

Algunes consideracions, estudis i reflexions sobre el Patrocini i el Mecenatge a la UPC



Patrocini
i mecenatge
a la universitat
Nexus 24, 2016-17



Comunitats
Col·laboratives **UPC**
nexus24



Sumari

1. Presentació.....	2
2. Diferents possibilitats.....	3
2.1. Patrocini.....	3
2.2. Mecenatge.....	4
2.3. Finançament col·lectiu.....	4
3. Quan utilitzar cada figura i tractament fiscal.....	5
3.1. Patrocini.....	5
3.2. Mecenatge: donacions.....	5
3.3. Conveni de col·laboració empresarial en activitats d'interès general.....	6
3.4. Finançament col·lectiu.....	6
Fiscalitat de les figures: patrocini i mecenatge.....	7
4. Qui pot impulsar aquestes col·laboracions a la universitat.....	8
5. Com es concerten les aportacions en aquesta àrea a la universitat: procediment i tipus de documents.....	8
6. Quines motivacions poden tenir les organitzacions per voler patrocinar un projecte de la universitat o fer una donació.....	9
7. Com escollir les organitzacions a qui presentar una proposta de patrocini ó mecenatge.....	10
8. Com podem formalitzar una proposta per sol·licitar un patrocini: pautes a tenir en consideració.....	11
8.1. Confecció i redacció de la proposta.....	11
8.2. Avaluació i difusió de resultats.....	12
9. A què es compromet la universitat quan accepta un patrocini ..	12
10. Alguns exemples.....	13
A.- ANNEX.....	16
A.1.- ANNEX 1: glossari.....	16
A.2.- ANNEX 2: marc legal.....	19

1. Presentació

Amb la posada en marxa del Projecte NEXUS 24, en la seva segona edició 2016-17, una companya nostra ens va plantejar la idea de crear un grup de treball que tractés el tema del patrocini per aconseguir, d'alguna manera, finançament addicional per a alguns projectes de la UPC. A aquella proposta ens vàrem unir varies persones que estàvem interessades en el tema i així es va crear el grup PATRO: Patrocini i mecenatge a la UPC, integrat finalment per 8 persones de molt diverses procedències.

Quan ens vam posar a treballar, amb la idea de dur a terme una experiència real de patrocini en alguna de les nostres unitats, ens vàrem adonar que no sabíem ben bé per on començar i vàrem arribar a la conclusió que el primer que necessitàvem era adquirir determinats coneixements abans de posar en marxa un projecte d'aquesta envergadura. Aprofitant que a l'equip hi havia una tècnica en patrocini que treballa en la seva gestió a la UPC, vam començar a treballar sobre unes bases que ens permetessin conèixer l'abast del tema, el seu marc legal i les seves potencialitats.

Fruit d'aquestes reflexions i de la recerca de la informació corresponent i del debat, ha sorgit aquest document que avui presentem amb algunes

consideracions, reflexions i procediments de gestió de l'àmbit del patrocini i mecenatge, que pensem pot valdre de punt de partida per a poder desenvolupar propostes que ens permetin l'obtenció de finançament extern per aquestes vies.

A tall d'exemple, i entre d'altres, començarem per enumerar algunes activitats universitàries que poden ser objecte de patrocini a la nostra Universitat, segons uns àmbits que ens són molt comuns. Segurament coneixereu experiències concretes d'alguns dels exemples que citem:

✓ **la docència i la promoció dels estudis**

- premis: a projectes de fi de grau i màster, al millor expedient d'una titulació, a la millor solució a un repte planejat...
- beques i préstecs per a estudiants
- equipaments i millora d'aules
- premis a projectes de batxillerat i cicles formatius de grau superior

✓ **la recerca, la innovació i la transferència de coneixement**

- les càtedres d'empresa de la UPC
- millora d'infraestructures científic-tècniques, equipaments i laboratoris



- incorporació de talent
- premis per a solucions innovadores
- ✓ **la cooperació per al desenvolupament**
 - projectes de les Càtedres Unesco
 - projectes del Centre de Cooperació per el Desenvolupament UPC
- ✓ **l'acció social a través de la docència**
 - millora de la salut visual de col·lectius amb necessitats mitjançant les pràctiques docents (Centre Universitari de la Visió, CUV)
- ✓ **la igualtat d'oportunitats**
 - ajuts a l'estudiantat amb dificultats econòmiques
 - ajuts a l'estudiantat amb diferents capacitats
- ✓ **activitats esportives**

2. Diferents possibilitats

Sovint sentim parlar de “patrocinis”, “donacions”, “col·laboracions sense afany de lucre” i, darrerament de “finançament col·lectiu” (crowdfunding) tenint només una intuïció sobre el que signifiquen. A continuació mirem de donar-vos una definició per poder diferenciar aquests conceptes que, si bé

poden ser similars en els seus objectius finals (recaptar fons), són força diferents en els seus procediments.

