

# ASPECTOS FISCALES Y CONTABLES DE ENTIDADES Y EVENTOS DEPORTIVOS

Colegio de Economistas de Valencia

# ÍNDICE

- 1.- Ideas previas y conceptualización de Entidades y Eventos Deportivos
- 2.- La Ley de Mecenazgo Artículo 2
- 3.- El esquema de organización del artículo 2
- 4.- Los beneficios fiscales aplicables en el artículo 27
- 5.- El Artículo 22 de la Ley de Mecenazgo
- 6.- Aspectos contables de aplicación de la Ley

# Conceptualización de eventos deportivos: Análisis de activos jurídicos del deporte

- **¿Qué es un evento deportivo?**

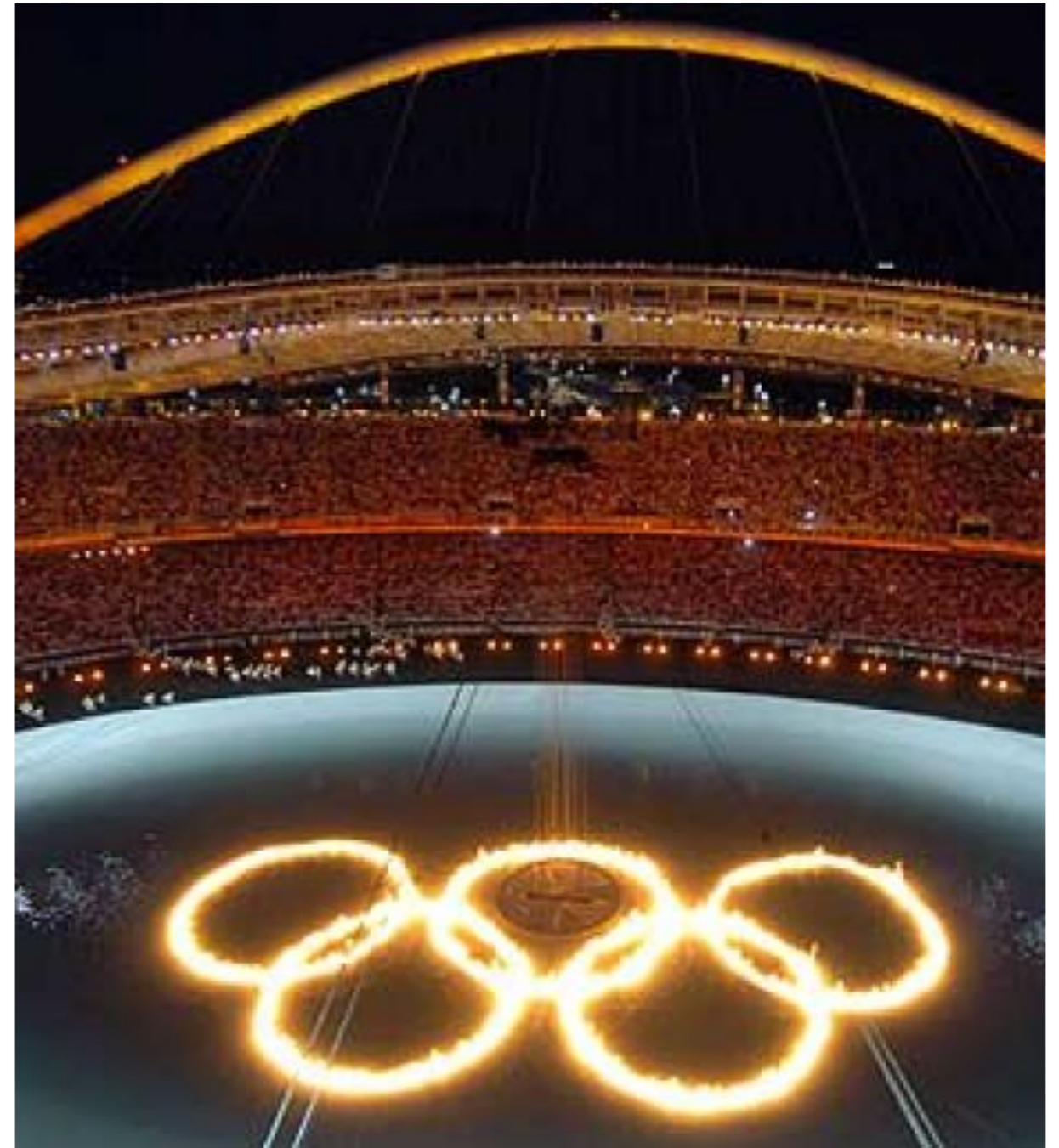
Acontecimientos y actividades deportivas de carácter **extraordinario**, en atención a su **repercusión y trascendencia** social y deportiva o por su **carácter no regular, circunstancial y aislados**, gestionados con motivo de alguna práctica deportiva, cualquiera que sea su organizador e impliquen o no competición.



