

MANUAL DE USO PARA EMPRESAS  
COLABORADORAS

**Barcelona Equestrian Challenge**

*BARCELONA*  
**EQUESTRIAN**  
**CHALLENGE**



## Índice

### MANUAL CORPORATIVO

---

Logotipos

---

3

### MANUAL DE USO Y APLICACIÓN PARA COLABORADORES

Introducción

---

13

Líneas estratégicas de comunicación

---

14

Criterios para determinar el carácter esencial del contenido el soporte publicitario

---

15

Soportes esenciales cuya única finalidad es la publicidad

---

16

Soportes no esenciales cuya única finalidad es la publicidad

---

18

Soportes esenciales cuya finalidad principal es distinta de la publicidad

---

33

Soportes no esenciales cuya finalidad principal es distinta de la publicidad

---

35

Medios de comunicación

---

54

Anexo

---

52

55

# LOGOTIPOS

## Elementos básicos de la identidad

La Identidad Visual de **“Barcelona Equestrian Challenge”** se organiza sobre la base de un conjunto de elementos que son el origen a partir del cual se estructura este programa. Estos elementos son: el Identificador Institucional, Esquema de Construcción, Gama Cromática, Tipografías Corporativas, Papelería y Aplicaciones Básicas. Cada uno de ellos está diseñado atendiendo a los requerimientos perceptivos, gráficos y técnicos que demanda el contexto de la comunicación actual.

Se recomienda la correcta utilización de estos elementos de identidad, con objeto de no desvirtuar el contenido del programa, atendiendo a las instrucciones presentes en este manual.

### La Tipología

La leyenda, en la parte izquierda del conjunto, define en el texto al propio evento.

### La Ilustración

El dibujo es lo que más caracteriza al logotipo, simboliza la fuerza y ocupa la parte derecha del conjunto.

### Versión principal

*BARCELONA*  
**EQUESTRIAN**  
**CHALLENGE**



Cuando el espacio lo permita, esta versión es la preferente para ser usada en las diferentes aplicaciones.

### Versiones secundarias



Esta configuración será usada cuando el espacio no permita el uso de la versión principal. Todas las versiones del logotipo sólo deben ser reproducidas como se indica en el manual de uso. Nunca deberán ser alteradas, redibujadas o manipuladas.

### Construcción geométrica y área de reserva

Según se indica en el gráfico siguiente, para facilitar el uso del logotipo se define la construcción geométrica de acuerdo con unas dimensiones mínimas de **20mm de ancho y 6mm de alto**. Éstas permiten una clara legibilidad e independencia del logotipo.

Es imprescindible siempre dejar un **ÁREA DE RESPETO** alrededor del identificador institucional **“Barcelona Equestrian Challenge”**.

El tamaño de la H cambia proporcionalmente de acuerdo con la medida del logotipo pero está siempre determinada por la anchura de la franja



### Tamaño mínimo exigido

La anchura mínima del logotipo está definida en 20 mm.

El área de reserva, es decir, la altura de E debe ser de 3mm, por lo que el tamaño de base del logotipo es de 26 mm  $(3+20+3)$ .

La proporción de dicha área de reserva respecto al tamaño base mínimo será pues de 6/26.



### Versiones del logotipo (versión principal)

#### Versión color

Color / Fondo blanco



Color / Fondo fotográfico claro



Color / Fondo fotográfico oscuro



#### Versión monocromo

Negro / Fondo blanco



Blanco / Fondo blanco



## Versiones del logotipo (versión secundaria I)

### Versión color

Color / Fondo blanco



Color / Fondo fotográfico claro



Color / Fondo fotográfico oscuro



### Versión monocromo

Negro / Fondo blanco



Blanco / Fondo blanco



### Versiones del logotipo (versión secundaria II)

#### Versión color

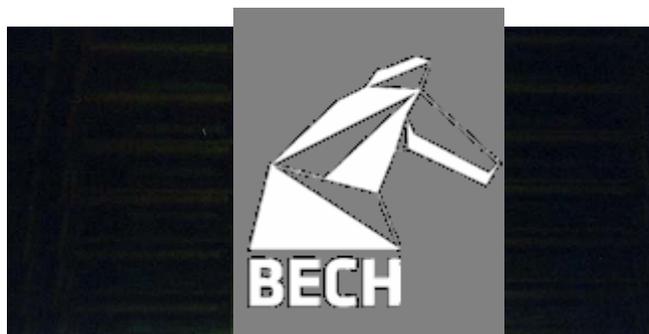
Color / Fondo blanco



Color / Fondo fotográfico claro



Color / Fondo fotográfico oscuro

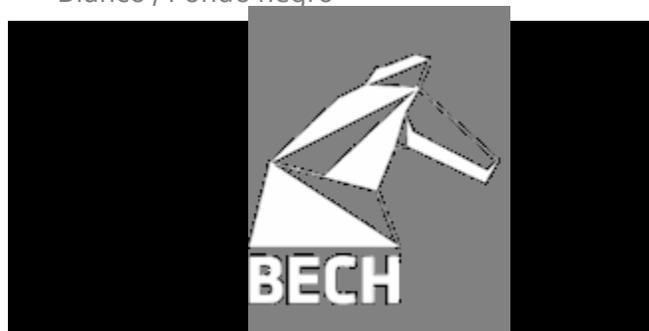


#### Versión monocromo

Negro / Fondo blanco



Blanco / Fondo negro



### Usos incorrectos

 Uso correcto del logotipo



 No



 No cambiar la tipografía



 No distorsionar la forma gráfica



 No modificar la forma o su escala



 No alterar el color del logotipo



 No utilizar el logotipo sobre fondos de color sólido



### Aplicaciones sobre fondo fotográfico

Fondo claro / Uso correcto



Fondo oscuro / Uso correcto



Fondo claro / Uso incorrecto



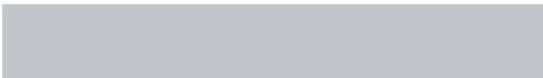
Fondo oscuro / Uso incorrecto



Se debe posicionar el logotipo en un área con suficiente contraste y que asegure su legibilidad. Evitar áreas abarrotadas o que no proporcionen contraste.

### Sistema visual

#### Color

	CMYK: 0/0/0/90
	CMYK: 0/0/0/80
	CMYK: 0/0/0/60
	CMYK: 0/0/0/40
	CMYK: 0/0/0/30
	CMYK: 0/0/0/22
	CMYK: 0/0/0/15

### Tipografía Primaria

# Klavika

<small>KLAVIKA / REGULAR</small> <b>KLAVIKA REGULAR</b>	ABCDEFGHIJKL MNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijkl mnopqrstuvwxyz 1234567890 !@#\$%^&*()+-{};"'?"
<small>KLAVIKA / REGULAR ITALIC</small> <i><b>KLAVIKA ITALIC</b></i>	
<small>KLAVIKA / MEDIUM</small> <b>KLAVIKA MEDIUM</b>	
<small>KLAVIKA / MEDIUM ITALIC</small> <i><b>KLAVIKA MEDIUM ITALIC</b></i>	
<small>KLAVIKA / BOLD</small> <b>KLAVIKA BOLD</b>	<small>KLAVIKA / REGULAR</small> G
<small>KLAVIKA / BOLD ITALIC</small> <i><b>KLAVIKA BOLD ITALIC</b></i>	
<small>KLAVIKA / REGULAR</small> Feuscipit lobor adit lan veniam acinciliit lore delit adipit in eum dolutat lore doloreetue cor init irilit nos nis nos ad enim ipis dolorem nus lllam dunt am nos nim iure feum vel. Nulli aorp erillut niam veraessectem nisis. Feuscipit lobor adit lan veniam acinciliit lore delit adipit in eum dolutat lore doloreetue cor init irilit nos nis nos ad enim ipis dolorem nus lllam dunt am nos nim iure feum vel. Nulli aorp erillut niam veraessectem nisis.	<small>KLAVIKA / BOLD</small> G

**ABCDEFGHIJKLMN  
 OPQRSTUVWXYZÀÁÊËÏ  
 abcdefghijklmnopqrst  
 uvwxyzàá&123456789  
 0123456789o(\$£€.,!?)**

# INTRODUCCIÓN

## LINEAS ESTRATEGICAS DE COMUNICACIÓN Y

## CRITERIOS PARA DETERMINAR LA ESENCIALIDAD DE LOS SOPORTES

### Introducción

El presente manual tiene por objeto tanto determinar los estándares de utilización de los logotipos y/o imagen del Acontecimiento de Excepcional Interés Público **“Barcelona Equestrian Challenge”**; como establecer los criterios para la cuantificación de los diferentes beneficios fiscales que prevé la normativa actual con el fin de apoyar el adecuado desarrollo de dicho acontecimiento.

