

Máster en Legislación y Gestión del Arte



ÍNDICE

1 | Somos Educa Business School

2 | Rankings

3 | Alianzas y acreditaciones

4 | By EDUCA EDTECH Group

5 | Metodología LXP

6 | Razones por las que elegir Educa Business School

7 | Programa Formativo

8 | Temario

9 | Contacto

SOMOS EDUCA BUSINESS SCHOOL

EDUCA Business School es una institución de formación online especializada en negocios. Como miembro de la Comisión Internacional de Educación a Distancia y con el prestigioso Certificado de Calidad AENOR (normativa ISO 9001) nuestra institución se distingue por su compromiso con la excelencia educativa.

Nuestra **oferta formativa**, además de **satisfacer las demandas del mercado laboral** actual, puede bonificarse como formación continua para el personal trabajador, así como ser homologados en Oposiciones dentro de la Administración Pública. Las titulaciones de EDUCA Business School se pueden certificar con la Apostilla de La Haya dotándolos de validez internacional en más de 160 países.

Más de

18

años de
experiencia

Más de

300k

estudiantes
formados

Hasta un

98%

tasa
empleabilidad

Hasta un

100%

de financiación

Hasta un

50%

de los estudiantes
repite

Hasta un

25%

de estudiantes
internacionales

RANKINGS DE EDUCA BUSINESS SCHOOL

Educa Business School se engloba en el conjunto de EDUCA EDTECH Group, que ha sido reconocido por su trabajo en el campo de la formación online.

Todas las entidades bajo el sello EDUCA EDTECH comparten la misión de democratizar el acceso a la educación y apuestan por la transferencia de conocimiento, por el desarrollo tecnológico y por la investigación. Gracias a ello ha conseguido el reconocimiento de diferentes rankings a nivel nacional e internacional.



ALIANZAS Y ACREDITACIONES



FONDO
SOCIAL
EUROPEO



BY EDUCA EDTECH

Educa Business School es una marca avalada por **EDUCA EDTECH Group**, que está compuesto por un conjunto de experimentadas y reconocidas instituciones educativas de formación online. Todas las entidades que lo forman comparten la misión de democratizar el acceso a la educación y apuestan por la transferencia de conocimiento, por el desarrollo tecnológico y por la investigación.



ONLINE EDUCATION



METODOLOGÍA LXP

La metodología **EDUCA LXP** permite una experiencia mejorada de aprendizaje integrando la AI en los procesos de e-learning, a través de modelos predictivos altamente personalizados, derivados del estudio de necesidades detectadas en la interacción del alumnado con sus entornos virtuales.

EDUCA LXP es fruto de la **Transferencia de Resultados de Investigación** de varios proyectos multidisciplinares de I+D+i, con participación de distintas Universidades Internacionales que apuestan por la transferencia de conocimientos, desarrollo tecnológico e investigación.



1. Flexibilidad

Aprendizaje 100% online y flexible, que permite al alumnado estudiar donde, cuando y como quiera.



2. Accesibilidad

Cercanía y comprensión. Democratizando el acceso a la educación trabajando para que todas las personas tengan la oportunidad de seguir formándose.



3. Personalización

Itinerarios formativos individualizados y adaptados a las necesidades de cada estudiante.



4. Acompañamiento / Seguimiento docente

Orientación académica por parte de un equipo docente especialista en su área de conocimiento, que aboga por la calidad educativa adaptando los procesos a las necesidades del mercado laboral.



5. Innovación

Desarrollos tecnológicos en permanente evolución impulsados por la AI mediante Learning Experience Platform.



6. Excelencia educativa

Enfoque didáctico orientado al trabajo por competencias, que favorece un aprendizaje práctico y significativo, garantizando el desarrollo profesional.

RAZONES POR LAS QUE ELEGIR EDUCA BUSINESS SCHOOL

1. FORMACIÓN ONLINE ESPECIALIZADA

Nuestros alumnos acceden a un modelo pedagógico innovador **de más de 20 años de experiencia educativa con Calidad Europea.**



2. METODOLOGÍA DE EDUCACIÓN FLEXIBLE

Con nuestra metodología estudiarán **100% online** y nuestros alumnos/as tendrán acceso los 365 días del año a la plataforma educativa.