# Conceptualización de eventos deportivos: Análisis de activos jurídicos del deporte

Los eventos deportivos son mucho más:

- ✓ Son catalizadores económicos y sociales
- ✓ Estimuladores de la imagen de marca de una ciudad



# Conceptualización de entidades deportivas: Análisis de activos jurídicos del deporte

TITULAR

ORGANIZADOR

PARTICIPANTE

PUBLICICO

INSTALACION

# Conceptualización de entidades deportivas: Análisis de activos jurídicos del deporte

## TITULARES

Torneos o  
campeonatos

Selecciones  
nacionales

Clubs

Deportistas

# La ley de Mecenazgo: el artículo 2

- **Ley 49/2002 de 23 de Diciembre de régimen fiscal de las entidades sin fines lucrativos y de los incentivos fiscales al mecenazgo.**

- **Artículo 2:** Se consideran entidades sin fines lucrativos a efectos de esta Ley, siempre que cumplan los requisitos establecidos en el artículo siguiente:

- a) Las fundaciones.
- b) Las asociaciones declaradas de utilidad pública.
- c) Las ONG de desarrollo a que se refiere la Ley 23/1998, de 7 de julio, de Cooperación Internacional para el Desarrollo.
- d) Las delegaciones de fundaciones extranjeras inscritas en el Registro de Fundaciones.
- e) Las federaciones deportivas españolas, las federaciones deportivas territoriales de ámbito autonómico integradas en aquéllas, el Comité Olímpico Español y el Comité Paralímpico Español.
- f) Las federaciones y asociaciones de las entidades sin fines lucrativos a que se refieren los párrafos anteriores.

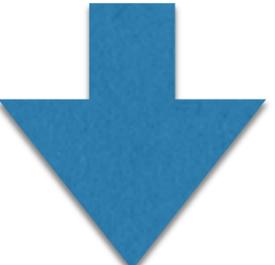
# El esquema de donación simple

Empresa colaboradora A efectúa una donación a la FVCV enmarcado en un convenio de colaboración

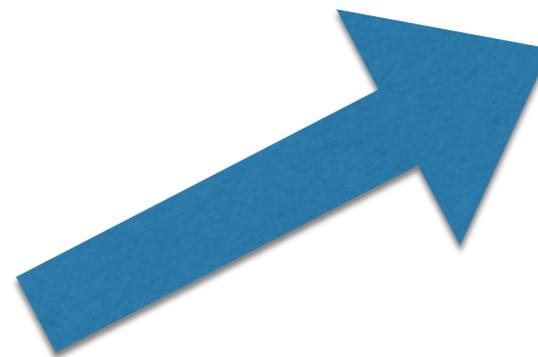


La FVCV a efectos de la ley Mecenazgo recibe la donación como entidad sin ánimo de lucro, destinando dicha donación a los fines federativos