La trascendencia de los Acontecimientos de Excepcional Interés Público requiere un alto grado de difusión de los mismos.

La participación de los colaboradores en la difusión del Acontecimiento de Excepcional Interés Público puede responder, básicamente, a las siguientes modalidades:

- Cesión de espacios publicitarios al acontecimiento.**
- Especial cobertura informativa del acontecimiento.**
- Publicidad de la imagen y de los logotipos del acontecimiento en los soportes publicitarios propios del colaborador.**

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

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

Por ello, las normas de uso del logotipo para que constituya una forma de difusión efectiva deben ser concretas y ajustadas a un plan de comunicación.

La frase informativa que se menciona en los diferentes soportes, se encuentra incluida en las versiones del logotipo

### Líneas estratégicas de comunicación

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

Con la inserción del logotipo y locución de forma destacada en las campañas publicitarias, en los medios de prensa y televisión, las empresas colaboradoras conseguirán impactos significativos en la población en general y exhaustivos en los consumidores de los productos de las distintas empresas.

Este plan de comunicación se desarrollara en dos fases:

- **Conocimiento y notoriedad de cada acontecimiento con la difusión de su logotipo y contenidos en la comunicación global corporativa.**
- **Publicitaria, de manera intensa y continua con presencia significativa en la difusión de los acontecimientos específicos que constituyen la colaboración de las mismas.**

Por tanto las partes integrantes de **“Barcelona Equestrian Challenge”** aprueban los soportes publicitarios para la divulgación de dicho evento y la base de deducción de los mismos.

Los criterios contenidos en este manual se ajustan a los publicados por la Administración Tributaria en su borrador de Orden HAP.

Si la orden que finalmente se apruebe limita o amplía los usos de la marca establecidos en el presente manual, el Ente gestor de “ Barcelona Equestrian Challenge” podrá decidir su modificación.

### Soportes de publicidad exclusivos y no exclusivos

Los soportes utilizados en la estrategia de comunicación del colaborador pueden ser soportes publicitarios propiamente dichos o soportes cuya finalidad principal sea distinta de la publicitaria pero sin que ello impida que se les reconozca contenido publicitario.

- **SOPORTES PUBLICITARIOS EXCLUSIVOS:** Soportes puramente publicitarios. La base de la deducción se valorará por el coste total de producción y en su caso, emisión del soporte.

- **SOPORTES PUBLICITARIOS NO EXCLUSIVOS :** Si el logotipo del acontecimiento 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 al mencionado soporte. En este sentido, se tendrá en cuenta no sólo el coste derivado de la inserción del logotipo sino también el coste de incorporar al mismo la publicidad referida al colaborador (por ejemplo pintura, serigrafía o impresión )

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. )

### Criterios para determinar el carácter esencial del contenido del soporte publicitario a la divulgación del acontecimiento

Los beneficios fiscales aplicables a los distintos soportes publicitarios que las empresas utilicen se llevarán a cabo siempre y cuando éstas cumplan correctamente las pautas marcadas en este manual de marca.

Los soportes publicitarios, exclusivos o no, pueden clasificarse como :

- **ESENCIAL:** Las condiciones que marcan la esencialidad de los soportes se rigen por criterios de difusión y notoriedad. Estos requisitos se corresponden con los especificados en el presente Manual para cada soporte de divulgación. En este caso la base de la deducción será el **100%** de la valoración del gasto en publicidad.

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

# SOPORTES ESENCIALES CUYA ÚNICA FINALIDAD ES LA PUBLICIDAD



## Televisión

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

Además de esta circunstancia, el logotipo del acontecimiento deberá figurar en pantalla por un espacio de tiempo equivalente al 50% de la duración del anuncio.

Los logotipos de las cadenas de televisión en ningún caso se sobrepondrán al logotipo del acontecimiento.

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

### Prensa y revistas

**Página completa y media página.-** ambos logotipos del acontecimiento tendrán un ancho mínimo de 35mm para una página y 30mm para media página, ocupando como mínimo un 10% de la base del anuncio.

**Robapáginas y faldón.-** el ancho mínimo del logotipo en los robapáginas será de 25mm, y para faldones de 20mm ocupando como mínimo un 10% de la base del anuncio.

En ambos casos es necesario que además el logotipo figure la frase informativa del acontecimiento.

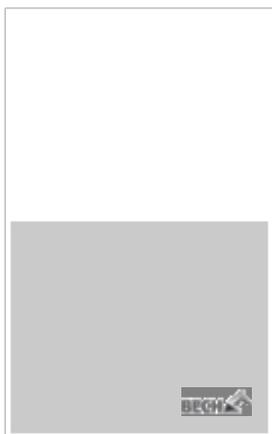
En todos los soportes deberá figurar información adicional y específica del acontecimiento que permita conocerlo o en su defecto un código QR o BIDI que dirija a la información oficial del evento.

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

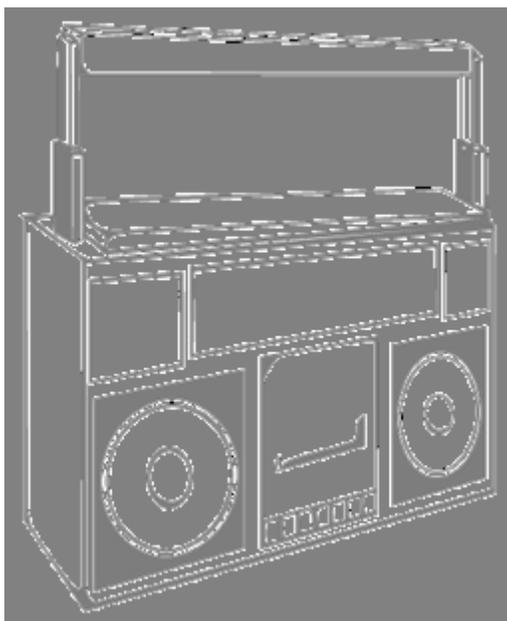
**En ningún caso se incluye el coste de distribución.**



página completa



1/2 página



...empresa colaboradora de “ Barcelona Equestrian Challenge”

## Radio

La locución “empresa colaboradora de **“Barcelona Equestrian Challenge”** debe mantenerse inalterable y deberá pronunciarse de manera que sea perfectamente comprensible.

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

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

### Publicaciones: folletos y catálogos

Cuando se incluya el logotipo del acontecimiento en las publicaciones (dípticos, trípticos, catálogos, tarifarios, y otros folletos) deberán tenerse en cuenta las siguientes indicaciones:

**Folletos:** la tirada mínima de estos soportes deberá ser de 500.000 ejemplares anuales.

Es necesario además que figure la frase informativa del acontecimiento o el código QR o Bidi.

En los trípticos y dípticos el logo aparecerá en el ángulo inferior derecho de la portada y de la contraportada con un tamaño mínimo de 22mm.

En todos los casos el logotipo deberá ocupar un mínimo del 10% de la base del anuncio.

