

nota de prensa

Madrid, 12 de enero 2022

ECIJA y la BCMA elaboran la “Guía sobre inversión e incentivos fiscales en el Branded Content”

Supone una herramienta fundamental para conocer en profundidad y poder beneficiarse de los incentivos fiscales del 30% recogidos en el Plan de Impulso del sector Audiovisual

ECIJA y la Asociación Española de Branded Content, en adelante BCMA, han presentado la “**Guía sobre inversión e incentivos fiscales en el Branded Content**”. El objetivo de la Guía es animar a las compañías especializadas en desarrollar *branded content* a adentrarse en el sector del entretenimiento, convirtiéndose en productores de contenido, y así, poder optar a todos los beneficios fiscales propios de un productor de entretenimiento.

La Guía está destinada tanto para marcas anunciantes como para agencias, productores de contenidos, medios de comunicación y todos aquellos que participan en el desarrollo de un proyecto de *branded content*. Pretende mostrar los **beneficios fiscales propios del sector audiovisual** y a los que un proyecto de *branded content* se podría acoger, siempre y cuando se cumplan los requisitos básicos definidos en el documento.

El Plan de Impulso del sector audiovisual se articula sobre cuatro ejes: El primero de ellos, la Digitalización, Internacionalización y atracción de inversiones. El segundo, la mejora de la capacitación del Talento en España; el tercero se enfoca en la mejora de la regulación y eliminación de barreras legislativas y el cuarto eje son los incentivos fiscales con mejora de las condiciones de financiación de proyectos relacionados con la industria audiovisual. Este último, protagonista del contenido de la Guía, es el que abre la puerta a que la gran mayoría de empresas que realizan *branded content* en España puedan optar a estos incentivos fiscales, considerando una serie de requisitos que exige el nuevo Plan.

¿Podrían entonces beneficiarse de estos requisitos todos los proyectos de *branded content*?

Sí, siempre y cuando reúnan los requisitos de estar impulsados por la figura de un productor y supongan la creación de una obra audiovisual con una trama que se pueda calificar de interés cultural.

En palabras de **Carmen Aguado y Patricia Castiñeiras, abogadas de ECIJA** “esta Guía implica una de las novedades más importantes para el sector. Si todos los actores que participan en el desarrollo de un proyecto de *branded content* consiguen avanzar hacia un cambio de mentalidad y dar un giro a dichos proyectos, podrán acceder a las ventajas fiscales de las que ya goza el sector audiovisual”.

Según **Pablo Muñoz**, socio fundador y vicepresidente ejecutivo de BCMA Spain, “Desde la Asociación, siempre que hablamos de *branded content* insistimos en la importancia de adoptar el rol de productor, con los riesgos y beneficios que comporta ese cambio de mentalidad. Con esta Guía sobre Inversión e Incentivos Fiscales, hemos querido dar un paso más completando la Guía Legal disponible para los socios desde 2020 y que hoy compartimos con el sector y animando a todos nuestros asociados a que se adentren de verdad en el mundo del entretenimiento. Queremos mostrar todos los beneficios fiscales que son propios del sector audiovisual y a los que un proyecto de *branded content* se podría acoger”.



Puede acceder a la Guía [aquí](#).

Sobre ECIJA

ECIJA es la cuarta firma española por volumen de facturación. Ha sido reconocida por The Lawyer como mejor firma de TMT de Europa y por Financial Times entre las veinte firmas más innovadoras del continente. Su relevancia en el mercado español ha sido reconocida por Expansión, Cinco Días y por Forbes, que la han destacado como mejor firma en Economía Digital de España. ECIJA cuenta a la fecha con un equipo de 175 socios y más de 900 profesionales a nivel global, siendo la firma iberoamericana con mayor presencia en Latinoamérica. Cuenta con oficinas en España, Portugal, Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Ecuador, El Salvador, Guatemala, Honduras, México, Nicaragua, Panamá, Puerto Rico y República Dominicana.

Sobre BCMA

BCMA España es una asociación sin ánimo de lucro abierta a la participación de todo tipo de empresas implicadas en la cadena de valor del Branded Content. Es el capítulo español de la Branded Content Marketing Association, asociación internacional que se encuentra en plena expansión por todo el mundo. Entre sus objetivos está el trabajar de forma colaborativa en el desarrollo del mercado del Branded Content en España en los siguientes ámbitos: investigación, marco legal y formación, así como en la divulgación del uso del Branded Content como herramienta complementaria a la publicidad en la comunicación.

Fátima Fontcuberta

Comunicación ECIJA

+ 34 91 781 61 60

ffontcuberta@ecija.com

www.ecija.com