2.1. Patrocini

En el diccionari Termcat el patrocini es defineix com a: “Suport financer o material que una persona física o jurídica dóna a una persona, una organització, una manifestació, etc. amb la finalitat d'obtenir en contrapartida un benefici publicitari o d'imatge”

Es tracta, doncs, d'un instrument de comunicació i captació de recursos que forma part de l'estratègia de les organitzacions. Els actes de patrocini transmeten la cultura de l'organització i ajuden a construir la imatge de marca.

Si ens preguntem què és i què no és patrocinable, a priori, haurien de ser patrocinables tots aquells projectes assumits per la Universitat, que s'hagin d'executar en compliment dels seus fins, per als quals o bé no es disposi de finançament, o bé el que es disposi sigui insuficient. Si observem més de prop la realitat, veurem que només acabaran sent “patrocinables” aquells per als quals siguem capaços de sol·licitar recursos de forma



adequada i que, per tant, resultin atractius per a les empreses que els posaran.

2.2. Mecenatge

El mecenatge es pot considerar com “un sosteniment financer a una entitat sense ànim de lucre per a l’exercici de les activitats per a les quals ha estat creada, sense cap contrapartida”

Com a formes de mecenatge, trobem dos figures, definides en el capítol II del títol III de la Llei 49/2002, de Règim jurídic de les entitats sense fins lucratiu i dels incentius finals al mecenatge:

1. *Els donatius, donacions i aportacions pures, simples i irrevocables, realitzades en favor de les entitats beneficiàries del mecenatge. Les aportacions poden ser dineràries, o béns, o drets, etc (article 20 de la Llei 49/2002).* Les donacions han de ser sempre pures, simples i irrevocables (és a dir, s’esgoten en sí mateixes, no comporten cap contraprestació i no es pot demanar que es retornin un cop efectuades).

2. Els convenis de col·laboració empresarial en activitats d’interès general (art. 25 Llei 49/2002).

Com diu la llei, s’entendrà per conveni de col·laboració empresarial en activitats d’interès general, aquell pel qual les entitats beneficiàries del mecenatge, a canvi d’una ajuda econòmica per a la realització de les activitats que efectuen en compliment de l’objecte o finalitat específica de l’entitat, es comprometen per escrit a difondre, per qualsevol mitjà, la participació del col·laborador en les activitats esmentades. La difusió de la participació del col·laborador en el marc dels convenis de col·laboració definits en aquest article no constitueix una prestació de serveis subjecta a l’IVA, a diferència del Patrocini que sí està subjecte a l’IVA.

2.3. Finançament col·lectiu

El finançament col·lectiu (conegut també com a micromecenatge o crowdfunding) és un mètode de finançament de projectes on una multitud indefinida de persones/organitzacions fan aportacions (dineràries o no) per aconseguir un fi comú o per recolzar els esforços iniciats per una altra persona/organització. Es tracta d’una cooperació col·lectiva de persones



que construeixen una xarxa per aportar recursos, a través bàsicament d'internet, durant un termini de temps determinat (1-3 mesos) i que es basa en la confiança que es diposita en l'impulsor, que ha de dur a terme el projecte compromès i ha de complir amb les "recompenses" acordades.

L'èxit de les campanyes de micromecenatge es basa en la capacitat de mobilització de les persones/organitzacions (sobre tot a través de les xarxes socials) per part dels impulsors, i s'acostumen a gestionar a través de plataformes les quals, cas que els impulsors no aconseguixin els recursos sol·licitats, es comprometen a retornar-los a qui els ha aportat.

La fiscalitat del finançament col·lectiu depèn del que l'impulsor vulgui donar a canvi de l'aportació rebuda, i s'hauria de tractar particularment en cada campanya concreta.

3. Quan utilitzar cada figura i tractament fiscal

3.1. Patrocini

La utilització del patrocini és convenient quan l'organització que ens aporta el recursos té una intencionalitat publicitària: vol associar la seva marca amb la marca UPC i, habitualment, augmentar la seva visibilitat entre el públic universitari (per complir també amb altres requeriments que li poden ser interessants, com ara apropar-se al públic universitari, facilitar la incorporació de talent,...)