La FVCV emite un certificado de donación a favor de la empresa A



La empresa A tiene el derecho a deducir de la cuota íntegra del IS el 35% de la base de deducción de la donación



# El esquema fiscal del mecenazgo prioritario

- **SUJETOS SUSCEPTIBLES DE BENEFICIARSE:**

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

- **REGIMEN FISCAL:**

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

# La ley de Mecenazgo: el artículo 27

## PROGRAMAS DE APOYO A ACONTECIMIENTOS DE EXCEPCIONAL INTERES PUBLICO

- 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.
- La Ley que apruebe cada uno de estos programas regulará, al menos, los siguientes extremos:
  - La duración del programa, que podrá ser de **hasta tres años**.
  - La creación de un **consorcio** o la designación de un **órgano administrativo** que se encargue de la ejecución del programa y que certifique la adecuación de los gastos e inversiones realizadas a los objetivos y planes del mismo. En dicho consorcio u órgano estarán representadas, necesariamente, las Administraciones públicas interesadas en el acontecimiento y, en todo caso, y con derecho de veto un representante del Ministerio de Hacienda.  
Para la emisión de la **certificación** será necesario el voto favorable de la representación del Ministerio de Hacienda.
  - Las líneas básicas de las actuaciones que se vayan a organizar en apoyo del acontecimiento, sin perjuicio de su desarrollo posterior por el consorcio o por el órgano administrativo correspondiente en **planes y programas** de actividades específicas

# Los beneficios fiscales aplicables en el artículo 27

## SUJETOS SUSCEPTIBLES DE BENEFICIARSE:

- Sujetos pasivos del IS, los contribuyentes del IRPF que realicen actividades económicas en régimen de estimación directa.
- Contribuyentes del IRPF que operen en territorio español mediante establecimiento permanente.
- 15 por 100 de los gastos que, en cumplimiento de los planes y programas de actividades establecidos por el consorcio o por el órgano administrativo correspondiente, realicen en la propaganda y publicidad de proyección plurianual que sirvan directamente para la promoción del respectivo acontecimiento.
- El importe de esta deducción no puede exceder del 90 por 100 de las donaciones efectuadas al consorcio, entidades de titularidad pública o entidades a que se refiere el artículo 2 de esta Ley, encargadas de la realización de programas y actividades relacionadas con el acontecimiento.
- Cuando el contenido del soporte publicitario se refiera de modo esencial a la divulgación del acontecimiento, la base de la deducción será el importe total del gasto realizado. En caso contrario, la base de la deducción será el 25 por 100 de dicho gasto.