3. CAMPUS VIRTUAL DE ÚLTIMA TECNOLOGÍA



Contamos con una **plataforma avanzada** con material adaptado a la realidad empresarial, que fomenta la participación, interacción y comunicación con alumnos de distintos países.

4. DOCENTES DE PRIMER NIVEL

Nuestros docentes están acreditados y formados en **Universidades de alto prestigio en Europa**, todos en activo y con una amplia experiencia profesional.



5. TUTORÍA PERMANENTE



Contamos con un **Centro de Atención al Estudiante CAE**, que brinda atención personalizada y acompañamiento durante todo el proceso formativo.

6. DOBLE MATRICULACIÓN

Algunas de nuestras acciones formativas cuentan con la llamada **Doble matriculación**, que te permite obtener dos formaciones, ya sean de masters o curso, al precio de una.



Máster en Legislación y Gestión del Arte



DURACIÓN
1500 horas



**MODALIDAD
ONLINE**



**ACOMPAÑAMIENTO
PERSONALIZADO**

Titulación

Titulación de Máster en Legislación y Gestión del Arte con 1500 horas expedida por EDUCA BUSINESS SCHOOL como Escuela de Negocios Acreditada para la Impartición de Formación Superior de Postgrado, con Validez Profesional a Nivel Internacional



EDUCA BUSINESS SCHOOL

como centro acreditado para la impartición de acciones formativas
expide el presente título propio

NOMBRE DEL ALUMNO/A

con número de documento XXXXXXXXX ha superado los estudios correspondientes de

Nombre del curso

con una duración de XXX horas, perteneciente al Plan de Formación de Educa Business School.

Y para que surta los efectos pertinentes queda registrado con número de expediente XXXX/XXXX/XXXX-XXXXXX.

Con una calificación XXXXXXXXXXXXXXXX.

Y para que conste expido la presente titulación en Granada, a (día) de (mes) del (año).

Firma del Alumno/a
NOMBRE ALUMNO/A

La Dirección Académica
NOMBRE DE AREA MANAGER



Con Examen Convulsivo, Categoría Profesional del Consejo Preuniversitario de la UNED (Decreto 1048/1985)

Descripción

El Máster en Legislación y Gestión del Arte es la clave para adentrarte en un sector en pleno auge, donde la intersección entre arte, derecho y gestión cultural se vuelve esencial. En un mundo donde la propiedad intelectual y la protección del patrimonio histórico cobran cada vez más relevancia, este máster te ofrece una formación integral para dominar conceptos como los derechos de autor, la tasación de obras de arte y la fiscalidad en el sector artístico. Adquirirás habilidades para navegar en mercados culturales, gestionar museos y entender las dinámicas del marketing cultural. Además, te capacitarás para dirigir proyectos artísticos y comprender la normativa que rige el mundo del arte. Al unirse a este máster, te posicionarás en un mercado laboral en expansión, preparado para afrontar los retos de la industria cultural contemporánea.

Objetivos

' - Analizar el marco legal nacional e internacional de la propiedad intelectual. - Evaluar la duración y cómputo de los derechos de autor. - Interpretar la protección del patrimonio histórico. - Diseñar estrategias de tasación de obras de arte. - Desarrollar competencias en dirección de arte y diseño editorial. - Implementar acciones de marketing cultural en internet. - Gestionar la normativa y prevención de riesgos en museos.

Para qué te prepara

El Máster en Legislación y Gestión del Arte está diseñado para profesionales y titulados con experiencia en el sector artístico y cultural que busquen profundizar en aspectos avanzados de propiedad intelectual, protección del patrimonio, fiscalidad del arte y marketing cultural. Ideal para aquellos interesados en comprender mejor la interacción entre arte, derecho y gestión, y en potenciar sus habilidades en un entorno multidisciplinar.

A quién va dirigido

El Máster en Legislación y Gestión del Arte te prepara para enfrentar los desafíos legales y administrativos en el ámbito artístico. Aprenderás a gestionar la propiedad intelectual de obras, entender las relaciones entre arte y derecho penal, y conocer la protección del patrimonio histórico. Además, adquirirás habilidades en tasación, marketing cultural y dirección de arte, permitiéndote asesorar en fiscalidad y planificación estratégica en el mercado del arte. Desarrollarás competencias en gestión de museos y en la aplicación de nuevas tecnologías para mejorar la interacción con el público.