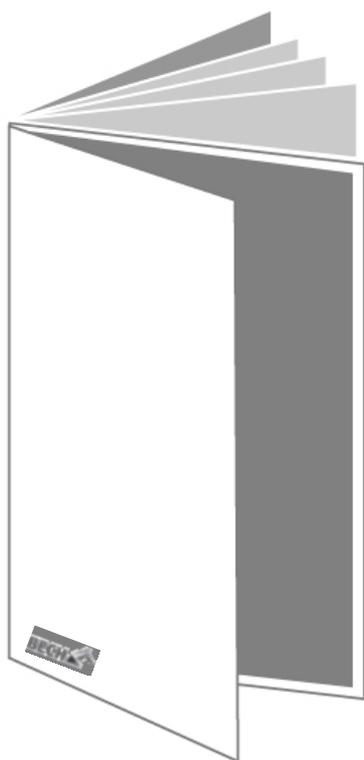
**La base de la deducción estará constituida por el coste de contratación con terceros, o en su caso, el coste total de producción, edición y distribución.**

**Catálogos:** la tirada mínima de estos soportes deberá ser de 500.000 ejemplares anuales.

Es necesario además que figure la frase informativa del acontecimiento o el código QR o Bidi..

El logotipo deberá ocupar el 10% de la base total del catálogo, que las empresas podrán distribuir en la forma que consideren mas adecuada, dependiendo del diseño en cada caso.

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





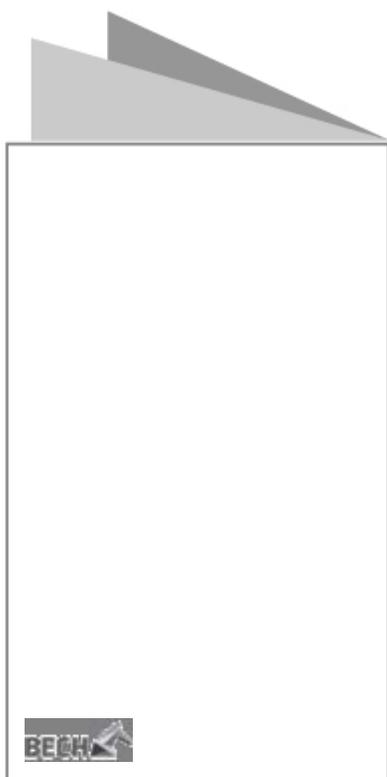
### Encartes

Cuando se incluya el logotipo en publicaciones mediante encartes deberán tenerse en cuenta las siguientes indicaciones:

La tirada mínima de estos soportes publicitarios deberá de ser de 500.000 ejemplares anuales. La marca del acontecimiento tendrá el mismo peso visual que la marca de la empresa partiendo de un ancho mínimo de 20mm, ocupando un mínimo del 10% de la base del anuncio.

Además del logotipo deberá figurar información adicional y específica del acontecimiento o en su defecto deberá contener junto al logotipo un código BIDI o QR que dirija a la información oficial del evento.

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



## Mailings y emailings

Cuando se incluya el logotipo en publicaciones mediante mailings y emailings deberán tenerse en cuenta las siguientes indicaciones:

La tirada mínima de estos soportes publicitarios deberá de ser de 500.000 ejemplares anuales. La marca del acontecimiento tendrá el mismo peso visual que la marca de la empresa partiendo de un ancho mínimo de 20mm, ocupando un mínimo del 10% de la base del anuncio.

Además del logotipo deberá figurar información adicional y específica del acontecimiento o en su defecto deberá contener junto al logotipo un código BIDI o QR que dirija a la información oficial del evento.

El logotipo del acontecimiento deberá insertarse en todos los elementos del mailing: sobre exterior, carta explicativa, folleto o revista. (y en caso de ser revista incluir también contenidos del acontecimiento).

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

### Soportes de publicidad exterior (1)

El logotipo del acontecimiento deberá situarse en el margen inferior del anuncio, preferiblemente en el ángulo derecho. Además del logotipo deberá figurar información adicional y específica del acontecimiento que permita conocerlo o en su defecto un código QR o BIDI que dirija a la información oficial del evento.



**Vallas.-** el tamaño mínimo es de un 10% del ancho. En todos los casos las inserciones ocuparán como mínimo un 10% de la base del anuncio.

**Mupis, Opis, Marquesinas.-** el tamaño mínimo es de 140mm.

En todos los casos las inserciones ocuparán como mínimo un 10% de la base del anuncio.

**Videopantallas:** la marca del acontecimiento deberá aparecer según las condiciones establecidas para los spots de televisión.

En todos los casos las inserciones ocuparán como mínimo un 10% de la base del anuncio.

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

### Soportes de publicidad exterior (2)

El logotipo del acontecimiento deberá situarse en el margen inferior del anuncio, preferentemente en el ángulo inferior derecho.

**Banderolas.-** en las banderolas de 700X1000mm el tamaño mínimo será de 80mm del ancho.

En las banderolas dobles, se podrá colocar tan solo en una de las dos caras, en este caso la medida mínima será de 100 mm.

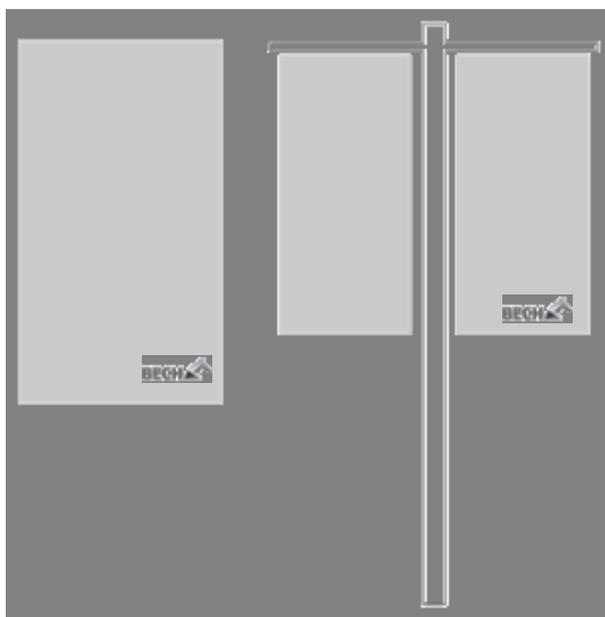
En todos los casos las inserciones ocuparán como mínimo un 10% de la base del anuncio.

**Cartelería.-** la proporción exigida respecto al ancho de soporte será de 50mm para los carteles de 350 X 500mm, y de 60mm para los carteles de 500 X 700mm. En todo caso el logotipo ocupará un mínimo del 10% de su base.

**Lonas.-** en las lonas de fachada y otras lonas, el logotipo deberá tener mínimo el 10% del tamaño del ancho de la lona.

En todos los soportes deberá figurar información adicional y específica del acontecimiento que permita conocerlo o en su defecto un código QR o BIDI que dirija a la información oficial del evento.

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



### Stand en ferias y eventos deportivos

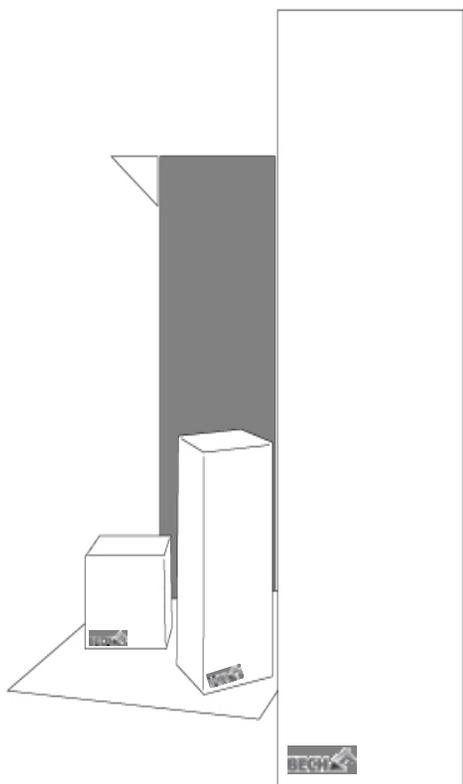
Se aplicará con tratamiento de publicidad esencial los gastos de la Feria que el Consorcio apruebe para la divulgación del evento previa solicitud motivada y documentada que debe cumplir los siguientes requisitos:

- 1.- La presencia del logotipo en el stand del colaborador, será igual o superior al 10% de la totalidad de la extensión del mismo y deberá acompañarse de un código QR o BIDI del mismo.
- 2.- Los folletos y publicaciones también han de tener el logotipo, de acuerdo con lo estipulado en este manual.
- 3.- Si emiten publicidad por audiovisual, tienen que incorporar el video de promoción del evento en el bucle de reproducción.
- 4.- El personal debe llevar visible el logotipo del evento.

