades de participación.
- Difundir contenidos sobre el acontecimiento, el lugar de celebración y el modo en que el público puede participar en él.



MANUAL DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS

4. Planes y objetivos generales del acontecimiento (cont.)

4.4.4 Comunicación Institucional.

Las administraciones involucradas con el acontecimiento y la Sede Anfitriona (Gobierno de España, Generalitat de Catalunya, Ayuntamiento de Barcelona, Autoridad Portuaria de Barcelona, Turismo de Barcelona, Cámara de Comercio, así como la Fundación Barcelona Capital Nautic AC24).

La Entidad Organizadora estará en contacto con el equipo de comunicación de cada administración para asegurarse de que el contenido que se publique a través de cada canal y para los distintos públicos sea el adecuado para la mejor promoción del acontecimiento.

4. 4.5. Comunicaciones de los Equipos Participantes.

Cada equipo participante realizará la comunicación local, nacional e internacional de su participación en el acontecimiento.

4. 4.6. Campaña de promoción.

La entidad organizadora y la FBCN están planificando una campaña de promoción institucional, que comenzará en 2023, en torno al tema "Yo, el mar" y "Abrimos el mar a todos", cuyo objetivo es implicar a la comunidad local de la ciudad y el país y ayudarles a comprender el acontecimiento y su relevancia e importancia para ellos.

4. 4.7. Exhibiciones y exposiciones.

La Entidad Organizadora junto con las administraciones y entidades privadas está planificando una serie de exhibiciones y exposiciones relacionadas con el acontecimiento y que promueven el mismo y su comprensión por el público.

4.4.8. Publicidad del Acontecimiento.

La Entidad Organizadora junto con los equipos participantes en la competición, las administraciones y entidades privadas están planificando la publicidad y promoción del acontecimiento en televisión, radio, prensa, internet, medios de comunicación y todos los formatos y soportes de publicidad.

4.4.9. Ceremonia de Inauguración.

La Entidad Organizadora junto con FBCN planificarán una ceremonia de apertura del acontecimiento con la intención de que sea televisada en abierto mundialmente para la promoción internacional del acontecimiento.



MANUAL DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS

4. Planes y objetivos generales del acontecimiento (cont.)

4. 5. RACE VILLAGE & FANZONES/ÁREAS DE EXPOSICIÓN.

El acontecimiento tendrá una zona principal de Race Village (21.000 m2 de espacio) a lo largo del Moll de la Fusta, que será la principal zona para los visitantes y de participación de los aficionados. También dispondrá de zonas adicionales para los aficionados junto al Hotel Vela, la Plaça del Mar, en el Port Olímpic y en otras zonas de la ciudad. También en la Regata Preliminar Inicial de Vilanova i la Geltrú. Estas zonas serán de acceso libre (no se venderán entradas) y estarán abiertas a todo el mundo. Incluirán un gran escenario de presentación, grandes pantallas de visualización, exposiciones y experiencias, gastronomía y entretenimiento.

6. HOSPITALIDAD

1. Programa de hospitalidad oficial de la entidad organizadora.

Los patrocinadores de la XXXVII Copa América y los equipos de la competición tendrán la oportunidad de participar en programas de hospitalidad organizados por el la entidad organizadora y los equipos. La entidad organizadora planea la construcción de una infraestructura temporal con vistas a la zona de regatas donde se ofrecerá programas de hospitalidad de primera clase durante el acontecimiento. También está previsto ofrecer "paquetes de hospitalidad a la venta" al público externo (no patrocinadores) para participar en experiencias de hospitalidad en el agua y en tierra.

2. Hospitalidad institucional.

Las administraciones involucradas con el acontecimiento y la Sede Anfitriona (Gobierno de España, Generalitat de Catalunya, Ayuntamiento de Barcelona, Autoridad Portuaria de Barcelona, Turismo de Barcelona, Cámara de Comercio, así como la Fundación Barcelona Capital Nautic AC24 tendrán la oportunidad de participar en programas de hospitalidad institucional. Esta hospitalidad institucional no ofrecerá "paquetes de hospitalidad a la venta" para participar en experiencias de hospitalidad en el agua y en tierra.