Salidas laborales

'- Consultor en propiedad intelectual para artistas y museos - Gestor de colecciones en instituciones culturales - Asesor fiscal en inversiones artísticas - Perito en tasación de obras de arte - Coordinador de exposiciones en museos - Experto en marketing cultural para galerías - Director de proyectos en entidades culturales - Especialista en derechos de autor y contratos artísticos

TEMARIO

MÓDULO 1. PROPIEDAD INTELECTUAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN. MARCO LEGAL NACIONAL E INTERNACIONAL

1. Introducción
2. Marco legal nacional
3. Marco legal internacional
4. Ámbito de aplicación de la normativa de propiedad intelectual

UNIDAD DIDÁCTICA 2. CONCEPTO DE AUTOR

1. Concepto de autor
2. Derechos de autor
3. Supuestos especiales de autoría

UNIDAD DIDÁCTICA 3. OBRAS OBJETO DE PROPIEDAD INTELECTUAL

1. Introducción
2. Originalidad de las obras
3. Tipos de obras

UNIDAD DIDÁCTICA 4. DERECHOS DE AUTOR

1. Introducción
2. Derechos morales
3. Derechos patrimoniales o de explotación
4. Otros derechos

UNIDAD DIDÁCTICA 5. DURACIÓN Y CÓMPUTO DE LOS DERECHOS DE AUTOR

1. Duración y cómputo de los derechos de autor
2. Límites a los derechos de autor
3. Regla de los tres pasos

UNIDAD DIDÁCTICA 6. DERECHOS AFINES O DERECHOS CONEXOS DE PROPIEDAD INTELECTUAL

1. Introducción
2. Artistas intérpretes o ejecutantes
3. Productores de fonogramas
4. Productores de grabaciones audiovisuales
5. Entidades de radiodifusión
6. Meras fotografías
7. Obras inéditas en dominio público y obras no protegidas
8. Derecho «sui generis» sobre las bases de datos

UNIDAD DIDÁCTICA 7. TRANSMISIÓN DE LOS DERECHOS DE AUTOR. CONTRATOS

1. Introducción
2. Transmisor «mortis causa»
3. Transmisión «inter vivos» en general
4. Transmisión de los derechos del autor asalariado
5. Contrato de edición
6. Contrato de edición musical
7. Contrato de representación teatral y ejecución musical
8. Obras cinematográficas y demás obras audiovisuales

MÓDULO 2. CUSO DE OBRA DE ARTE COMO OBJETO DE PROTECCIÓN

UNIDAD DIDÁCTICA 1. LA PROTECCIÓN DEL PATRIMONIO HISTÓRICO

1. Patrimonio histórico. Bienes muebles y bienes inmuebles
2. Patrimonios especiales: arqueológico y etnográfico
3. La tutela del Patrimonio. Órganos y administraciones.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA PROPIEDAD DE LAS OBRAS DE ARTE.

1. La propiedad de las obras de arte.
2. La transmisión de la propiedad de bienes muebles
3. Límites al derecho de propiedad de las obras de arte
4. Prueba de derecho

UNIDAD DIDÁCTICA 3. LA RELACIÓN ENTRE EL ARTE Y EL DERECHO PENAL.

1. Delitos de falsificación
2. Delitos de estafa
3. Delitos de robo
4. Delitos contra la propiedad intelectual.
5. Exportación ilegal de obras de arte.

UNIDAD DIDÁCTICA 4. EL ARTE Y EL MUNDO EMPRESARIAL

1. Las fundaciones
2. La obra de arte como garantía
3. Contratos financieros sobre obras de arte
4. Responsabilidad Social Corporativa de la empresa y el arte.

