

Lineamientos donaciones, aportes y patrocinios

1. Introducción

La Universidad de los Andes, comprometida con su misión de promover la educación, la investigación y la transformación social, reconoce la importancia de contar con recursos diversos que apoyen sus actividades misionales. Las donaciones, aportes y patrocinios son fundamentales para fortalecer la capacidad de la Universidad de llevar a cabo proyectos que beneficien a la comunidad universitaria y a la sociedad en general.

2. Objetivo

Establecer las disposiciones de la Universidad para la gestión de donaciones, aportes y patrocinios, asegurando la transparencia, legalidad y eficiencia en la recepción, administración y uso de estos recursos, en consonancia con los valores y objetivos institucionales.

3. Alcance

Este documento que se alinea con el cumplimiento de las políticas contables abarca todas las actividades relacionadas con la recepción, administración y gestión de donaciones, aportes y patrocinios en la Universidad de los Andes. Aplicará a todas las unidades y personas involucradas en estos procesos. No se incluirán aspectos relacionados con la gestión de otro tipo de recursos no especificados en este lineamiento.

4. Definiciones institucionales

DONACIÓN: acto voluntario y gratuito mediante el cual una persona natural o jurídica transfiere recursos financieros o materiales a otra persona o entidad, sin recibir contraprestación directa, con el fin de apoyar una causa o actividades misionales de la universidad. La donación implica una mera liberalidad de la persona donante y puede generar beneficios tributarios para quien dona según la legislación aplicable, sin que se requiera una destinación específica o facturación.

PATROCINIO: acuerdo de voluntades entre la Universidad de los Andes y una persona natural o jurídica, en donde quien patrocina apoya en dinero o en especie una actividad o evento de la Universidad en el cual promociona sus productos o su marca, siendo además facturado sin generar un beneficio tributario.

APORTE: contribución en dinero o en especie de una persona natural o jurídica a la Universidad de los Andes, destinada a alcanzar una actividad u objetivo, sin recibir una contraprestación a cambio, siendo además facturada sin generar un beneficio tributario.

ESTRUCTURA DE COSTOS: La estructura de costos está compuesta por las unidades que están divididas en académicas y administrativas, los centros de costo permiten identificar las actividades de la Universidad, tales como la docencia, la producción académica y el desarrollo institucional, entre otras. Los objetos de costo se dividen en proyectos y componente de objetos de costo, creados según las necesidades que surgen, lo que permite una identificación más detallada de la información.

5. Responsables

Las unidades responsables de liderar cada uno de los procesos son:

- Donaciones: Dirección de Relacionamiento
- Patrocinios: Gerencia de Negocios Institucionales
- Aportes: Dirección de Proyectos

6. Disposiciones generales

- Para identificar el tipo de recurso, la Universidad ha puesto a disposición esta [herramienta](#), con la finalidad que la persona que identifica la oportunidad de recibir los recursos contacte al área encargada.
- Debe existir un documento o comunicación de la persona o entidad expresando su intención de entregar recursos, tipo de recurso (efectivo o en especie), justificación y monto.
- Debe consultarse en las listas SARLAFT-CST de acuerdo con la Política de Gestión de los Riesgos de Lavado de Activos, Financiación del Terrorismo, Corrupción y Soborno Transnacional - LA/FT - C/ST. Para el uso o tratamiento de los datos de la persona natural o de los representantes legales de las entidades requiere previa autorización.

Si quien ofrece la donación, patrocinio o aporte a la Universidad de los Andes se encuentra en estas listas, la unidad responsable de la consulta (Dirección de Relacionamiento, Gerencia de Negocios Institucionales y Dirección de Proyectos) deberá asesorarse con el responsable de cumplimiento de Auditoría de la Universidad.

- **Estructura de costos:**

Para el correcto manejo contable se debe tener en cuenta el diccionario de costos y la presentación de la estructura contable. **(Anexo 1)**

- **Manejo de Facturación:**

Para solicitar facturas en caso de que no se cuente con un documento formal de convenio o contrato, se debe realizar la solicitud por medio del portal web de facturación. **(Anexo 2)**

7. Disposiciones específicas

- a. **Donaciones:**

- Las donaciones realizadas por personas naturales o jurídicas con responsabilidades tributarias en Colombia recibirán un certificado de donación por los recursos transferidos a la Universidad y podrán acceder a los beneficios tributarios vigentes, de acuerdo con lo establecido en el Estatuto Tributario. (Para el año 2025 aplica artículo 257)
- Las donaciones no son facturables, pues no representan intercambio de bienes o servicios; por ende, no otorgan contraprestaciones a las personas donantes.