Com el que busca l'empresa és publicitat, la nostra proposta de patrocini haurà d'explicitar els retorns en els valors d'imatge i regular-ne l'ús de la marca.

3.2. Mecenatge: donacions

Les accions de mecenatge que es fan a la Universitat són altruistes. En no demanar res a canvi, el que busca el mecenes (persona física o jurídica) és ajudar, donar suport a la Universitat perquè pugui complir amb els seus

objectius de millor manera. El compromís que s'establirà entre les dues parts no haurà de contemplar valors d'imatge, però sí pot contemplar accions de reconeixement per part de la Universitat.

Cal fer notar, també, que les donacions han de ser acceptades per l'entitat beneficiària, atès que s'accepten "en la seva totalitat" (també les obligacions que, en ocasions, d'elles es desprenen) i amb caràcter irrevocable.

És, per tant, una figura idònia per a persones/entitats amb un fort sentiment de pertinença a la UPC.

3.3. Conveni de col·laboració empresarial en activitats d'interès general

Atès el caràcter que la legislació vigent atorga a aquests convenis (article 25, de la Llei 49/2002) serà oportú utilitzar-los quan l'entitat col·laboradora tingui interès en la difusió de les activitats objecte de la col·laboració, sense que aquesta difusió s'entengui com un acte de publicitat. En el cas de la Universitat, es podrien encabir activitats de difusió del coneixement, en sentit general.

Com la Llei 49/2002 preveu que l'import aportat no es facturi, tampoc hi haurà IVA. D'altra banda, aquests imports no donen dret a cap tipus de desgravació fiscal.

3.4. Finançament col·lectiu

El finançament col·lectiu és un mètode adequat per recaptar fons quan el projecte està ben acotat i té objectius realistes i clars, és atractiu i original. L'impulsor ha de tenir una gran capacitat de mobilització de persones a través de les xarxes socials i el projecte per al qual sol·licita els recursos connecta amb el seu públic objectiu. És molt important treballar bé la difusió (màrqueting viral).

Les plataformes de gestió dels projectes de crowdfunding acostumen a retenir un percentatge sobre els diners rebuts (no sempre) i es fan càrrec de certificar les donacions i de retornar els diners als donants si el projecte no obté tots els recursos que demana en començar la campanya.

Fiscalitat de les figures: patrocini i mecenatge

Quadre de novetats fiscals, segons la Llei actual, Llei 49/2002, de 23 de desembre, vigent d'aplicació a 20 d'octubre 2016:

PATROCINI	Prestació de serveis	DEDUCCIÓ	
PERSONA JURÍDICA	Factura (amb IVA). El seu import es pot deduir de la base imposable sobre la que l'empresa calcula l'impost de societats (IS)		
MECENATGE	DONACIÓ	DEDUCCIÓ	
PERSONA FÍSICA (IRPF)-mecenatge	Els primers 150 €: desgrava el 75% de l'import donat.	75 %	80% (**)
	Import restant >150€ Desgravació afegida d'un 30% de l'import que superi els 150€ el primer i segon any, si es repeteix donació a la mateixa entitat.	30 %	35% (**)
	Si és el tercer any que es col·labora amb la mateixa entitat, l'import que superi els 150€, desgrava el 35%.	35 %	40% (**)

PERSONA JURÍDICA (IMPOST SOCIETAT, IS)	Podrà deduir-se el 35% de la quota íntegra de l'impost de Societats (amb el límit que aquesta deducció NO SUPERI el 10% de l'import de la Base Imposable) La despesa no minora el "Resultat de l'exercici", perquè no és una despesa deduïble fiscal, encara que sí comptable, i, per aquest motiu, caldrà un ajust positiu quan liquidem IS.	35 %	40% (**)
	El percentatge de deducció augmenta fins el 40% de la quota íntegra, si és el tercer any que es col·labora amb la mateixa entitat (amb el límit que aquesta deducció NO SUPERI el 10% de l'import de la Base Imposable). Si és el cas, l'import que superi aquest percentatge es pot acumular per a exercicis posteriors. (*La despesa no minora el "Resultat de l'exercici", perquè no és una despesa deduïble fiscal, encara que sí comptable, i, per aquest motiu, caldrà un ajust positiu quan liquidem IS.	40 %	45% (**)



CONVENI DE COL·LAB. EMPRESARIAL	DONACIÓ	DEDUCCIÓ
	Tota quantitat aportada/donada es considerarà despesa deduïble. El resultat comptable de l'exercici no caldrà ser ajustat en termes fiscals. (*) No aplicarem cap desgravació (deducció).(**) No està subjecte a IVA.	