UNIDAD DIDÁCTICA 5. TÉCNICAS DE TASACIÓN

1. Técnicas de tasación
2. Análisis
3. Tasación: método.

UNIDAD DIDÁCTICA 6. ELABORACIÓN DE INFORMES Y CERTIFICADOS DE TASACIÓN

1. Aspectos generales en la elaboración de informes de tasación
2. Régimen de responsabilidad del tasador

MÓDULO 3. AGENTES DEL MERCADO DEL ARTE

UNIDAD DIDÁCTICA 1. LOS DERECHOS Y OBLIGACIONES DEL ARTISTA

1. Los derechos del artista
2. Las obligaciones del artista

UNIDAD DIDÁCTICA 2. EL CONTRATO DE SUBASTA

1. Casas de subastas
2. El contrato de subasta

UNIDAD DIDÁCTICA 3. LAS GALERÍAS DE ARTE

1. Mercado del arte
2. Galerías de arte
3. El mercado del arte en cifras

UNIDAD DIDÁCTICA 4. EL PERITAJE DE LAS OBRAS DE ARTE.

1. Delimitación de los términos peritaje y tasación
2. La peritación
3. La tasación pericial

UNIDAD DIDÁCTICA 5. OTROS AGENTES

1. Los anticuarios y almonedas
2. Ferias de arte y desembalajes
3. Coleccionismo por internet.
4. Marchantes y expertos

UNIDAD DIDÁCTICA 6. LAS COLECCIONES. EL MUSEO COMO CONSERVADOR

1. Introducción
2. Historia de las colecciones
3. Documentación de las colecciones
4. Conservación y restauración
5. Difusión
6. Investigación

MÓDULO 4. CULTURA Y EL ARTE

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ANTROPOLOGÍA, ARTE Y CULTURA

1. Introducción a la antropología
2. La antropología como ciencia
3. Definición de cultura
4. Antropología cultural
5. La antropología y los procesos artísticos: antropología del arte

UNIDAD DIDÁCTICA 2. EL ARTE EGIPCIO

1. Cultura egipcia
2. Indumentaria en Egipto

UNIDAD DIDÁCTICA 3. ARTE CLÁSICO, GRECIA Y ROMA

1. Arte griego
2. Arte Romano

UNIDAD DIDÁCTICA 4. ARTE ROMÁNICO Y GÓTICO.

1. Arte románico
2. Arte gótico

UNIDAD DIDÁCTICA 5. ARTE RENACENTISTA Y BARROCO.

1. Arte renacentista
2. Arte barroco

UNIDAD DIDÁCTICA 6. ARTE CONTEMPORÁNEO

1. El arte contemporáneo
2. Características generales
3. Vanguardias

MÓDULO 5. MUSEOS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. EL CONCEPTO DE MUSEO

1. Concepto de museo, historia y evolución
2. Museografía y Museología
3. Funciones de un museo
4. La función del museo en la Sociedad contemporánea
5. Tipología
6. El sistema español de museos

UNIDAD DIDÁCTICA 2. LAS COLECCIONES. EL MUSEO COMO CONSERVADOR

1. Introducción
2. Historia de las colecciones
3. Documentación de las colecciones
4. Conservación y restauración
5. Difusión
6. Investigación

UNIDAD DIDÁCTICA 3. EL MUSEO COMO ORGANIZACIÓN

1. Tipos de organizaciones gestoras y modelos de gestión
2. La misión y la política

3. Los planes y los programas

UNIDAD DIDÁCTICA 4. EL MUSEO COMO EQUIPO HUMANO PROFESIONAL

1. Órganos de dirección y organización del personal
2. Los recursos humanos
3. Profesionalidad: formación del personal
4. Ética profesional en museos

UNIDAD DIDÁCTICA 5. EXPOSICIÓN, FUNCIÓN, FORMA Y ESTRUCTURA

1. El museo comunicador
2. Qué es una exposición, función y estructura
3. Historia y evolución de las exposiciones
4. Clase de exposiciones
5. Modelos de exposiciones
6. El espacio Expositivo: las obras y la arquitectura dentro de los museos
7. Montaje de una exposición

UNIDAD DIDÁCTICA 6. EL PÚBLICO Y LOS MUSEOS

1. Historia
2. El público de los museos
3. Necesidades de los visitantes
4. El estudio de visitantes
5. El público: educación y ocio en los museos
6. Retos actuales de los museos
7. La nueva orientación al público de los museos