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

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

Tampoco formará parte de la base de deducción, el gasto de del personal empelado en el Stand.



### Puntos de información

#### Poste de información:

La marca aparecerá centrada y podrá ir precedida de la frase "aquí le informaremos sobre...".

El ancho del logotipo será como mínimo del 50% del ancho de la base

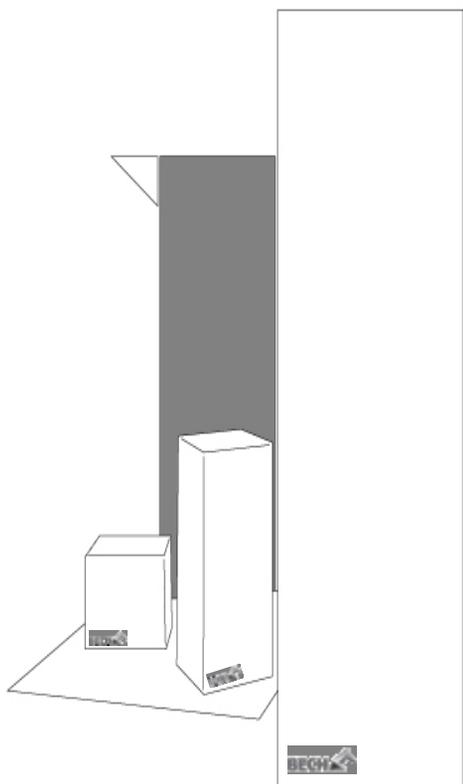
#### Caseta de información:

La marca irá siempre en la parte frontal de dicha caseta y tendrá un mínimo del 12% del ancho de la base.

Como la función esencial de estos elementos es la información de las actividades que forman parte del acontecimiento, la marca de la institución o 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. Tampoco formará parte de la base de deducción, el gasto de del personal empelado en el Stand.



### Merchandising

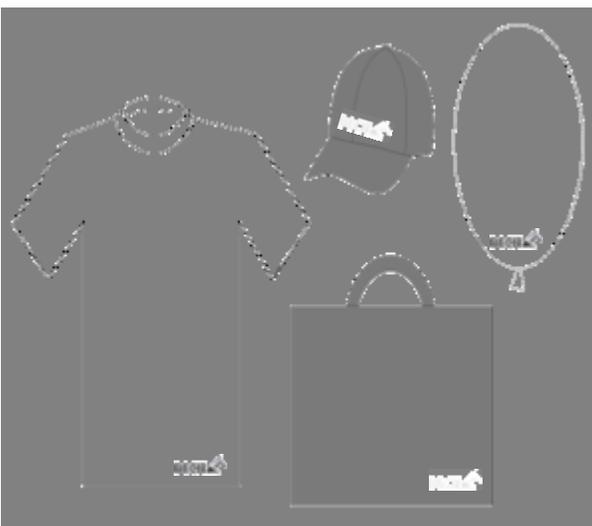
Cuando se incluya el logotipo del acontecimiento en los distintos elementos promocionales de merchandising (camisetas, gorras, polos, impermeables, cazadoras, bolsas de viaje, mochilas, maletines etc.) deberán tenerse en cuenta las siguientes reglas:

Deberá ser visible en todo momento por el público, siguiendo el sentido de la lectura.

Deberá tener un tamaño mínimo de 30mm. En caso de que se comparta el espacio con la marca del colaborador, el logotipo tendrá la misma presencia que respecto a la marca del colaborador.

**Mochilas y bolsas de viaje:** el logotipo irá preferiblemente ubicado en la zona inferior derecha en una parte que pueda verse bien y, para bolsas, a ser posible en ambas caras, teniendo siempre en cuenta que el logotipo debe continuar visible a pesar de que la bolsa esté llena.

La base de la deducción está constituida por el coste de contratación con terceros, o en su caso, por el coste de producción del producto promocional.



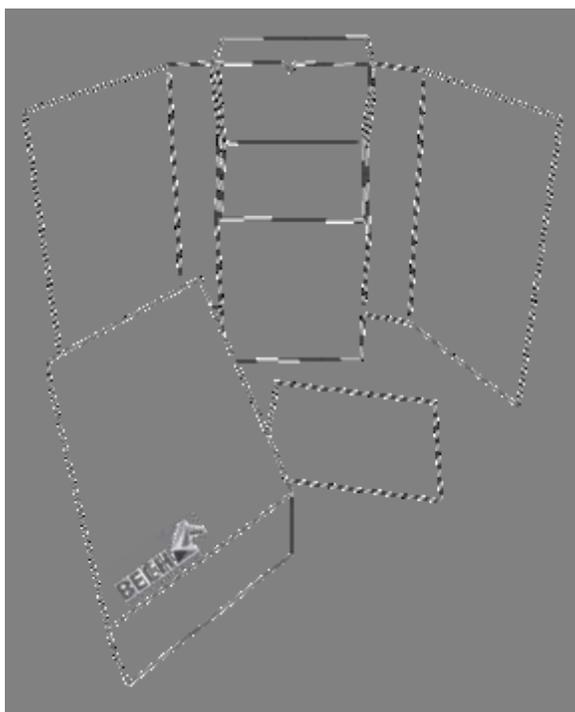
### Marketing directo

Cuando se incluya el logotipo del acontecimiento en los distintos elementos de marketing directo deberán tenerse en cuenta las siguientes reglas: El logotipo deberá ser visible siguiendo el sentido de la lectura.

La marca del acontecimiento tendrá el mismo peso que la marca del anunciante, partiendo de un mínimo de 30mm. La tirada mínima de este soporte publicitario deberá ser de 150.000 ejemplares anuales.

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

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



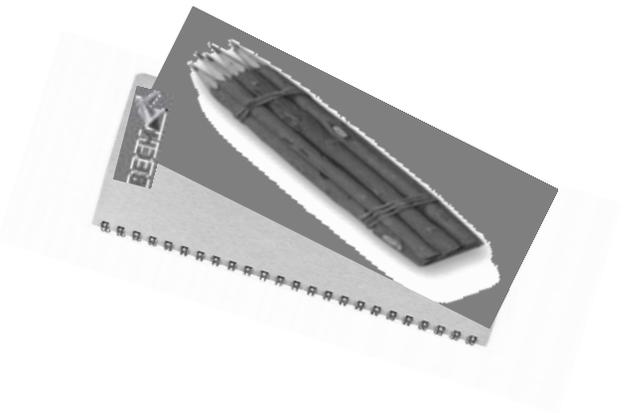
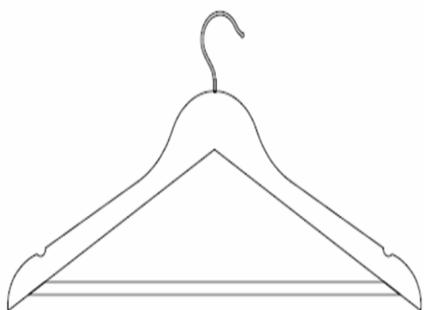
### Productos promocionales fabricados exclusivamente para la difusión del acontecimiento

Se entenderá gasto en publicidad esencial si los artículos hubiesen sido confeccionados específicamente para el acontecimiento, como por ejemplo:

- Ediciones limitadas del producto del colaborador en el que dicho producto se asocie inequívocamente a la imagen del acontecimiento, de forma que sea indisociable de la misma.

- Recipiente con la forma del logotipo, mascota o cualquier otro elemento característico de la imagen del acontecimiento patrocinado.