()** Si la donació es destina a programes d'investigació universitària i doctorat, la deducció s'incrementa un 5%

En cas que l'aportació no sigui dinerària, és a dir que es realitzi a través de béns, la llei preveu que l'entitat receptora emeti certificat pel valor comptable que tinguin en el moment de la transmissió (no pel valor de venda al públic).

4. Qui pot impulsar aquestes col·laboracions a la universitat

Son els membres dels col·lectius PDI/PAS en el context i exercici de les seves funcions, segons l'encàrrec que hagin rebut i les responsabilitats que

assumeixin, qui poden impulsar aquestes col·laboracions. Els projectes de patrocini i de mecenatge és convenient que siguin liderats des de les més altes instàncies de les unitats que els volen dur a terme, tant perquè és molt necessari tenir una visió global del projecte com per la centralitat que necessiten per ser exitosos.

5. Com es concerten les aportacions en aquesta àrea a la universitat: procediment i tipus de documents

Els compromisos en matèria de patrocini i mecenatge es concerten per mitjà de convenis, els models dels quals estan a disposició de la comunitat UPC en el web del Programa UPC21, un cop us hagueu identificat en la intranet <https://www.upc.edu/upc21/es/contact>

Pel que fa a donacions dineràries d'importos de petites magnituds, seria suficient amb un ingrés bancari per part del donant i una comunicació escrita on, opcionalment, podrà manifestar la seva voluntat sobre el destí



de la seva aportació. En tot cas, recordem que les donacions tenen caràcter genèric (la legislació vigent les defineix com pures, simples i irrevocables.).

La revisió dels convenis i la seva adequació a la legislació vigent s'efectua en els Serveis Jurídics, des d'on es tramiten per a la signatura del rector.

Pel que respecte a les factures (en el cas del patrocini) o sol·licituds de donació (en el cas de les donacions), s'encarrega la unitat promotora de l'acord.

En el cas de finançament col·lectiu necessita del disseny d'una campanya, que per la seva complexitat no pot ser abordada en aquest document.

6. Quines motivacions poden tenir les organitzacions per voler patrocinar un projecte de la universitat o fer una donació

Les empreses que patrocinin projectes a la UPC, sovint ho fan mogudes per algun d'aquest ítems:

- Per detectar el millor talent i tenir la possibilitat d'incorporar-lo a les seves empreses.
- Per associar la marca de la UPC amb la de la seva empresa (cercant "notorietat").
- Per tenir un bon posicionament vers els investigadors, sobre tot dels grups amb més projecció.
- Per beneficiar-se de les contraprestacions que la Universitat li pugui donar a canvi del seu patrocini.
- Per donar sortida als seus requeriments en matèria de responsabilitat social.
- Per incorporar propostes de solucions a problemes concrets, on la innovació pot ser la solució.
- Per socialitzar relacions i tenir possibilitat d'accés a xarxes nacionals i internacionals.
- Per diferenciar-se d'altres empreses competidores.

D'altra banda, un cert nombre d'empreses i particulars es troben vinculats actualment a la UPC a través de la figura de la donació, perquè tenen sentiment de pertinença a la Universitat i perquè volen retornar-li una part



del que han estat capaces d'aconseguir gràcies, en part, a la formació (en sentit ampli) rebuda a la UPC. En aquests casos, els incentius fiscals previstos per la legislació vigent, també es podrien considerar com una motivació, tot i que segurament no serà la primera.

7. Com escollir les organitzacions a qui presentar una proposta de patrocini ó mecenatge

La proposta de patrocini s'ha d'adreçar a les persones amb responsabilitats de les organitzacions que puguin tenir sinèrgies amb el nostre projecte, aprofitant sempre que es pugui les coneixences personals i els contactes professionals.