7. PROGRAMA DE VOLUNTARIADO.

El acontecimiento contará con un amplio programa de voluntarios con aproximadamente dos mil trescientos (2.300) voluntarios para cubrir las zonas terrestres y del mar. Estos voluntarios son vitales para que los visitantes vivan la experiencia del acontecimiento, ya que a menudo son la primera toma de contacto que un visitante tiene con el evento (guiar hasta las ubicaciones, explicar el programa diario, qué ocurre dónde y cuándo, qué hacer y qué ver en Barcelona, etc.).

8. PROYECTOS DE INNOVACIÓN.

Los planes y programas incluyen la promoción de los numerosos proyectos de innovación relacionados o surgidos de la XXXVII Copa América Barcelona.



MANUAL DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS

4. Planes y objetivos generales del acontecimiento (cont.)

4. 9. PROYECTOS DE LEGADO.

La Entidad Organizadora trabajará estrechamente con las administraciones de las sedes anfitrionas a través de la Fundació Barcelona Capital Nautic (FBCN) y también con la iniciativa de sostenibilidad Economía Azul del Ayuntamiento de Barcelona para identificar una serie de proyectos de legado de gran impacto en torno a temas como la salud de los océanos, la sostenibilidad, la diversidad, la educación, los proyectos marítimos, las escuelas y universidades, las academias de vela (por nombrar sólo algunos). La Entidad Organizadora acordará una serie de proyectos en los que ésta y el anfitrión puedan colaborar para crear un legado y un valor a largo plazo de la celebración de la XXXVII Copa América.



MANUAL DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS

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

MANUAL DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS

5. Procedimiento para la solicitud de la certificación acreditativa y reconocimiento de los beneficios fiscales

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 la Comisión Interadministrativa Copa América, mediante la oportuna certificación expedida por dicho 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 la Comisión Interadministrativa Copa América.

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

La relación de facturas abonadas se presentará en un archivo en formato Excel.

Se remitirá telemáticamente la información que permita visualizar la totalidad de las campañas publicitarias a certificar con el material especificado de la siguiente manera:

- Desglosado por tipos de publicidad
- Los archivos informáticos se denominarán de forma clara para poder identificarlos y relacionarlos con el resto de la documentación.
- Es necesario incluir un anuncio por cada campaña y tipo de publicidad (TV, radio, prensa, etc.).
- Se deben detallar las campañas en las que aparecen los anuncios con fechas de emisión/ publicación y medio de comunicación.
- Acreditación del carácter esencial de los gastos de publicidad mediante la indicación del tamaño y duración del logotipo insertado en los diferentes soportes publicitarios.
- En el caso de que la publicidad se haya gestionado mediante una empresa gestora de medios, se presentará un Informe/Certificado de dicha empresa acreditando la emisión/publicación de los anuncios con las fechas indicadas por la empresa colaboradora y su carácter de publicidad esencial o publicidad no esencial.



MANUAL DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS

5. Procedimiento para la solicitud de la certificación acreditativa y reconocimiento de los beneficios fiscales. (Cont.)

2. Solicitud ante la Comisión Interadministrativa Copa América. (Cont.)

Las solicitudes dirigidas a la Comisión Interadministrativa Copa América 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 hábiles 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 Comisión Interadministrativa Copa América, por los gastos de publicidad y propaganda realizados.

Tratándose de gastos de publicidad y propaganda, cuando en la solicitud presentada ante la Comisión Interadministrativa Copa América 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 I de este Manual junto con la documentación que deberá adjuntarse, así como el modelo de declaración responsable, que figura como anexo II de este Manual. En cualquier caso, la Comisión Interadministrativa Copa América podrá solicitar la documentación adicional que estime necesaria.