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

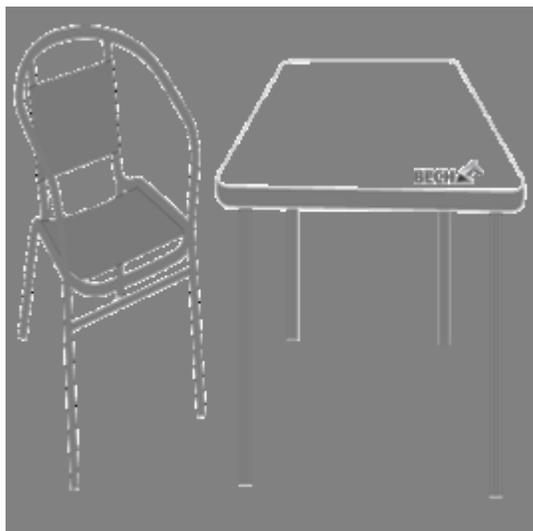


### Productos promocionales de distribución empresarial

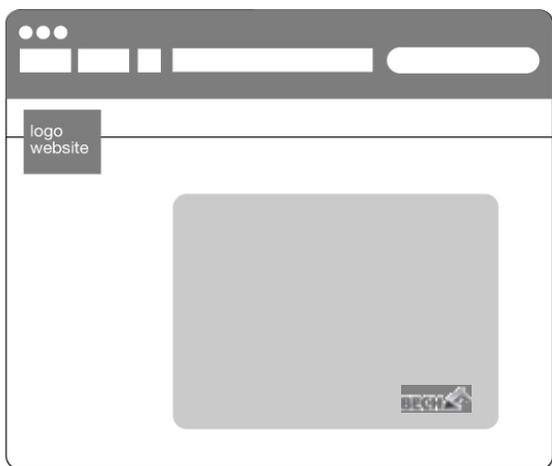
Cuando se incluya el logotipo del acontecimiento en los distintos elementos promocionales de mobiliario (mostrador, mesa de terraza, sillas de plástico, sillas de madera, sombrillas etc.) deberán tenerse en cuenta las siguientes reglas:

Inserción del logotipo del acontecimiento siempre y cuando se comparta el espacio con la marca de la compañía que utilice esta herramienta en su mix de comunicación. Ambos logos deben tener el mismo tamaño. Junto al logotipo se insertará el código QR o BIDI del evento.

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



### Banners y videobanners



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

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

**La base de deducción estará constituida por el coste de producción o de contratación con terceros del mismo.**

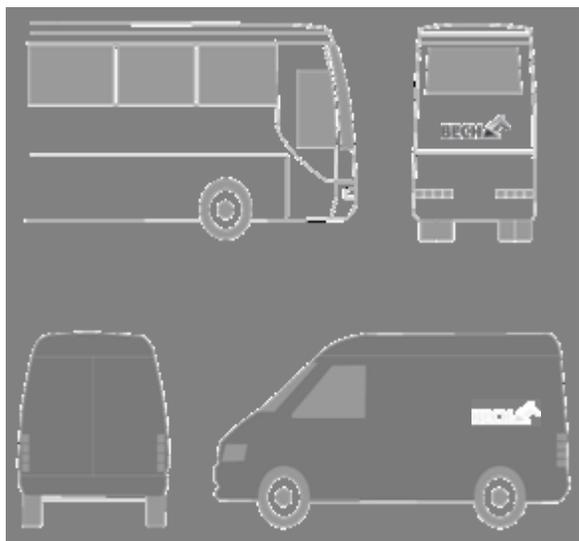
# SOPORTES NO ESENCIALES CUYA ÚNICA FINALIDAD ES LA PUBLICIDAD

### **Soportes No Esenciales cuya única finalidad es la publicidad**

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

**SOPORTES ESENCIALES  
CUYA FINALIDAD PRINCIPAL  
ES DISTINTA DE LA  
PUBLICITARIA**

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



A) Contratación con terceros de estos vehículos como soportes publicitarios de una campaña por la empresa colaboradora que incluya el logotipo el acontecimiento. El logotipo debe ocupar como mínimo el 10% de la base del espacio publicitario.

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

B) Si el 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 este sentido, se tendrá en cuenta no sólo el coste derivado de la inserción publicitaria del logotipo sino también el coste de incorporar al mismo la publicidad referida al colaborador (por ejemplo pintura, serigrafía o impresión).** 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.

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

### Grúas de construcción

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

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

B) La grúa de construcción en la que se realiza la campaña publicitaria puede ser propiedad de la empresa colaboradora. En dicho caso la base de deducción será el coste incurrido en incorporar la publicidad al mencionado soporte. En este sentido, se tendrá en cuenta no sólo el coste derivado de la inserción publicitaria del logotipo sino también el coste de incorporar al mismo la publicidad referida al colaborador (por ejemplo pintura, serigrafía o impresión). 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.

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

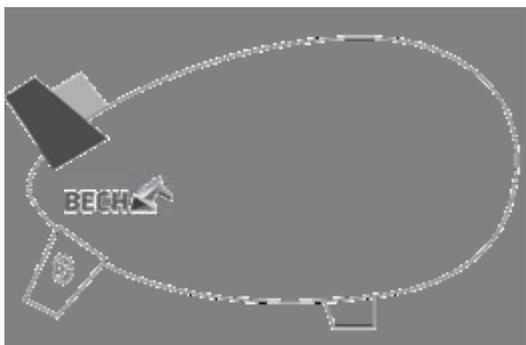
- Deberá ser visible en todo momento por el público colocándose a la altura adecuada para que así sea.
- Deberá ocupar el 100% de la base de la lona sobre la grúa manteniendo la proporción del logotipo.
- Estará presente como mínimo en una lona colgante ubicada en cualquiera de las caras de la columna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



### Globos aerostáticos y otros soportes similares

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

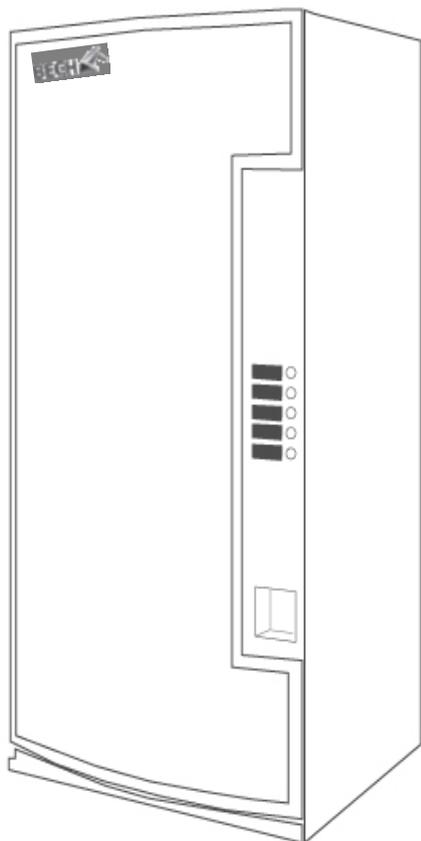
La base deducción estará constituida por el coste de contratación con terceros que se corresponda exclusivamente con el contenido publicitario del soporte.



B) El medio utilizado para la realización de la campaña publicitaria puede ser propiedad de la empresa colaboradora. En dicho caso la base de deducción será el coste será el coste incurrido en incorporar la publicidad al mencionado soporte. En este sentido, se tendrá en cuenta no sólo el coste derivado de la inserción publicitaria del logotipo sino también el coste de incorporar al mismo la publicidad referida al colaborador (por ejemplo pintura, serigrafía o impresión). 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.

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

### Máquinas expendedoras



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

**La base deducción estará constituida por el coste de contratación con terceros que se corresponda exclusivamente con el contenido publicitario del soporte. En ningún caso se incluirán los costes de contratación de la propia máquina expendedora.**

B) El medio utilizado para la realización de la campaña publicitaria puede ser propiedad de la empresa colaboradora. **En dicho caso la base de deducción será el coste será el coste incurrido en incorporar la publicidad al mencionado soporte. En este sentido, se tendrá en cuenta no sólo el coste derivado de la inserción publicitaria del logotipo sino también el coste de incorporar al mismo la publicidad referida al colaborador (por ejemplo pintura, serigrafía o impresión). 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.**

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

### Displays y puntos lectores de venta

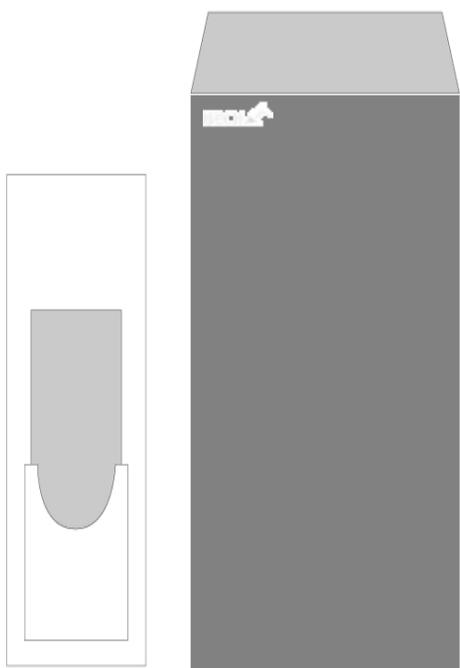
A) Contratación a terceros de estos medios como soporte publicitario de una campaña por la empresa colaboradora que incluya el logotipo del acontecimiento .