Les organitzacions més favorables a patrocinar projectes són les que comparteixen els nostres valors, sobre tot si la Universitat els ha donat resposta a més d'una necessitat, com ara:

- Necessitats en R+D+I, a través de la transferència de tecnologia i coneixement

- Realització de pràctiques docents en la seva empresa per part del estudiantat UPC
- Formació permanent dels seus professionals
- Incorporació de talent (selecció de personal extret del estudiantat)

Pel que fa a la possibilitat de rebre donacions (mecenatge), en no tenir intencionalitat comercial, cal establir la manera de cuidar la relació amb els possibles donants, tant persones físiques (antic alumnat) com jurídiques (empreses amb les quals tinguem o hàgim tingut relació)

En qualsevol cas cal tenir criteri a l'hora de triar organització, això és, capacitat de judici per discernir les qualitats del projecte i del valor de les propostes. També cal aportar criteri en la presa de decisions i la planificació del projecte.



8. Com podem formalitzar una proposta per sol·licitar un patrocini: pautes a tenir en consideració

8.1. Confecció i redacció de la proposta

Convé cercar un nom atractiu i imaginatiu per al projecte per al qual sol·licitem el patrocini, que suggereixi allò que és essencial. En la descripció, utilitzarem un llenguatge directe que desperti l'interès, incidint en l'abast del projecte i els seus punts forts, així com en el valor afegit que pot aportar a l'organització a qui demanem, a la Universitat i a la societat en general. Es tracta de fer arribar a l'interlocutor el missatge que la UPC ha planificat un projecte important, i que se'l convida a col·laborar-hi.

Descriurem la necessitat que satisfà i quantificarem la urgència de la seva implementació, intentant garantir, si s'escau, la sostenibilitat futura del projecte. Convé afegir una declaració final breu i convincent que intenti "comprometre" a l'organització a la qual sol·licitem recursos.

Sempre que es pugui, formularem tant **els objectius** generals com els específics, de forma que puguin ser quantificables per poder-los avaluar

posteriorment, cas que el projecte s'implementi. En ocasions, també caldrà mesurar l'impacte dels resultats. Si s'escau, identificarem possibles coincidències amb els objectius de l'empresa.

Descriurem les **fases, calendari i activitats previstes**, donant informació clara i precisa de com es desenvoluparà el projecte i els instruments de seguiment que s'utilitzaran (comissions de seguiment etc.)

Indicarem tant els membres de la UPC que hi intervindran (i l'àrea d'expertesa reconeguda on destaquin, quan convingui) com els de l'empresa, si escau. Detallarem les funcions de cadascú, tot donant rellevància al treball de **l'equip mixt** (universitat-empresa)

Esmentarem (i quantificarem, si s'escau) **els agents que resultaran beneficiats** pel projecte i el seu perfil, com a part dels resultats esperats, així com l'àrea d'influència del projecte. Quan sigui possible, relacionarem el "públic" del projecte amb el de l'empresa a qui es demanen els recursos.

Explicarem els recursos **necessaris** per desenvolupar el projecte, detallant aquells amb els quals ja es compta, quins s'han d'aconseguir i com s'ha pensat fer-ho. Caldrà identificar les possibilitats reals de cofinançament. Confeccionarem el pressupost, tenint en compte que s'han d'adequar els



recursos sol·licitats a la capacitat de l'empresa (el projecte s'ha de dimensionar adequadament per generar confiança)

A més dels beneficis concrets que el patrocini pot afegir a l'empresa (resposta a necessitats de responsabilitat social, d'associació de marques,...) cal relacionar les **contraprestacions** que s'oferiran a l'empresa, vinculades als valors d'imatge en el cas del patrocini o a les deduccions fiscals en el cas del mecenatge.

8.2. Avaluació i difusió de resultats

Un cop materialitzada l'acció patrocinada, és molt oportú elaborar un informe o memòria de rendició de comptes amb els resultats assolits i les accions de difusió i altres contrapartides dutes a terme. Una bona avaluació del projecte reforça el vincle de la Universitat amb l'empresa patrocinadora i alimenta possibles accions futures.

La formalització dels compromisos es fa a través de la signatura d'un conveni (de patrocini, de col·laboració empresarial en activitats d'interès general o de donació, segons el cas), els models dels quals estan a

disposició de la comunitat UPC en el web del Programa UPC21, un cop us hagueu identificat en la seva intranet .

La revisió dels convenis i la seva adequació a la legislació vigent s'efectua en els Serveis Jurídics, des d'on s'encarreguen d'obtenir els vist i plaus necessaris per tramitar la signatura del rector.

El cas del finançament col·lectiu (crowdfunding) necessita del disseny d'una campanya, que per la seva complexitat no pot ser abordada en aquesta guia bàsica.