# Los beneficios fiscales aplicables en el artículo 27

## **IMPUESTO DE TRANSMISIONES PATRIMONIALES Y ACTOS JURIDICOS DOCUMENTADOS**

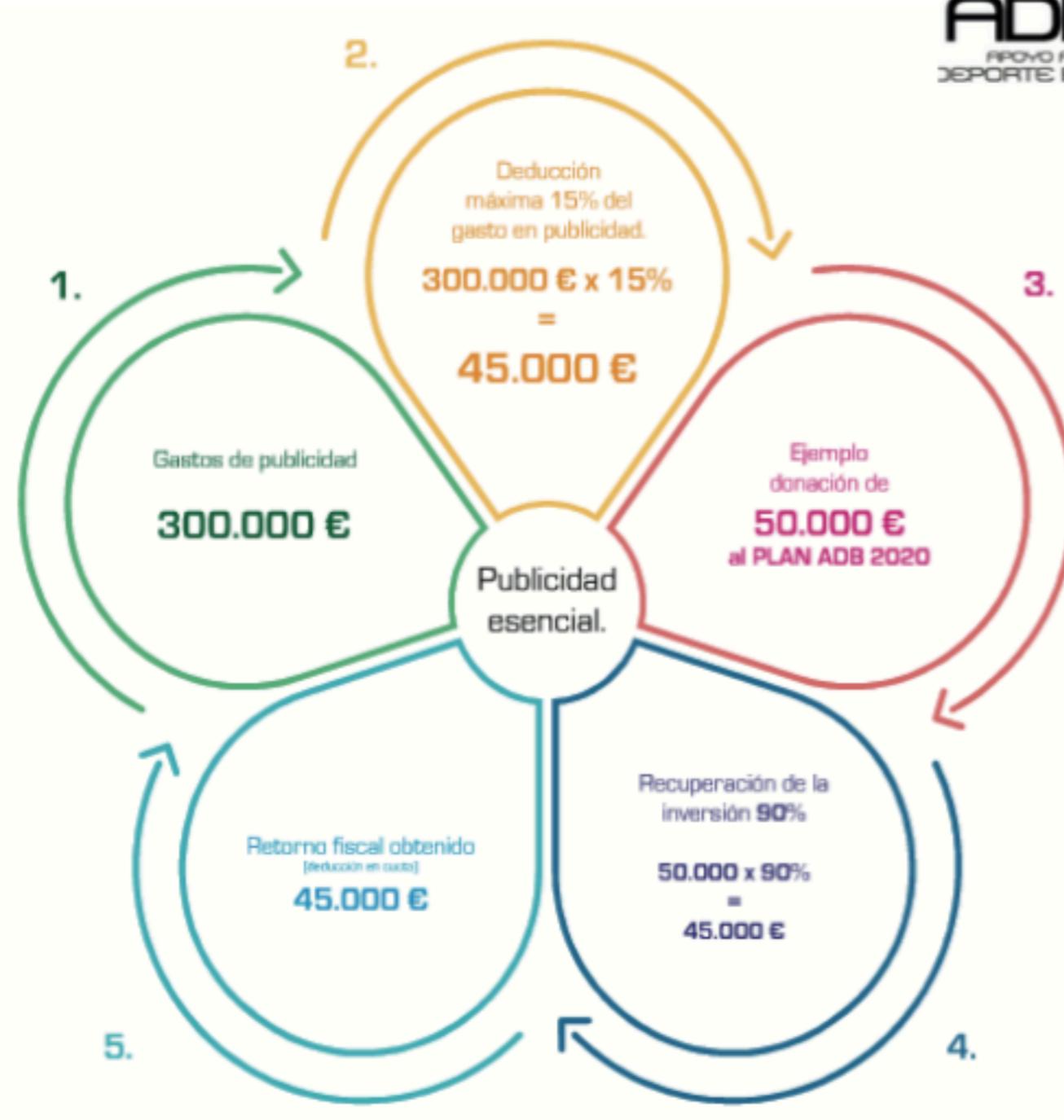
Bonificación del 95 por 100 de la cuota cuando los bienes y derechos adquiridos se destinen, directa y exclusivamente, por el sujeto pasivo a la realización de inversiones con derecho a deducción a que se refiere el punto primero de este apartado.