MANUAL DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS

5. Procedimiento para la solicitud de la certificación acreditativa y reconocimiento de los beneficios fiscales (Cont.)

3. Plazos de resolución y efectos del silencio administrativo.

De acuerdo con lo dispuesto en el apartado 3 del artículo 10 del Reglamento, la Comisión Interadministrativa Copa América dispone de dos meses, desde la fecha en que la solicitud haya tenido entrada en su Registro, para notificar al interesado la resolución emitida.

La certificación será emitida por la Comisión Interadministrativa Copa América, siendo necesario el voto favorable del representante del Ministerio de Hacienda y Función Pública.

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

Transcurrido el plazo 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.

La Comisión Interadministrativa Copa América 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 la citada Comisión Interadministrativa Copa América 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.

MANUAL DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS

5. Procedimiento para la solicitud de la certificación acreditativa y reconocimiento de los beneficios fiscales (Cont.)

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

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 la Comisión Interadministrativa Copa América 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.

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 la Comisión Interadministrativa Copa América 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 la Comisión Interadministrativa Copa América.

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.



MANUAL DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS

5. Procedimiento para la solicitud de la certificación acreditativa y reconocimiento de los beneficios fiscales (Cont.)

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 previo.

El órgano que sea competente para el reconocimiento del beneficio fiscal podrá requerir a la Comisión Interadministrativa Copa América, 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.



MANUAL DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS

6. ANEXOS



MANUAL DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS

ANEXO I

Modelo de solicitud ante la Comisión Interadministrativa del Acontecimiento de excepcional interés público "XXXVII Copa América Barcelona" de certificación acreditativa de la adecuación de los gastos realizados a los objetivos y planes del programa de dicho acontecimiento



MANUAL DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS

Anexo I. Modelo de solicitud ante la Comisión Interadministrativa del Acontecimiento de excepcional interés público «XXXVII Copa América Barcelona» de certificación acreditativa de la adecuación de los gastos realizados a los objetivos y planes del programa 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

A la Comisión Interadministrativa encargada de la ejecución del programa de apoyo a la celebración del acontecimiento de excepcional interés público «XXXVII Copa América Barcelona» 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 la Comisión Interadministrativa, de tal manera que le puedan ser de aplicación los beneficios fiscales previstos en la disposición adicional cuarta de la Ley 26/2022, de 19 de diciembre, por la que se modifica la Ley 38/2015, de 29 de septiembre, del sector ferroviario, sobre beneficios fiscales aplicables al «XXXVII Copa América Barcelona» 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 20XX ha sido del XX por ciento, lo que significa que el IVA no deducible y que ha supuesto un mayor coste para la entidad ha sido del XX por 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).

Dirigido a la Secretaría de la Comisión Interadministrativa de la «XXXVII Copa América Barcelona».

Consignar el domicilio completo.



MANUAL DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS

Anexo I. Modelo de solicitud ante la Comisión Interadministrativa del Acontecimiento de excepcional interés público "XXXVII Copa América Barcelona" de certificación acreditativa de la adecuación de los gastos realizados a los objetivos y planes del programa de dicho acontecimiento (Cont.)

Requisitos a cumplimentar (marcar con una «x» en el recuadro de la izquierda):

Las actividades a las que se refiere la solicitud se realizaron o se realizan en cumplimiento de los planes y programas de actividades aprobados por la comisión interadministrativa del acontecimiento de excepcional interés público «XXXVII Copa América Barcelona».

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):

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.

Y sirven directamente para la promoción del acontecimiento porque su contenido favorezca la divulgación de su celebración.



MANUAL DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS

Anexo I. Modelo de solicitud ante la Comisión Interadministrativa del Acontecimiento de excepcional interés público "XXXVII Copa América Barcelona" de certificación acreditativa de la adecuación de los gastos realizados a los objetivos y planes del programa de dicho acontecimiento (Cont.)