9. A què es compromet la universitat quan accepta un patrocini

A executar el projecte en els termes indicats en el conveni per al qual es concreta la col·laboració i a exercir els valors d'imatge compromesos, quan s'escaigui. A nivell institucional, convé recordar que per la seva component d'acte comunicatiu, tot i que el projecte de patrocini compregui un àmbit molt concret, compromet sempre "la marca UPC" en la seva totalitat i, per tant, és necessari avaluar la transcendència de la proposta i la coherència



amb el projecte d'Universitat. El patrocini és un instrument que s'ha de contextualitzar i ha de ser coherent amb els valors de l'organització que l'exerceix; en aquest sentit, la d'informació institucional i els actes i materials de promoció seran sempre d'interès per acompanyar les nostres propostes.

10. Alguns exemples

Fons d'ajuts a l'estudi. Per ajudar els estudiants que tinguin dificultats econòmiques sobrevingudes les quals puguin impedir la continuïtat dels seus estudis universitaris

Préstecs UPC Alumni. El Consell Social de la UPC és el principal impulsor d'aquesta iniciativa, que es manté viva gràcies a la confiança dels antics alumnes de la UPC i empreses "amigues", que mantenen el fons dels préstecs, i al compromís de l'estudiantat de retornar-lo en un futur.

Premis a Projectes fi de grau i/o màster. Diferents centres docents de la UPC creen vincles de fidelització amb les empreses establint concursos que premien els treballs de l'estudiantat per donar resposta a àrees clau de

resultats o de recerca de les empreses que els patrocinen, amb l'objectiu últim de potenciar les relacions amb les empreses i l'entorn professional i institucional i d'incorporar el millor talent.

Premi al millor expedient d'una promoció. A algunes empreses del sector més afí a les titulacions que s'imparteixen a la UPC poden tenir la necessitat de fer visible la seva empresa, el seu producte o les seves polítiques socials oferint premis als estudiants amb el millor expedient, i fins i tot com a captació del personal millor qualificat per a les seves empreses.

Càtedres d'empresa. Són un medi per establir una col·laboració estratègica, transversal, durable i d'ampli espectre entre la UPC i una o més empreses, amb la finalitat de desenvolupar objectius de docència, recerca, difusió, valorització i transferència del coneixement en un o més àmbit de coneixement de la UPC. L'empresa que patrocina una càtedra proposa i orienta els projectes i la Universitat col·labora posant a disposició de l'empresa les infraestructures i el talent. En el marc d'aquestes càtedres s'organitzen seminaris, conferències i cursos específics, treballs de recerca, workshops i visites a les empreses, entre d'altres. La normativa de càtedres



d'empresa vigent a la UPC va ser aprovada pel Consell de Govern del 7 de desembre de 2016.

Premis a solucions innovadores (“case study” d’empresa). Alguns centres docents de la UPC, per resoldre algun problema concret d’empresa d’una forma innovadora, creen Premis a la Innovació que les empreses atorguen, prèvia convocatòria d’un concurs entre l’estudiantat del centre, al projecte més innovador en la resolució del problema plantejat.

Donacions de material per al Centre universitari de la visió (CUV). Una de les funcions més importants del CUV és la d’aprofitar la docència i la recerca per oferir atenció i tractament a persones amb problemes visuals derivades dels serveis socials dels ajuntaments amb els que té convenis. Són persones que per la seva condició econòmica i social estan habitualment en risc d’exclusió social. Es pot oferir aquesta atenció i tractament, en part, gràcies a les donacions de les empreses del sector que faciliten els tractaments correctors necessaris perquè aquestes persones puguin desenvolupar la seva vida amb major qualitat.

Beques a projectes d’excel·lència. Dobles titulacions del CFIS. Gràcies un sistema de beques nodrit per diverses entitats patrocinadores, la UPC pot

captar i seleccionar estudiants amb capacitat i motivació suficients per cursar dues titulacions oficials de la nostra Universitat en l’àmbit de les matemàtiques, la física i les enginyeries, seguint un pla d’estudis molt intensiu.

La iniciativa, coneguda com “Centre de Formació Interdisciplinària Superior”, va començar essent una experiència pilot de doble titulació en telecomunicacions i matemàtiques el 1999, i des del 2003 i gràcies al sistema de beques cada any s’incorporen a la UPC un nombre molt limitat d’estudiants d’alt nivell, els quals accedeixen a la nostra Universitat mitjançant un procés de selecció propi que garanteix la idoneïtat dels estudiants per fer front amb garanties d’èxit a un pla d’estudis intens. Per accedir a aquests ensenyaments, els estudiants interessats s’han d’inscriure a la primavera i han de passar unes proves específiques de coneixements de matemàtiques i de física, addicionals als procediments establerts per l’accés a la universitat.