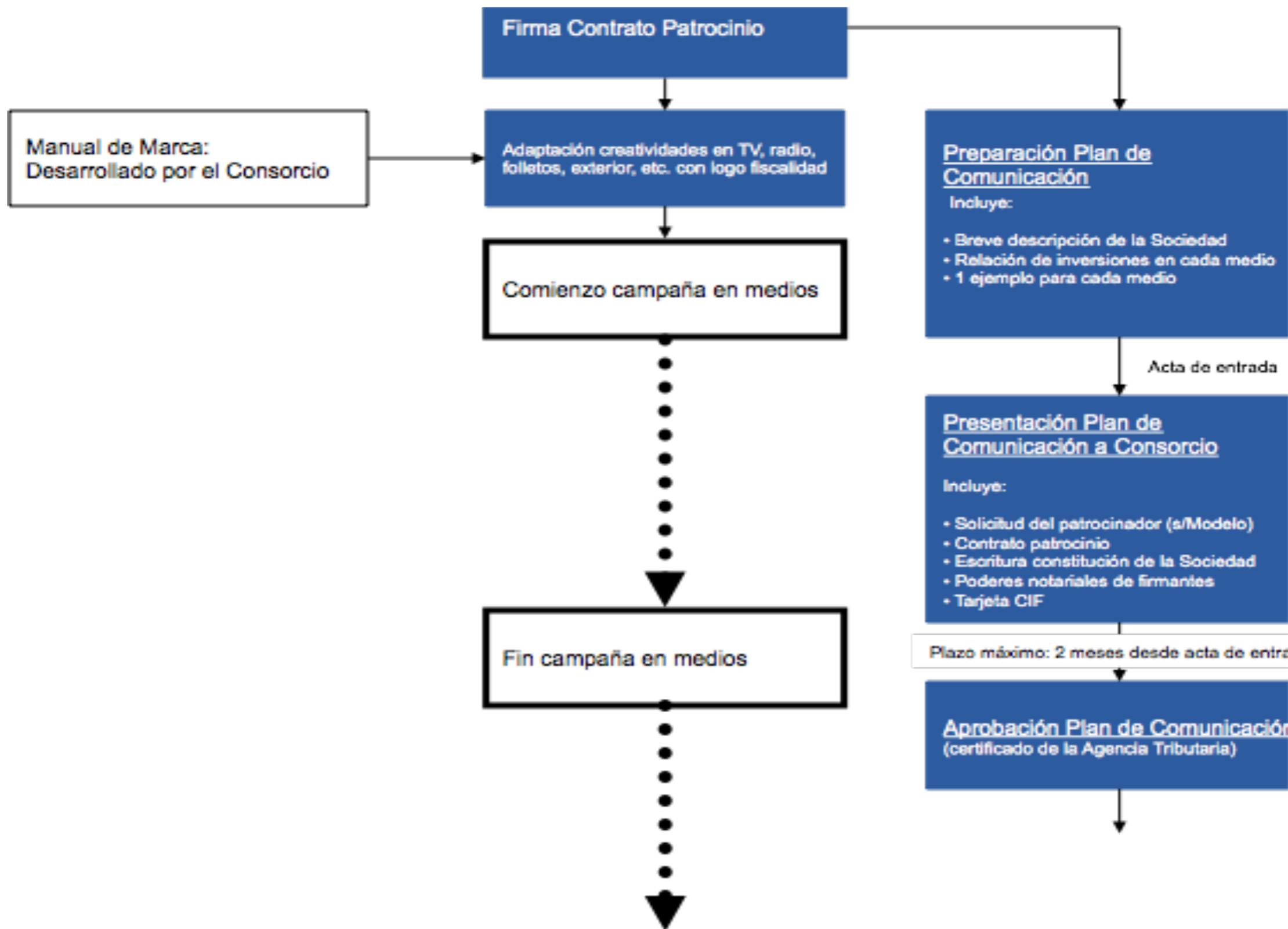
## **IMPUESTO DE ACTIVIDADES ECONOMICAS**

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

## **IMPUESTOS Y TASAS LOCALES**

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







# El Manual de Marca

manual de identidad  
corporativa



La marca ALICANTE PUERTO DE SALIDA VUELTA AL MUNDO A VELA esta construida por dos elementos, el logotipo y el simbolo de las "3 velas". La versión preferente de la marca es la que reproducimos en esta página, siempre que nos sea posible utilizaremos esta versión de la marca, reproducida en color.

Las "tres velas" simbolizan la competición, cada una es de un color diferente, como lo son los equipos participantes en la competición. Al tener diferentes tamaños la sensación es de que una esta delante y otras detrás. La inclinación simboliza lo "extremo" de la competición.

En esta edición hemos escrito la palabra Alicante en minuscula para que el evento tuviera un caracter más cercano al ciudadano y menos institucional.