	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. (utilizar Modelo de Declaración Responsable de este Manual).
	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.
	Declaración del domicilio fiscal realizada por el firmante de la solicitud.
	Copia compulsada del poder del solicitante con acreditación de su inscripción en el Registro Mercantil. Se aconseja que los sucesivos trámites sean suscritos por el mismo representante, 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.
	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 «XXXVII Copa América Barcelona» 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.
	Modelos de relación de facturas: Acreditación del gasto en publicidad realizado, mediante relación de facturas satisfechas. Se incluirá en dichos modelos el coste exacto que corresponda a cada soporte y si el número de facturas es superior a 20 se incorporará en un archivo formato Excel que se incluirá en el «pen drive» mencionado a continuación. No se deben enviar facturas originales ni fotocopias de las mismas. (Utilizar Modelos de Relación de facturas de este Manual en función del tipo de publicidad: esencial o no esencial).
	Soporte informático («pen drive») en el que se pueda visualizar la totalidad de las campañas publicitarias para las que se solicita certificación, desglosadas por tipo de publicidad y con una denominación de los archivos informáticos suficientemente clara para poder identificarlos y cruzarlos con el resto de la documentación. Hay que incluir un anuncio por cada campaña y por tipo de publicidad (TV, radio, prensa, etc.).



MANUAL DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS

Anexo I. Modelo de solicitud ante la Comisión Interadministrativa del Acontecimiento de excepcional interés público "XXXVII Copa América Barcelona" de certificación acreditativa de la adecuación de los gastos realizados a los objetivos y planes del programa de dicho acontecimiento (Cont.)

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):

	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.



MANUAL DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS

ANEXO II

Modelo de declaración responsable



MANUAL DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS

Anexo II. 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 202... (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		



MANUAL DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS

Anexo II. Modelo de declaración responsable (Cont.)

En todas las campañas que se indican a continuación se utilizó el logotipo del acontecimiento de excepcional interés público «XXXVII COPA AMÉRICA BARCELONA» 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 la Comisión Interadministrativa del acontecimiento de excepcional interés público «XXXVII COPA AMÉRICA BARCELONA»:

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 + 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



MANUAL DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS

Anexo II. Modelo de declaración responsable (Cont.)

- 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



MANUAL DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS

Anexo II. Modelo de declaración responsable (Cont.)

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

B) Publicidad no esencial:

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

– Campañas en las que se emitieron los spots:

Campañas

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

Nacionales	Autonómicas	Temáticas



MANUAL DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS

Anexo II. Modelo de declaración responsable (Cont.)

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

Cines

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

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

A) Publicidad esencial:

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

– Campañas:

Campañas



MANUAL DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS

Anexo II. Modelo de declaración responsable (Cont.)

– Soportes:

Medio de comunicación	Soporte/formato (página completa, media página, robapáginas 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 + leyenda) tiene un tamaño que permite su correcta visibilidad y legibilidad, y son las siguientes:

– Campañas:

Campañas



MANUAL DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS

Anexo II. Modelo de declaración responsable (Cont.)

– Soportes:

Medio de comunicación	Soporte/formato (página completa, media página, robapáginas 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 XXXVII COPA AMÉRICA BARCELONA» 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



MANUAL DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS

Anexo II. Modelo de declaración responsable (Cont.)

– 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 + 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 + 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 + leyenda) ha ocupado al menos el 10 por ciento de la base del catálogo.



MANUAL DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS

Anexo II. Modelo de declaración responsable (Cont.)

– Campañas:

Campaña	Tirada anual

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

B) Publicidad no esencial:

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

– Campañas:

Campaña	Tirada anual

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



MANUAL DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS

Anexo II. Modelo de declaración responsable (Cont.)

Seis. Las campañas de ENCARTES, MAILINGS Y E-MAILINGS se realizaron con el siguiente detalle:

A) Publicidad esencial:

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

- Campañas:

Campaña	Tirada anual	Tipo de soporte (encarte, <mailings> o <e-mailing>)

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



MANUAL DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS

Anexo II. Modelo de declaración responsable (Cont.)