UNIDAD DIDÁCTICA 7. MUSEOS Y EDUCACIÓN

1. Museos y educación: misión educativa del museo
2. Educación y Acción Cultural en el museo
3. Educación inclusiva. Atención a la diversidad y la interculturalidad
4. Modelos educativos en el museo
5. Aprender a Aprender en el museo: contexto social de aprendizaje
6. Desarrollo cognitivo y socio-afectivo infantil y adolescente
7. Planificación, desarrollo y evaluación de programas educativos

UNIDAD DIDÁCTICA 8. FINANCIACIÓN Y GESTIÓN DOCUMENTAL EN LOS MUSEOS

1. La financiación. La obtención de recursos económicos
2. Historia de la documentación en museos. Normativa y procesos de normalización
3. Técnicas y procedimientos documentales en el museo

UNIDAD DIDÁCTICA 9. NUEVAS TECNOLOGÍAS EN LOS MUSEOS

1. Definiciones de los conceptos relativos al ámbito de los museos y TIC. Aplicación de las TIC en la comunicación con el público de los museos
2. Nuevas tecnologías. Dispositivos móviles y fijos en los museos

3. La realidad virtual e internet en los museos
4. Diseño gráfico aplicado a la museología, la imagen, la tipología y los textos en el museo, elementos de difusión
5. Programas de diseño gráfico y maquetación Photoshop CS3 Illustrator CS3 Indesign CS3

UNIDAD DIDÁCTICA 10. NORMATIVA Y PREVENCIÓN DE RIESGOS EN MUSEOS

1. Normativa relacionada con museos
2. Prevención de riesgos en los museos

MÓDULO 6. INTRODUCCIÓN AL MARKETING CULTURAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ANÁLISIS DE MERCADO DE PRODUCTOS CULTURALES

1. Caracterización de la programación cultural
2. Técnicas para el conocimiento del medio y de las organizaciones

UNIDAD DIDÁCTICA 2. PLANIFICACIÓN DE ACCIONES DE COMUNICACIÓN Y MARKETING

1. Técnicas de comunicación en las actividades culturales
2. Tipología de elementos que intervienen en la política de marketing
3. Procedimiento de elaboración del plan de marketing mix

UNIDAD DIDÁCTICA 3. DESARROLLO DE ACCIONES DE COMUNICACIÓN Y MARKETING

1. Protocolos de coordinación entre las acciones de marketing y los objetivos programados
2. Procedimientos de desarrollo de acciones de marketing cultural para productos intangibles
3. Metodología para el desarrollo de campañas de promoción de productos culturales
4. Técnicas de análisis y selección de medios de comunicación

UNIDAD DIDÁCTICA 4. SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN DE PROGRAMAS Y ACCIONES VINCULADOS AL MARKETING CULTURAL

1. Sistemática de la formulación de objetivos de control de plan de marketing teniendo como referencia la consecución de objetivos
2. Métodos para el control y el seguimiento de las decisiones y acciones en los planes de marketing
3. Metodologías para valorar el grado de satisfacción del cliente
4. Técnicas de seguimiento de presupuestos
5. Identificación de variables de control en las acciones de marketing
6. Desarrollo de indicadores de impacto y eficacia de las acciones de marketing
7. Adaptación de herramientas de cálculo para su utilización en acciones de marketing cultural
8. Técnicas de tabulación e interpretación de datos
9. Aplicación de medidas correctoras ante las desviaciones en el programa: planes de contingencia
10. Procedimientos para la detección y gestión de implantación de acciones de mejora
11. Protocolos para la elaboración, estructuración y presentación de informes de seguimiento con los resultados obtenidos, destinados a los responsables de las políticas culturales

UNIDAD DIDÁCTICA 5. FORMAS DE MARKETING EN INTERNET

1. La 4F's del Marketing Online

2. Formas de Marketing Online
3. El marketing como filosofía o cultura empresarial

UNIDAD DIDÁCTICA 6. INVESTIGACIÓN COMERCIAL EN MARKETING DIGITAL

1. Marketing digital vs. Marketing tradicional
2. Investigación Comercial en Marketing Digital
3. Integración de Internet en la Estrategia de Marketing
4. Estrategia de Marketing Digital
5. Marketing Estratégico en Internet