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

B) El medio utilizado para la realización de la campaña publicitaria puede ser propiedad de la empresa colaboradora. En dicho caso la base de deducción será el coste será el coste incurrido en incorporar la publicidad al mencionado soporte. En este sentido, se tendrá en cuenta no sólo el coste derivado de la inserción publicitaria del logotipo sino también el coste de incorporar al mismo la publicidad referida al colaborador (por ejemplo pintura, serigrafía o impresión). 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.

En ambos casos:

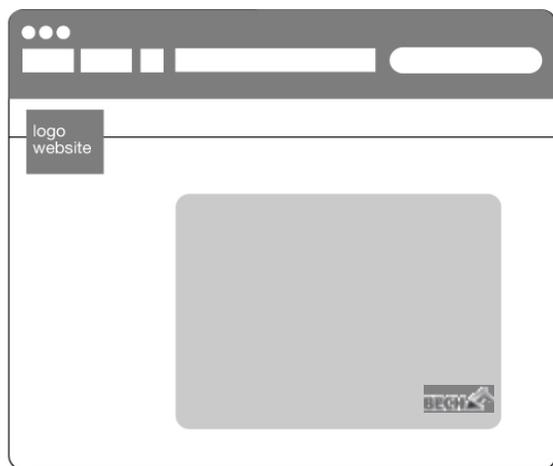
- a) En los displays: el logotipo del acontecimiento tendrá el mismo peso que la marca anunciante, partiendo de un mínimo de 40mm.
- b) PLV: el logotipo del acontecimiento tendrá el mismo peso que la marca anunciante, partiendo de un mínimo de 40mm.



### Soportes páginas web, dispositivos móviles, aplicaciones APP, redes sociales

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

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



B) El medio utilizado para la realización de la campaña publicitaria puede ser propiedad de la empresa colaboradora. En dicho caso la base de deducción será el coste será el coste incurrido en incorporar la publicidad al mencionado soporte. En este sentido, se tendrá en cuenta no sólo el coste derivado de la inserción publicitaria del logotipo sino también el coste de incorporar al mismo la publicidad referida al colaborador (por ejemplo pintura, serigrafía o impresión). 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.

**En ningún caso incluirán los costes de mantenimiento de la página web.**

En ambos casos: la marca del acontecimiento deberá aparecer en los mismos espacios y tamaños (misma presencia) que el logotipo del colaborador. Tendrá contenidos específicos de difusión del acontecimiento y en cualquier caso un link con la página oficial del acontecimiento. El contenido específico será de una página, pudiéndose ampliar este mínimo en función del contenido de la página web de su difusión.

### Uniformes y equipaciones deportivas



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

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

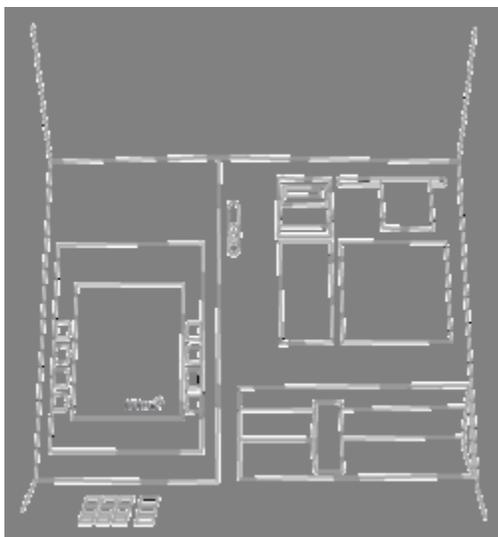
B) El medio utilizado para la realización de la campaña publicitaria puede ser propiedad de la empresa colaboradora. En dicho caso la base de deducción será el coste incurrido en incorporar la publicidad al mencionado soporte. **En ningún caso debe formar parte de la base de la deducción el coste de producción del soporte al que se incorpora el contenido publicitario.**

En logotipo del acontecimiento debe aparecer en la uniformidad o equipación con una presencia no inferior a la del colaborador, salvo que una norma de obligado cumplimiento lo prohíba expresamente.

### Cajeros automáticos

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

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

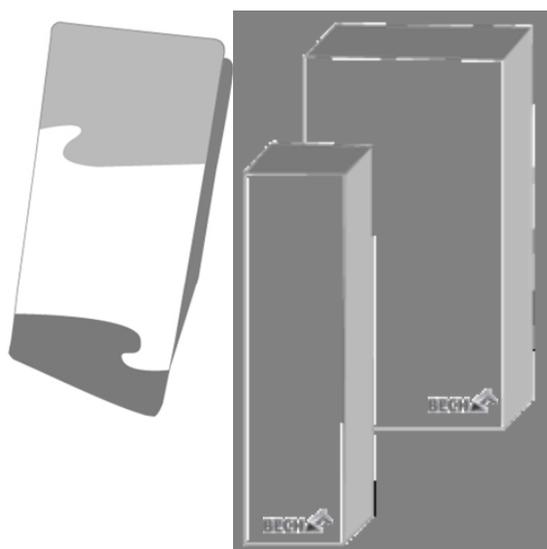


B) El medio utilizado para la realización de la campaña publicitaria puede ser propiedad de la empresa colaboradora. **En dicho caso la base de deducción será el coste será el coste incurrido en incorporar la publicidad al mencionado soporte. En este sentido, se tendrá en cuenta no sólo el coste derivado de la inserción publicitaria del logotipo sino también el coste de incorporar al mismo la publicidad referida al colaborador (por ejemplo pintura, serigrafía o impresión). 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**

Asimismo, no se incluirán en ningún caso los costes de mantenimiento del cajero.

En ambos casos, el logotipo del acontecimiento tendrá el mismo peso que la marca anunciante, partiendo de 40mm.

### Embalajes varios (1)



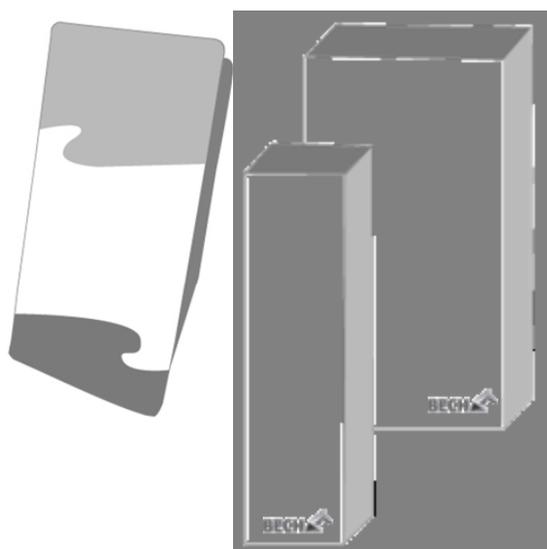
A) Contratación a terceros de estos medios como soporte publicitario de una campaña por la empresa colaboradora que incluya el logotipo del acontecimiento .