B) Publicidad no esencial:

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

– Campañas:

Campaña	Tirada anual	Tipo de soporte (encarte, <mailings> 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 + 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 + leyenda) ha ocupado un mínimo del 10 por ciento de la base del anuncio.
- En las video pantallas, el logotipo del acontecimiento (símbolo + leyenda) ha aparecido según las condiciones establecidas para los spots de televisión.



MANUAL DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS

Anexo II. Modelo de declaración responsable (Cont.)

– 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



MANUAL DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS

Anexo II. Modelo de declaración responsable (Cont.)

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

A) Publicidad esencial:

- El logotipo del acontecimiento (símbolo + 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



MANUAL DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS

Anexo II. Modelo de declaración responsable (Cont.)

B) Publicidad no esencial:

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

– Campañas:

Campaña	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

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 + 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 (ej.: exposición de coches), el logotipo del acontecimiento (símbolo + leyenda) deberá quedar siempre perfectamente visible, ya sea en el suelo o en «roll ups», por ejemplo.



MANUAL DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS

Anexo II. Modelo de declaración responsable (Cont.)

– 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 + 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



MANUAL DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS

Anexo II. Modelo de declaración responsable (Cont.)

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 + 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 + 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



MANUAL DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS

Anexo II. Modelo de declaración responsable (Cont.)

B) Publicidad no esencial:

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

- Campañas:

Campaña	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



MANUAL DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS

Anexo II. Modelo de declaración responsable (Cont.)

Once. Las campañas en «MERCHANDISING» se realizaron con el siguiente detalle:

A) Publicidad esencial:

- El logotipo del acontecimiento (símbolo + leyenda) es visible en todo momento por el público, siguiendo el sentido de la lectura.
- Partiendo de un ancho mínimo de 30 mm, el logotipo del acontecimiento (símbolo + leyenda) ha tenido como mínimo el mismo peso visual que el logotipo de la 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 + 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



MANUAL DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS

Anexo II. Modelo de declaración responsable (Cont.)

B) Publicidad no esencial:

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

- Campañas:

Campaña	Soporte (Gorras, camisetas, llaveros, etc.)

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



MANUAL DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS

Anexo II. Modelo de declaración responsable (Cont.)

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 + 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 + leyenda).

– Campañas:

Campaña	Tirada anual

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



MANUAL DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS

Anexo II. Modelo de declaración responsable (Cont.)

B) Publicidad no esencial:

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

– Campañas:

Campaña	Tirada anual

El importe de los gastos de publicidad abonados por este concepto, excluido el IVA, considerados como 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	Tirada anual

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



MANUAL DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS

Anexo II. Modelo de declaración responsable (Cont.)

Catorce. Las campañas en productos PROMOCIONALES DE DISTRIBUCIÓN EMPRESARIAL se realizaron con el siguiente detalle:

A) Publicidad esencial:

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



MANUAL DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS

Anexo II. Modelo de declaración responsable (Cont.)

B) Publicidad no esencial:

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

– Campañas:

Campaña	Tipo de producto

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

1) Publicidad esencial (contratando a terceros):

– El logotipo del acontecimiento (símbolo + 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.



MANUAL DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS

Anexo II. Modelo de declaración responsable (Cont.)

- En todo momento el logotipo del acontecimiento (símbolo + 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 + leyenda) ha aparecido según las condiciones establecidas para los spots de televisión.
- Campañas

Campaña	Formato (<<Banner>>, vídeo, <<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 + leyenda) tiene un tamaño que permite su correcta visibilidad y legibilidad, y son las siguientes:



MANUAL DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS

Anexo II. Modelo de declaración responsable (Cont.)

- Campañas:

Campaña	Formato (<<Banner>>, vídeo <<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

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 <https://www.americascup.com>

- 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



MANUAL DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS

Anexo II. Modelo de declaración responsable (Cont.)