### TIPOGRAFÍA CORPORATIVA

**Helvetica Neue 75 Bold.**  
Utilizada en la palabra "alicante"

**ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ**  
**abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz**  
**123456789**

**Helvetica Neue 65 Medium**  
Utilizada en la frase "PUERTO DE SALIDA"

**ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ**  
**abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz**  
**123456789**

**Helvetica Neue 45 Light**  
Utilizada en la frase "VUELTA AL MUNDO A VELA"

**ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ**  
**abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz**  
**123456789**

### COLORES CORPORATIVOS (En Pantone y CMYK)



Pantone 2915

Pantone 151

Pantone 367

Pantone 7546

C 60  
M 9  
Y 0  
K 0

C 0  
M 58  
Y 100  
K 0

C 40  
M 0  
Y 67  
K 0

C 71  
M 43  
Y 23  
K 63

### TAMAÑO MÍNIMO

La reducción máxima de la marca es de 20mm. Para reducirla a menos de 20mm deberemos utilizar la versión que se muestra abajo. En este caso el texto "PUERTO DE SALIDA, VUELTA AL MUNDO A VELA" se ampliará, teniendo el mismo ancho que la palabra Alicante. De esta forma podremos reducir la marca hasta los 15mm sin perder legibilidad.

Estos tamaños son solo para la mancha gráfica de la marca, no incluye la reserva blanca ni el fondo negativo. El tamaño de dichos fondos vendria dado por el tamaño de la marca.



Tamaño minimo 20mm



Versión especial para reproducir la marca de 20mm a 15mm.



## versión de la marca para la obtención de beneficios fiscales.

Cuando usemos la marca ALICANTE PUERTO DE SALIDA VUELTA AL MUNDO A VELA sobre cualquier soporte susceptible de ser soporte esencial o no esencial, la marca siempre llevará una reserva.

En el gráfico adjunto mostramos el área de respeto que hay que dejar siempre que se reproduzca dicha reserva.

Preferentemente usaremos VERSIÓN A de la marca en sus colores originales con la reserva en blanco, pero también es posible utilizar la VERSIÓN B siempre y cuando lo justifique la producción del envase (tipo de impresión, número de tintas, etc). En ese caso, excepcionalmente se podrá utilizar la VERSIÓN B de la marca con fondo negro y el logo y símbolo en blanco.

La marca no se podrá reproducir en otros colores, salvo autorización del Consorcio.

### ÁREA DE RESPETO



Ejemplo de algunos usos no autorizados.



VERSIÓN A

VERSIÓN B

### 3.1 Publicidad en medios

#### 3.1.2. Cine

La marca ocupará un espacio del 10 % de la base de la pantalla. El tiempo de exposición de la marca será como mínimo del 50 % de la duración del spot. La marca se situará preferentemente en la esquina inferior izquierda.

#### - Formatos publicitarios especiales

Espacios patrocinados. La marca "Alicante 2008-09" deberá aparecer en pantalla el mismo tiempo que la marca de la empresa patrocinadora.

Publirreportajes. El tiempo de exposición de la marca será de 10 segundos por cada minuto de duración del mismo.

Nota: Las marcas se colocarán en la parte inferior izquierda. Las marcas de las cadenas nunca se superpondrán sobre la marca de Alicante 2008-2009.



Pantalla de cine

### 3.1 Publicidad en medios

#### 3.1.5. Prensa escrita

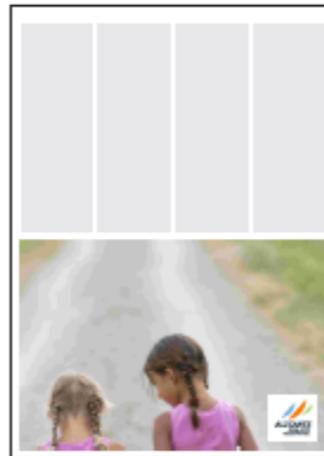
La publicidad que se inserte en prensa incluirá la marca Alicante 2008-09 en el cuadrante inferior, preferentemente, en la parte derecha.