Ajuts per a la mobilitat internacional per intensificar les tasques de recerca d’estudiants de doctorat i personal docent i investigador. Gràcies a una entitat patrocinadora, i en funció de la convocatòria de la UPC



Patrocini
i mecenatge
a la universitat
Nexus24, 2016-17

corresponent, el 2016 es realitzaran 45 estades en universitats i institucions de recerca estrangeres.

A través del **Concurs Emprèn**, organitzat pel Servei de Gestió de la Innovació i patrocinat per diverses empreses, amb caràcter anual es pretén contribuir a fomentar l'esperit emprenedor i la cultura de la innovació entre els estudiants de la UPC. El concurs consta de dues fases: 1. Idea de Negoci, 2. Pla d'Empresa (els projectes seleccionats reben formació i assessorament per realitzar Pla Empresa). Com a requisits bàsics, els projectes han d'incorporar algun element tecnològic i/o innovador i els equips han d'estar formats com a mínim per un



A.- ANNEXOS

A.1.- ANNEX 1: glossari

Base de deducció: és un benefici fiscal que minora la quota d'un tribut i que bé definit per llei amb la finalitat de complir determinats objectius de política econòmica i social.

Base imposable: la quantificació del fet imposable subjecte i no exempt.

Base liquidable: És el resultat d'aplicar a la base imposable les possibles reduccions establertes en la llei de cada impost.

Conveni de col·laboració empresarial: s'entendrà per conveni de col·laboració empresarial en activitats d'interès general, als efectes que preveu d'aquesta llei, aquell pel qual les entitats a què es refereix l'article 16, a canvi d'una ajuda econòmica per a la realització de les activitats que efectuïn en compliment de l'objecte o finalitat específica de l'entitat, es comprometen per escrit a difondre, per qualsevol mitjà, la participació del col·laborador en aquestes activitats.

Els convenis de col·laboració empresarials es presenten com actes unilaterals gratuïts, atesa la condició de liberalitat que presenta l'ajuda econòmica, que no representa el pagament d'una contraprestació.

L'aportació econòmica realitzada per l'empresa en el si d'un conveni de col·laboració no és el pagament d'un preu per la prestació d'un servei, sinó del lliurament de diners, amb ànim de liberalitat, que va més enllà de l'interès particular del col·laborador.

La difusió de la participació del col·laborador en el marc dels convenis de col·laboració no constitueix una prestació de serveis, per tant, en termes fiscals, no devengarà IVA. En conseqüència l'ajuda rebuda no pot ser entesa com un pagament en contraprestació de la difusió rebuda.

Contribuent: És la persona sobre la qual recau la càrrega del tribut.

Deduccions i bonificacions de la quota: Són quantitats que es resten de la quota d'un impost per determinades circumstàncies del subjecte passiu. Un exemple serien les deduccions per aportacions a plans de pensions.

Deduir: restar una part d'una quantitat, la que vingui definida a l'impost.

Deute tributari: És el resultat de reduir la quota tributària amb possibles deduccions i d'incrementar-la amb possibles recàrrecs, interessos de

demora, sancions pecuniàries, etc. És la quantitat que s'ha d'ingressar que resulti de l'obligació tributària principal o de les obligacions de fer pagaments a compte.

Donació: Acció de donar. Dació gratuïta que un donant fa d'una cosa que li pertany al donatari que l'accepta (diccionari.cat).

Entitats beneficiàries de mecenatge: les universitats públiques i els col·legis majors adscrits a aquestes universitats. Segons el títol III de la Llei 49/2002 al seu capítol I, article 16 apartat c), també es considera entitats beneficiàries del mecenatge a les entitats sense finalitats lucratives com les fundacions o les associacions declarades d'utilitat pública, entre d'altres, amb el què les fundacions universitàries i les associacions universitàries declarades d'utilitat pública també serien beneficiàries de mecenatge i, per tant, els seus mecenes podrien beneficiar-se dels corresponents avantatges fiscals.

Esponsorització: és un acord estrictament comercial i de caràcter puntual, sobre el que l'entitat oferent de recursos i la demandant d'aquests, ambdós obtenen un benefici mutu en l'àmbit publicitari.

Exempcions: Són les rendes que no s'inclouen com a tals en el conjunt que inclou la base imposable. Un exemple en serien les indemnitzacions per acomiadament, amb una exempció màxima fins al mínim que fixa la legislació.