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 + 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 + leyenda) ha ocupado un mínimo del 10 por ciento de la base del espacio publicitario.



MANUAL DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS

Anexo II. Modelo de declaración responsable (Cont.)

- 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 + 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



MANUAL DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS

Anexo II. Modelo de declaración responsable (Cont.)

Diecisiete. Las campañas en GRÚAS DE CONSTRUCCIÓN se realizaron con el siguiente detalle:

A) Publicidad esencial:

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

- Campañas:

Campaña	Importe gastos de publicidad si 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



MANUAL DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS

Anexo II. Modelo de declaración responsable (Cont.)

B) Publicidad no esencial:

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

– Campañas:

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

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

Dieciocho. Las campañas en GLOBOS AEROSTÁTICOS Y OTROS SOPORTES SIMILARES se realizaron con el siguiente detalle:

A) Publicidad esencial:

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

MANUAL DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS

Anexo II. Modelo de declaración responsable (Cont.)

– 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 + 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



MANUAL DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS

Anexo II. Modelo de declaración responsable (Cont.)

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

A) Publicidad esencial:

– El logotipo del acontecimiento (símbolo + leyenda) ha tenido un tamaño mínimo de 150 mm de ancho en la parte frontal, ocupando como mínimo el 10 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 + leyenda) tiene un tamaño que permite su correcta visibilidad y legibilidad, y son las siguientes:



MANUAL DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS

Anexo II. Modelo de declaración responsable (Cont.)

– 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 el XXXVII COPA AMÉRICA BARCELONA 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



MANUAL DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS

Anexo II. Modelo de declaración responsable (Cont.)

Veintiuno. Las campañas en «DISPLAYS» y puntos lectores de venta se realizaron con el siguiente detalle:

A) Publicidad esencial:

– El logotipo del acontecimiento (símbolo + leyenda) ha tenido como mínimo el mismo peso visual que la marca de la 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 + leyenda) tiene un tamaño que permite su correcta visibilidad y legibilidad, y son las siguientes:



MANUAL DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS

Anexo II. Modelo de declaración responsable (Cont.)

– 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 + leyenda) ha aparecido en la «home» y en lugares destacados en los apartados de la web relacionados con el acontecimiento y el logotipo del acontecimiento (símbolo + leyenda) ha tenido como mínimo el mismo peso visual que el logotipo de la 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.



MANUAL DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS

Anexo II. Modelo de declaración responsable (Cont.)

- 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 + 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



MANUAL DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS

Anexo II. Modelo de declaración responsable (Cont.)

Veintitrés. Las campañas en UNIFORMES Y EQUIPACIONES DEPORTIVAS se realizaron con el siguiente detalle:

A) Publicidad esencial:

– El logotipo del acontecimiento (símbolo + leyenda) ha tenido una presencia en 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 + leyenda) tiene un tamaño que permite su correcta visibilidad y legibilidad, y son las siguientes:



MANUAL DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS

Anexo II. Modelo de declaración responsable (Cont.)

– 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 + 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.

MANUAL DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS

Anexo II. Modelo de declaración responsable (Cont.)

– 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 + 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



MANUAL DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS

Anexo II. Modelo de declaración responsable (Cont.)

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



MANUAL DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS

Anexo II. Modelo de declaración responsable (Cont.)

B) Publicidad no esencial:

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

– Campañas:

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

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



MANUAL DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS

Anexo II. Modelo de declaración responsable (Cont.)

Veintiséis. Las campañas en EMBALAJES VARIOS se realizaron con el siguiente detalle:

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

- Embalajes (como «packaging» de producto): el logotipo del acontecimiento (símbolo + leyenda) se ha imprimido en la parte inferior de la cara donde aparece la marca del producto, siguiendo el sentido de la lectura, con un ancho mínimo del logotipo de 20 mm.
- Cajas: el logotipo del acontecimiento (símbolo + leyenda) de se ha imprimido en cada pieza individualmente en la parte inferior de, como mínimo, una de las dos caras frontales, siguiendo el sentido de la lectura, con un ancho mínimo del logotipo de 25 mm.
- Bolsas (como «packaging» de producto): el logotipo del acontecimiento (símbolo + leyenda) se ha imprimido en la parte inferior de, como mínimo, el frontal de la bolsa, siguiendo el sentido de la lectura. En las bolsas pequeñas (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 + 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 + 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 + 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.