##### Formatos:

- 1 página DinA3. El ancho mínimo de la palabra "Alicante" será de 25 mm.
- 1/2 página DinA3. El ancho mínimo de la palabra "Alicante" será de 20 mm.
- 1 página DinA4. El ancho mínimo de la palabra "Alicante" será de 20 mm.
- 1/2 página DinA4. El ancho mínimo de la palabra "Alicante" será de 17 mm.
- Robapáginas. El ancho mínimo de la palabra "Alicante" será de 15 mm.
- Faldones. El ancho mínimo de la palabra "Alicante" será de 15 mm.
- Formatos especiales (inferiores a tamaño de faldón). El ancho mínimo de la palabra "Alicante" será 15 mm.



Ejemplo de colocación en página completa.



Ejemplo de colocación en 1/2 página.



Ejemplo de colocación en robapágina.



Ejemplo de colocación en faldón.

Aclaración: Estos ejemplos solo son orientativos, los tamaños de las marcas y de los anuncios son aproximados pero no deben tomarse como definitivos. Se deben seguir las indicaciones del manual.

### 3.2. Publicidad exterior

#### 3.2.4. Vehículos de pequeñas dimensiones

Los vehículos de pequeñas dimensiones- turismos, furgonetas y motocicletas- incluirán la marca Alicante 2008-09 siguiendo unas pautas. Estas pautas se establecen según la parte del vehículo donde aparezca la marca.

- El lateral de carga. La marca de Alicante 2008-09 se situará en el ángulo inferior izquierdo del lateral y mantendrá una proporción del 5% con respecto a la base del soporte.
- La parte trasera del vehículo. La proporción con referencia a la puerta será del 10%.
- Motocicletas con carga. En la parte de la carga, la marca se situará, preferentemente, en el ángulo inferior derecho y en las distintas caras de las que se componga esta parte del vehículo, a excepción de la que no se vea. La marca ocupará un 7,5% de la base en la que se expone.

La marca de Alicante 2008-09 deberá ser perfectamente legible y visible para los peatones como para los conductores. El logotipo deberá ser percibido, incluso, con el vehículo en movimiento.



### 3.3. Envases y embalajes

#### 3.3.1. Latas, botellas y botellines

- **Latas.** La marca de Alicante 2008-09 se colocará en el sentido de la lectura y el ancho de la palabra "Alicante" será como mínimo de 15 mm. Siendo la base de desgravación el coste de producción de la lata.
- **Botellas y botellines.** En las botellas y botellines la marca de Alicante 2008-09 irá impresa en la etiqueta en el sentido de la lectura. En las botellas grandes la palabra "Alicante" tendrá un ancho mínimo de 15 mm. Siendo la base de desgravación el coste de producción de la etiqueta.
- **Packs.** La marca Alicante 2008-09 estará situada en un lugar visible del pack siguiendo el sentido de la lectura. El ancho mínimo de la palabra "Alicante" será de 20 mm. Siendo la base de desgravación el coste de producción del envoltorio.
- **Barriles de 5 litros.** En el barril, la marca Alicante 2008-09 estará situada preferentemente en la parte contraria al de la marca patrocinadora, en la parte superior central. El ancho mínimo de la palabra "Alicante" será de 30 mm. Siendo la base de desgravación el coste de producción del barril