Fet imposable: És el que origina l'obligació tributària.

Fundraising: [prové de les arrels americanes fund: fondos/recursos y raising: to raise: captar/recaudar] procés pel qual les organitzacions no lucratives capten fons caritatius.

Mecenatge: Protecció generosa a empreses culturals o benèfiques. (diccionari.cat)[de mecenes]

Mecenes: Persona rica que patrocina generosament les arts, les ciències, una empresa cultural, un artista, etc.

Patrocini: Promoció de la imatge d'una empresa, d'un producte o d'un servei, per mitjà de la protecció i el sosteniment econòmic que s'atorga a un tercer, receptor/ beneficiari d'aquesta ajuda i/o suport (el patrocinat). (diccionari.cat) [1272; del ll. patrocinium, íd., der. de patronus 'patró'].

Patrocinador: dit de la persona física o jurídica que fa un patrocini (diccionari.cat).



Prescripció: els deutes fiscals poden quedar extingits si no s'abonen ni és reclamen els imports en els quatre anys següents al naixement de l'obligació.

Quota tributària: Quantia resultant després d'aplicar el tipus impositiu a la base liquidable.

Reduccions de la base: Són quantitats que es poden restar del conjunt de rendes per al càlcul de la base imposable. Un exemple en serien les cotitzacions a la Seguretat Social.

Retencions i pagaments a compte: Abonaments que fa el subjecte passiu com un avançament de la liquidació d'un impost.

Subjecte passiu: És la persona sobre la qual recau l'obligació de tributar a Hisenda.

Subvenció: finançament, generalment parcial, d'un producte o servei a canvi d'assolir l'objectiu marcat per la institució pública que l'ha facilitat.

Tipus impositiu: És el percentatge que s'aplica a la base imposable per calcular la quantia que s'ha d'abonar a l'Administració.



A.2.- ANNEX 2: marc legal

Llei 49/2002, de 23 de desembre, del règim fiscal de les entitats sense fins lucratiu i dels incentius fiscals al mecenatge (BOE núm. 307 de 24 de desembre 2002).

Llei 34/1988, de 11 de novembre, General de Publicitat. BOE núm. 274 de 15 de Novembre de 1988.

Reial Decreto 1270/2003, de 10 de octubre, pel que se aprova el Reglament per la aplicació del règim fiscal de les entitats sense fins lucratiu i dels incentius fiscals al mecenatge. BOE núm. 254 de 23 de Octubre de 2003

Llei 27/2014, de 27 de novembre, de Impost de Societats. BOE núm. 288 de 28 de Novembre de 2014.

Reial Decret 634/2015, de 10 de juliol, pel que se aprova el Reglament de l'Impost sobre Societats. BOE-A-2015-7771.

Llei 35/2006, de 28 de novembre, de l'Impost sobre la Renta de las Persones Físiques i de modificació parcial de las Lleis dels Impostos sobre Societats, sobre la Renta de no Residents i sobre el Patrimoni (BOE, 29-noviembre-2006)

Llei 35/2006, de 28 de novembre, de l'Impost sobre la Renta de las Persones Físiques i de modificació parcial de las Lleis dels Impostos sobre Societats, sobre la Renta de no Residents i sobre el Patrimoni. BOE núm. 285 de 29 de Novembre de 2006

Llei 26/2014, de 27 de novembre, pel que es modifica la Llei 35/2006, de 28 de novembre, del Impost sobre la Renta de les Persones Físiques, el text refós de la Llei de l'Impost sobre la Renta de no Residents, aprovat pel Reial Decret Legislatiu 5/2004, de 5 de març, i altres normes tributàries. (BOE, 28-noviembre-2014)



Patrocini
i mecenatge
a la universitat
Nexus 24, 2016-17

Reial decret 633/2015, de 10 de juliol, pel qual es modifiquen el Reglament de l'impost sobre la renda de les persones físiques, aprovat pel Reial decret 439/2007, de 30 de març, i el Reglament de l'impost sobre la renda de no residents, aprovat pel Reial decret 1776/2004, de 30 de juliol

Reial Decret Legislatiu 5/2004, de 5 de març, pel que s'aprova el text refós de la Llei de l'Impost sobre la Renda de no Residents. (BOE, 12-marzo-2004)

Reial Decret 1776/2004, de 30 de juliol, pel que s'aprova el Reglament de l'Impost sobre la Renda de no Residents. (BOE, 05-agosto-2004)