MANUAL DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS

Anexo II. Modelo de declaración responsable (Cont.)

- 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 + 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 esenciales, asciende a



Campañas:

MANUAL DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS

Anexo II. Modelo de declaración responsable (Cont.)

Veintisiete. Las campañas en LATAS, BOTELLAS, BOTELLINES, se realizaron con el siguiente detalle:

A) Publicidad esencial:

- El logotipo del acontecimiento (símbolo+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



MANUAL DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS

Anexo II. Modelo de declaración responsable (Cont.)

B) Publicidad no esencial:

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

- Campañas:

Campaña	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



Campañas:

MANUAL DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS

Anexo II. Modelo de declaración responsable (Cont.)

Veintiocho. Las campañas en ENVASES ALIMENTARIOS se realizaron con el siguiente detalle:

A) Publicidad esencial:

- Envases alimentarios y tetrabriks: el logotipo del acontecimiento (símbolo+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	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



MANUAL DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS

Anexo II. Modelo de declaración responsable (Cont.)

B) Publicidad no esencial:

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

- Campañas:

Campaña	Importe gastos de publicidad si la 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



MANUAL DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS

Anexo II. Modelo de declaración responsable (Cont.)

Veintinueve. Las campañas en BOLSAS CONTENEDORAS se realizaron con el siguiente detalle:

A) Publicidad esencial:

– El ancho del logotipo del acontecimiento (símbolo + 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 + leyenda) tiene un tamaño que permite su correcta visibilidad y legibilidad y son las siguientes:



MANUAL DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS

Anexo II. Modelo de declaración responsable (Cont.)

- 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



MANUAL DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS

Anexo II. Modelo de declaración responsable (Cont.)

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 «XXXVII COPA AMÉRICA BARCELONA»

– Campañas:

Campaña	Importe

A.2 «Publicidad de la imagen y del logotipo del acontecimiento de excepcional interés público «XXXVII COPA AMÉRICA BARCELONA», en las campañas publicitarias propias de la entidad, ha cumplido los requisitos de uso.



MANUAL DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS

Anexo II. Modelo de declaración responsable (Cont.)

– Campañas:

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

A.3 «Cesión de espacios publicitarios del acontecimiento de excepcional interés público «XXXVII COPA AMÉRICA BARCELONA».

– 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:



MANUAL DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS

Anexo II. Modelo de declaración responsable (Cont.)

B.1 «Especial cobertura informativa del acontecimiento de excepcional interés público «XXXVII COPA AMÉRICA BARCELONA»

– Campañas:

Campaña	Importe

B.2 «Publicidad de la imagen y del logotipo del acontecimiento (símbolo + leyenda) de excepcional interés público «XXXVII COPA AMÉRICA BARCELONA», 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	Importe de gastos si son campañas contratadas en otro medio de comunicación



MANUAL DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS

Anexo II. Modelo de declaración responsable (Cont.)

B.3 «Cesión de espacios publicitarios del acontecimiento de excepcional interés público «XXXVII COPA AMÉRICA BARCELONA».

– Campañas:

Campaña	Importe

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

Campaña	Importe



MANUAL DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS

ANEXO III **Relación de Facturas** **(Publicidad Esencial)**



MANUAL DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS

Anexo III. Publicidad esencial

Modelo de relación de facturas de actuaciones publicitarias vinculadas a la solicitud de certificación para el acontecimiento de excepcional interés público «XXXVII Copa América Barcelona»

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

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

En, a de.....de 202.....