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

B) El medio utilizado para la realización de la campaña publicitaria puede ser propiedad de la empresa colaboradora. En dicho caso la base de deducción será el coste será el coste incurrido en incorporar la publicidad al mencionado soporte. En este sentido, en el caso concreto de los embalajes, se tendrá en cuenta no sólo el coste derivado de la inserción publicitaria del logotipo sino también el coste de incorporar al mismo la publicidad referida al colaborador (por ejemplo pintura, serigrafía o impresión). 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

### Embalajes varios (2)

En ambos casos el logotipo y la presencia de la marca del evento deberá reunir los siguientes requisitos:



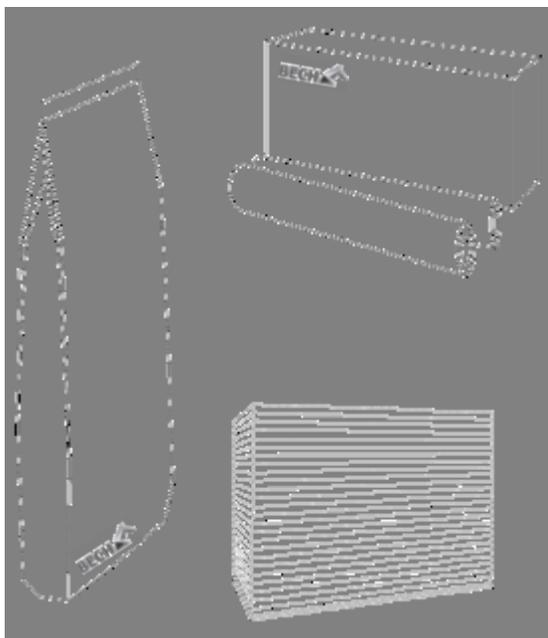
**Embalajes:** (como packaging de producto); el logotipo se imprimirá en la parte inferior de la cara donde aparezca la marca del producto, siguiendo el sentido de la lectura, con un ancho mínimo del logotipo de 20mm.

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

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

- **Bolsas pequeñas** (bolsas de snacks): ancho mínimo 20mm.
- **Bolsas grandes** (bolsas grandes de snacks): ancho mínimo 30mm.

### Embalajes varios(3)



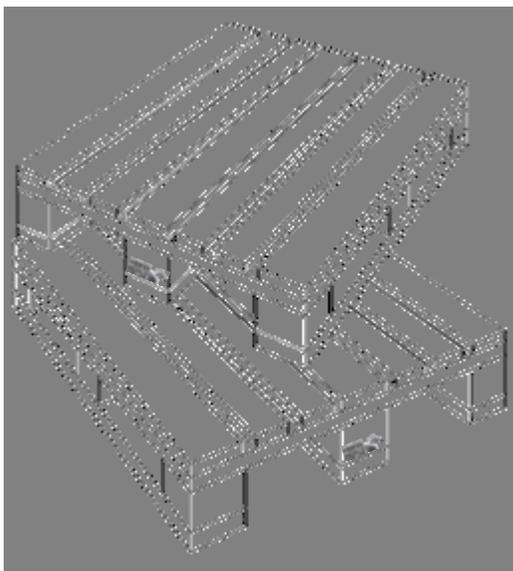
**Material de construcción** (sacos, film y otros): la inserción del logotipo del acontecimiento en estos soportes deberá tener en cuenta las siguientes indicaciones:

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

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

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

### Embalajes varios (4)



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

-el logotipo se imprimirá de manera centrada como mínimo en una de las tres vigas de soporte de cada una de las cuatro caras.

-el logotipo deberá tener un mínimo del 50% de la sección visible o superficie de exposición.

### Latas, botellas y botellines

#### Botellas, latas, packs, vasos, y otros recipientes

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

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



B) El medio utilizado para la realización de la campaña publicitaria puede ser propiedad de la empresa colaboradora. **En dicho caso la base de deducción será el coste incurrido en incorporar la publicidad al mencionado soporte, entendiendo por dicho coste, en el caso de latas, botellas y botellines:**

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

• Si el logotipo se consigna en el envase: el coste de serigrafía, siempre que el logotipo ocupe el 10% del tamaño.

En ambos casos el logotipo y la marca deberán reunir los siguientes requisitos:

• En las **latas de 33 cl.**, el logotipo del acontecimiento aparecerá en el sentido de la lectura y su ancho será como mínimo de 20 mm.

• En las **botellas y botellines**, la marca irá impresa en la etiqueta y en el sentido de la lectura. El tamaño será de 20mm de ancho.

• **Vasos, copas, platos y otros recipientes:** el logotipo tendrá un ancho de mínimo de 30mm, siendo visible al público en todo momento.

### Envases alimentarios

#### Bricks, Yogures, y otros recipientes

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

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

B) El medio utilizado para la realización de la campaña publicitaria puede ser propiedad de la empresa colaboradora. En dicho caso la base de deducción la base deducción será el coste incurrido en incorporar la publicidad al mencionado soporte, entendiéndose por dicho coste, en el caso envases alimentarios:

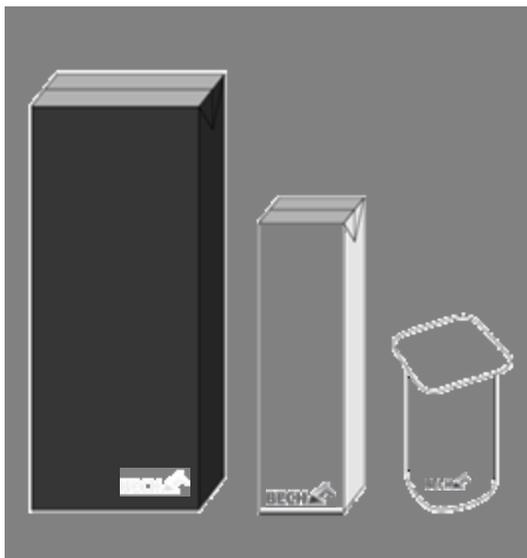
• Si el logotipo se consigna con elementos separables del envase: coste de la etiqueta o banderola, siempre que el logotipo ocupe el 10% del tamaño.

• Si el logotipo se consigna en el envase: el coste de serigrafía, siempre que el logotipo ocupe el 10% del tamaño.

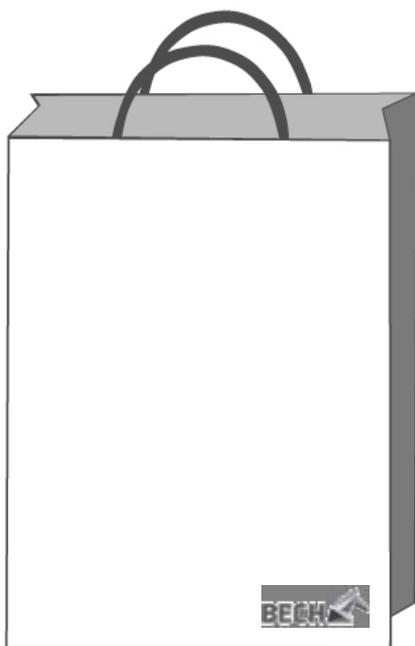
En ambos casos, el logotipo y la marca del evento deberá reunir los siguientes requisitos:

• **En los Tetabricks:** el logotipo deberá aparecer en las dos caras y en el sentido de la lectura. En los tetabricks grandes (capacidad 1 litro) el ancho del logotipo será como mínimo de 30 mm y en los pequeños (capacidad 20cl) de 20 mm.

• **Yogures:** El ancho del logotipo será como mínimo de 20 mm.



### Bolsas contenedoras



**A)** Si son medios que se contratan con terceros como soporte publicitario, el logotipo y la marca del evento deberá reunir los siguientes requisitos, para considerarse esencial:

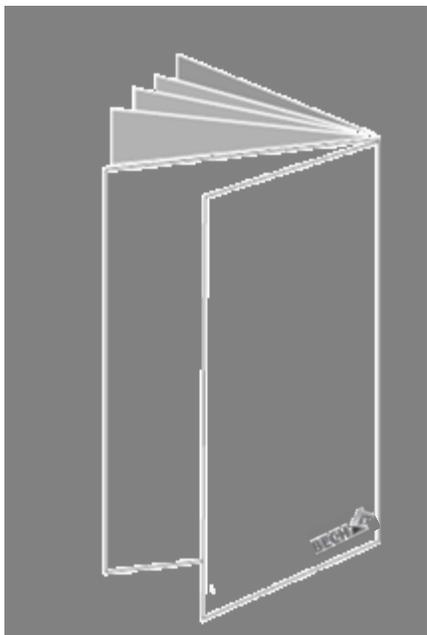
El este caso la base de la deducción estará constituida por el coste de contratación con terceros que se corresponda exclusivamente al contenido publicitario del soporte.