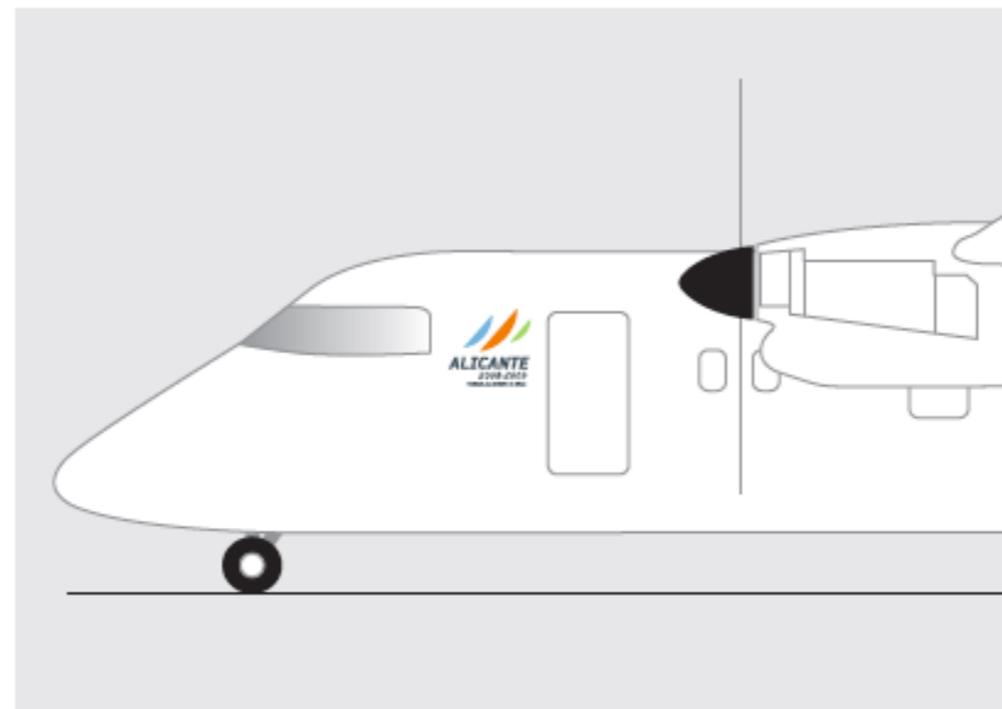


#### 4.5 Soportes Especiales

• **Aviones/aeronaves, trenes y tranvías.** La marca de Alicante 2008-09 se colocará de forma visible en las proximidades de las puertas de acceso a viajeros. El ancho mínimo de la palabra "Alicante" será de 1200 mm. Siendo la base de desgravación el coste de inserción de la marca.

• **Títulos de transporte** (billetes de avión, tren, autobús, etc.). Existen dos modelos a la hora de incluir la marca Alicante 2008-09 en los títulos de transporte. El primero incluirá el logotipo en la parte inferior de la portada, en el ángulo derecho. El segundo modelo incluirá la marca preferentemente en la zona inferior derecha de la solapa interior donde se guarda el billete. En ambos casos, junto a la marca Alicante 2008-09 puede aparecer el texto identificativo de la empresa y su marca. El ancho mínimo de la palabra "Alicante" será de 20 mm. Se considerará el coste de la producción del título como base de desgravación.

• **Reposacabezas** (sillones aviones, autocares, etc.). La marca Alicante 2008-09 aparecerá preferentemente en el ángulo inferior derecho en la parte anterior y posterior de la tela. De este modo, el pasajero del asiento trasero podrá visualizar correctamente la marca. La marca del patrocinador será prioritaria. El ancho mínimo de la palabra "Alicante" será de 70 mm.



# Aspectos contables de la Ley de Mecenazgo

- **Acuerdos de donación:** la entidad colaboradora nunca podrá contabilizarlo como gasto deducible, siempre se entiende que no existe contraprestación a esta donación por o tanto debe considerarse como “gastos excepcionales” (cuenta 678).
- **Contratos de patrocinio:** en este caso si que existe contraprestación definida en el propio contrato, de hecho en muchos casos se considera contratos de publicidad y promoción, por lo tanto el gasto es deducible, conlleva IVA al 21%. (cuenta 627 “Publicidad, propaganda y relaciones públicas”).

- **GRACIAS**