Firmado (nombre y apellidos del interesado o del representante de la entidad que presenta la solicitud): página 1 de



MANUAL DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS

ANEXO IV **Relación de Facturas** **(Publicidad No Esencial)**



MANUAL DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS

Anexo IV. Publicidad no esencial

Modelo de relación de facturas de actuaciones publicitarias vinculadas a la solicitud de certificación para el acontecimiento de excepcional interés público «XXXVII Copa América Barcelona»

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

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

En, a de.....de 202.....

Firmado (nombre y apellidos del interesado o del representante de la entidad que presenta la solicitud): página 1 de



MANUAL DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS

ANEXO V

Modelo de Certificación Genérico



MANUAL DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS

Anexo V. Modelo de Certificación Genérico

Dña./D., en calidad de Secretaria/o de la Comisión Interadministrativa encargado de la ejecución del programa de apoyo a la celebración del acontecimiento de excepcional interés público «XXXVII Copa América Barcelona»,

CERTIFICO

Que la Comisión Interadministrativa que realiza la ejecución del programa de apoyo a la celebración del acontecimiento de excepcional interés público «XXXVII Copa América Barcelona», 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 «XXXVII Copa América Barcelona».

Visto el escrito de solicitud de certificación de la adecuación de los gastos realizados a los objetivos y planes del programa de apoyo al «XXXVII Copa América Barcelona», 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 202X, recibido por la XXXXXXX (poner denominación de la entidad receptora de las donaciones), con NIF xxxxxxx, 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 «XXXVII Copa América Barcelona», 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:



MANUAL DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS

Anexo V. Modelo de Certificación Genérico (Cont.)

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

A dicha solicitud le resulta de aplicación lo dispuesto en 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 adicional cuarta de la Ley 26/2022, de 19 de diciembre, por la que se modifica la Ley 38/2015 de 29 de septiembre, del sector ferroviario sobre beneficios fiscales aplicables al acontecimiento de excepcional interés público "XXXVII COPA AMERICA BARCELONA", 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, la Comisión Interadministrativa, 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 la Comisión Interadministrativa encargado de la ejecución del programa de apoyo a la celebración del acontecimiento de excepcional interés público «XXXVII Copa América Barcelona», divulgando dicho acontecimiento:

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



MANUAL DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS

Anexo V. Modelo de Certificación Genérico (Cont.)

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 de la Comisión Interadministrativa encargado de la ejecución del programa de apoyo a la celebración del acontecimiento de excepcional interés público «XXXVII Copa América Barcelona», en a ... dede dos mil veinti....

V.º B.º

La/El Presidenta/e

La/El Secretaria/o



MANUAL DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS

ANEXO VI

**Modelo para que las empresas soliciten el reconocimiento previo de los beneficios fiscales a la
AEAT**



MANUAL DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS

Anexo VI. 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 "XXXVII COPA AMÉRICA BARCELONA".

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 adicional cuarta de la Ley 26/2022, de 19 de diciembre, por la que se modifica la Ley 38/2015 de 29 de septiembre, del sector ferroviario sobre beneficios fiscales aplicables al acontecimiento de excepcional interés público "XXXVII COPA AMÉRICA BARCELONA", 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 "XXXVII COPA AMÉRICA BARCELONA", 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 "XXXVII COPA AMÉRICA BARCELONA", es decir la Comisión Interadministrativa Copa América, 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 "XXXVII COPA AMÉRICA BARCELONA", 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,



MANUAL DE USO PARA EMPRESAS COLABORADORAS

Anexo VI. 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 "XXXVII COPA AMÉRICA BARCELONA"(Cont.)

SOLICITA

Que, de acuerdo con lo establecido en la disposición adicional cuarta de la Ley 26/2022, de 19 de diciembre, por la que se modifica la Ley 38/2015 de 29 de septiembre, del sector ferroviario 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 "XXXVII COPA AMÉRICA BARCELONA".

En, a

Fdo.:

COMPAÑÍA