**B)** El medio utilizado para la realización de la campaña publicitaria puede ser propiedad de la empresa o producidos por ésta, la **base deducción será el coste el coste incurrido en incorporar la publicidad al mencionado soporte, entendiendo por coste, en el caso concreto de bolsas contenedoras, el coste de serigrafía, siempre que el ancho del logotipo sea como mínimo de 30mm y ocupe un 10 % de la base de la bolsa como mínimo.**

En ambos casos el logotipo y la marca del evento deberá reunir los siguientes requisitos, para considerarse esencial: el ancho del logotipo será como mínimo de 30mm y ocupará, como mínimo, un 10% de la base de la bolsa.

### Publicaciones: libros y revistas corporativas

Cuando se incluya el logotipo del acontecimiento en las publicaciones (libros y/o revistas corporativas) deberá reunir los siguientes requisitos para considerarse esencial:



En publicaciones de más de una hoja deberá incluir el logotipo del acontecimiento e información adicional referida al acontecimiento, pudiendo haber fotografías, o descripción de actividades, o programación, o reportajes específicos, teniendo en cuenta las siguientes indicaciones:

-La logotipo aparecerá preferentemente en la parte inferior de la contraportada de la publicación y el ancho del logotipo será como mínimo de 20 mm.

-El logotipo deberá ser visible en todo momento y aparecer siempre en el sentido de la lectura.

-En cuanto al contenido adicional del acontecimiento que deberá incluirse, variará el criterio en función de las páginas de la publicación:

a) Menos de 48 páginas: 1 página de contenido.

b) De 48 a 96 páginas: 2 páginas de contenido.

c) Más de 96 páginas: 3 páginas de contenido.

**En todos los supuestos, la base de deducción estará constituida por el coste incurrido en incorporar la publicidad al mencionado soporte, entendiéndose por dicho coste, el coste de impresión.**

**En ningún caso incluirá el coste de distribución.**

### Papelería corporativa (1)

Folios de carta, extractos bancarios, facturas y otros papeles.

Cuando se incluya el logotipo del acontecimiento en estos elementos deberá reunir los siguientes requisitos para considerarse esencial:

-Deberá tener una tirada mínima de 250.000 ejemplares anuales, considerando individualmente cada soporte.

-Cuando se trate de papel, tarjetón, facturas o extractos bancarios, el logotipo del acontecimiento deberá aparecer preferiblemente en la parte inferior derecha de acuerdo a los siguientes tamaños:

a)Papel de carta A4 210x297 mm, el ancho mínimo del logotipo será de 22 mm.

b)Papel de carta A5 148x210 mm, el ancho mínimo del logotipo será de 20 mm.

c)Tarjetón 210x100 mm, el ancho mínimo del logotipo será de 22 mm.

d)Facturas y extractos bancarios. El ancho mínimo del logotipo será de 30 mm.

(...continua página siguiente...)

tarjetón 210x100mm



carpeta 220x310mm



papel carta A4



papel carta A5



carpeta A4 210x297mm (corrada)

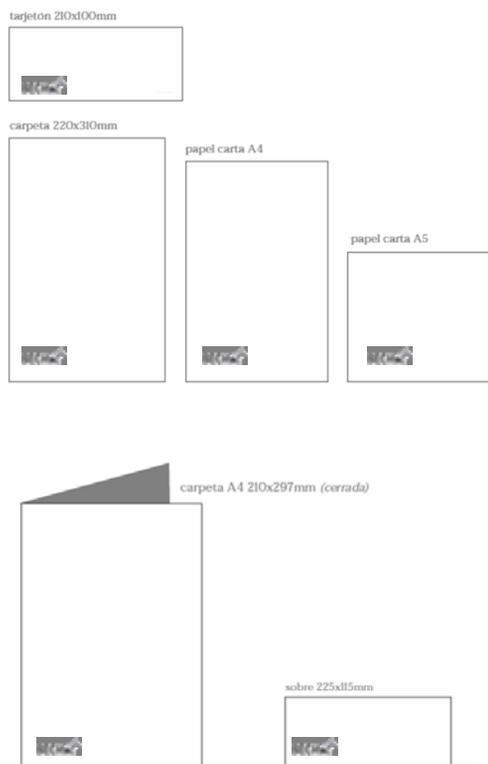


sobre 225x115mm



### Papelería corporativa (2)

(...viene de página anterior...)



-Cuando se trate de Carpeta (cerrada A4) 210x297, el logotipo del acontecimiento deberá aparecer en la parte inferior derecha de la contraportada o en caso de incluirse también en la portada, se podrá situar dónde se considere oportuno dependiendo del diseño de cada caso, de acuerdo a los siguientes tamaños:

e)Carpeta, el ancho mínimo será de 20 mm.

-Cuando se trate de Sobres, el logotipo del acontecimiento deberá aparecer en la parte delantera, de acuerdo a los siguientes tamaños:

f)Sobre 225x115 mm, el ancho mínimo será de 20 mm.

g)Sobre mensajería B4 324x229 mm, el ancho mínimo será de 20 mm.

**En todos los supuestos, la base de deducción estará constituida por el coste incurrido en incorporar la publicidad al mencionado soporte, entendiéndose por dicho coste, el coste de impresión.**

**En ningún caso incluirá el coste de distribución.**

**SOPORTES NO ESENCIALES  
CUYA FINALIDAD PRINCIPAL  
ES DISTINTA DE LA  
PUBLICITARIA**

### **Soportes No Esenciales cuya finalidad principal es distinta de la publicitaria**

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

# MEDIOS DE COMUNICACIÓN

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

Existen tres modalidades de gastos de publicidad en este tipo de colaboradores:

Especial cobertura informativa de **"Barcelona Equestrian Challenge"**

Publicidad de la imagen y del logotipo **"Barcelona Equestrian Challenge"** en las campañas publicitarias propias del patrocinador.

Cesión de espacios publicitarios a **"Barcelona Equestrian Challenge"**

El criterio presupuestario y de esencialidad aplicado a cada modalidad será el siguiente:

La especial cobertura informativa de **"Barcelona Equestrian Challenge"**, dará derecho a deducción y se certificará como publicidad esencial valorándola a precio de coste de producción siempre que la misma pueda distinguirse claramente de la cobertura habitual que el medio colaborador destina al tipo de evento al que pertenece el acontecimiento.

La publicidad de la imagen y del logotipo de **"Barcelona Equestrian Challenge"** en las campañas publicitarias propias del patrocinador también será base para la deducción, pudiendo ser esencial o no esencial según su naturaleza y si cumple los requisitos de uso de la Marca. Se valorará de la siguiente manera:

Si son campañas efectuadas en el propio medio de comunicación colaborador, el coste de producción o el valor del espacio publicitario, si este estuviese comercializado por la empresa a terceros, en función de lo establecido en el Anexo del presente Manual.

Si son campañas en otro medio de comunicación, por ejemplo, anuncios de radio de un colaborador que se dedica a la prensa escrita, por el coste de la factura (precio de mercado).

La cesión de espacios publicitarios a **"Barcelona Equestrian Challenge"**, es la modalidad más importante ya que es con la que se hace más efectiva la difusión publicitaria. El medio de comunicación colaborador valorará esta cesión de espacio a precio de mercado teniendo en cuenta el contenido del artículo 17 de la Ley General de Publicidad.

La cesión de espacios para la inserción de anuncios dedicados a la promoción del acontecimiento tiene la consideración de publicidad esencial, por lo que para poder disfrutar de la deducción del 15% sobre la cuota íntegra del Impuesto, es necesario realizar la donación prevista en el artículo 27.3 de la Ley 49/2002.

### Anexo

- El presente Manual recoge todos los soportes acordados en la Comisión Ejecutiva del Consorcio, pudiendo incluirse aquellos nuevos soportes publicitarios que puedan presentarse para su estudio y aprobación si procede. En especial el Consorcio continuará trabajando para la futura inclusión de nuevos soportes.