- Todas las donaciones recibidas por la Universidad deben surtir un proceso de formalización que asegure la identificación e intención de la persona donante, así como la aceptación, pago y posterior certificación de la donación.
- De acuerdo con la legislación vigente, sólo las personas al interior de las organizaciones con atribuciones legales para realizar donaciones son los encargados de formalizarlas.
- Todas las donaciones se deben registrar en el sistema financiero vigente, en objetos de costo específicos con la finalidad de controlar los ingresos y los usos.
- Las intenciones de donaciones en especie deben enviarse al área de activos fijos para su validación y definir si es activo o un bien de consumo, adjuntando los documentos necesarios y requeridos según el tipo de donación.
- De acuerdo con la reglamentación vigente, las donaciones que superen los 50 SMMLV deben formalizarse a través de una escritura pública.
- Las entidades públicas y mixtas no pueden hacer donaciones porque manejan recursos del Estado; en consecuencia, la Universidad no podrá recibir estos recursos bajo el concepto de donación. Sin embargo, se validará con las áreas jurídicas de las partes los acuerdos que se pueden realizar.
- Las donaciones cuya destinación sea específica deben dirigirse exclusivamente al objeto especificado por la persona o entidad donante. Cualquier cambio en el uso de los recursos, deberá consultarse con quien hace la donación y deberá constar por escrito.

b. Patrocinio

Los patrocinios deben ser legalizados a través de un contrato diseñado por la Dirección Jurídica, considerando las implicaciones del alquiler de espacios que se requiere para este tipo de actividades. En casos específicos donde no sea posible se debe solicitar la factura para el patrocinio en el portal web de facturación. **(Anexo 3)**

- Alquiler de Espacios físicos y virtuales: la Gerencia de Negocios Institucionales estará a cargo de las solicitudes internas y externas, que se oficializarán mediante un contrato. El contrato de alquiler debe incluir la obligación del locatario de cumplir con las normas institucionales y legales aplicables. El alquiler de espacios busca generar recursos gracias al uso de la infraestructura física y virtual del campus a través de la realización de eventos corporativos, académicos, deportivos, comerciales y sociales, producciones audiovisuales, actividades publicitarias, entre otras y no debe interferir con las actividades académicas y administrativas de la Universidad.
- Deben cumplirse condiciones para exhibir marcas y logos en el campus, incluyendo el tiempo de permanencia y las normativas y características urbanísticas, arquitectónicas, de materialidad, usos, elementos patrimoniales y medio ambiente definidas por la Universidad.

c. Aportes:

- El aporte debe ser facturable a excepción de los definidos por la Universidad (campañas masivas).
- De ser requerido por la persona aportante, en caso de que no se ejecute la actividad o el evento será necesario realizar devolución de recursos no ejecutados.
- La persona o entidad que hace el aporte puede requerir la entrega de informes técnicos y/o financieros.
- En casos específicos o cuando el contrato lo exige es necesario crear cuenta bancaria ahorros y/o fiducia exclusiva para manejar los recursos recibidos
Ejemplo: Fiducias campañas masivas “Vamos Palante”

8. Anexos

Anexo 1. Insumos de estructura contable

- [Diccionario costos.xlsx](#)
- [Presentation de estructura presupuestal](#)
- [Memorando Técnico Contable Aportes y Donaciones 2024](#)

Anexo 2. Instructivo de facturación

- [Instructivo Formulario Web de Facturación](#)

Anexo 3. Contratos de patrocinios

Un contrato de patrocinio debe incluir las siguientes características esenciales:

- **Identificación de las partes:** Se debe identificar al patrocinador (quien aporta los recursos) y al patrocinado (quien recibe los recursos y lleva a cabo la actividad o evento).
- **Objeto y objetivos del patrocinio:** Se debe identificar claramente el propósito y las metas del patrocinio.
- **Obligaciones claras y medibles:** Se deben establecer obligaciones claras, expresas, medibles, alcanzables, relevantes y limitadas en el tiempo.
- **Derechos y beneficios del patrocinador:** Se deben establecer los derechos y beneficios que adquiere el patrocinador.
- **Obligaciones de las partes:** Se deben incluir aspectos como el uso de la marca, productos, aporte económico, espacios otorgados, publicidad, entre otros.
- **Duración y terminación del contrato:** Se debe especificar la duración del contrato y la posibilidad de terminación anticipada.
- **Valor y condiciones de pago:** Se debe determinar el valor del patrocinio y las condiciones o forma de pago, considerando el alcance del evento o actividad patrocinada.
- **Cláusula de confidencialidad:** Se debe incluir una cláusula de confidencialidad.

- **Restricciones de patrocinio:** Se debe abstener de recibir como patrocinio productos o promoción de marcas relacionadas con bebidas alcohólicas, energizantes, cigarrillos, vapeadores. Y productos que pertenezcan a la oferta general de los negocios propios y concesiones en el campus.
- **Relevancia del patrocinio:** Se debe procurar la obtención de patrocinios relacionados directamente con el objeto social y la misión de la Universidad.
- Para el uso de áreas locativas de la Universidad se debe cumplir con los lineamientos establecidos por la Gerencia del campus.