MÓDULO 7. DIRECCIÓN DE ARTE

UNIDAD DIDÁCTICA 1. EL DIRECTOR DE ARTE

1. El papel de un director de arte: crear, diseñar y dirigir
2. Cualidades y actitudes
3. La dirección de arte en cine, publicidad y TV
4. La agencia
5. El proyecto

UNIDAD DIDÁCTICA 2. COMUNICACIÓN Y CONTEXTO

1. Comunicación y contexto
2. Creatividad multidisciplinar
3. El director de arte como comunicador visual

UNIDAD DIDÁCTICA 3. EL EQUIPO CREATIVO

1. Trabajo en equipo: técnicas y orientaciones
2. El equipo artístico
3. La relación del director de arte con otros profesionales

UNIDAD DIDÁCTICA 4. COMPETENCIAS EN CREACIÓN DE UNA MARCA

1. La planificación estratégica
2. Valor de marca. Brand Equity
3. Marcas corporativas y marcas producto

UNIDAD DIDÁCTICA 5. CONOCIMIENTO EN ARTES GRÁFICAS

1. Elección de sistemas de impresión para cada proyecto
2. Litografía - Offset
3. Impresión digital
4. Hecograbado
5. Serigrafía
6. Tipografía
7. Flexografía

UNIDAD DIDÁCTICA 6. COMPETENCIAS EN DISEÑO EDITORIAL

1. Edición
2. Herramientas de trabajo del editor
3. Libro de estilo
4. Criterios para definir los estilos editoriales

UNIDAD DIDÁCTICA 7. ESTRATEGIAS DE PACKAGING

1. Morfología (posibilidades)
2. Genérico/personalizado
3. Naming/marca/imagen
4. Componentes visuales
5. Estética, innovación y tendencias
6. Herramientas de diseño: Apoyo CAD/CAM/CAE

UNIDAD DIDÁCTICA 8. INDUSTRIA AUDIOVISUAL

1. Cumplimiento de plazos y calidades
2. Elaboración de órdenes y partes diarios de trabajo
3. Citaciones de personal artístico y técnico
4. Control de logística de la producción

UNIDAD DIDÁCTICA 9. DIRECCIÓN DE DISEÑO WEB Y USABILIDAD

1. Tipografía
2. Tipografía para web
3. Color
4. Formas
5. Imágenes
6. Contenido audiovisual
7. Efectos

UNIDAD DIDÁCTICA 10. GESTIÓN Y PLANIFICACIÓN

1. Introducción a la gestión y planificación
2. Planteamiento de los objetivos
3. Como programar el tiempo
4. Las TIC a nuestro servicio
5. Delegación de las tareas

MÓDULO 8. FISCALIDAD EN EL ARTE

UNIDAD DIDÁCTICA 1. IMPUESTO SOBRE LA RENTA DE LAS PERSONAS FÍSICAS I

1. Introducción al IRPF
2. Elementos del Impuesto: ámbito subjetivo, aspectos temporales y hecho imponible
3. Rendimientos del Trabajo
4. Rendimientos de actividades económicas

UNIDAD DIDÁCTICA 2. IMPUESTO SOBRE LA RENTA DE LAS PERSONAS FÍSICAS II

1. Rendimientos de capital inmobiliario: rendimientos íntegros, gastos deducibles y rendimiento neto
2. Rendimientos de capital mobiliario (Artículo 25 LIRPF)
3. Ganancias y pérdidas patrimoniales
4. Regímenes especiales: imputación y atribución de rentas
5. Liquidación del impuesto
6. Gestión del impuesto
7. Ejercicio resuelto: Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas

UNIDAD DIDÁCTICA 3. EL IMPUESTO SOBRE SUCESIONES Y DONACIONES, NATURALEZA, OBJETO Y ÁMBITO DE APLICACIÓN

1. Normativa aplicable
2. Naturaleza y objeto
3. Ámbito territorial del impuesto sobre Sucesiones y Donaciones

UNIDAD DIDÁCTICA 4. SUCESIONES Y DONACIONES

1. Sucesiones
2. Donaciones

UNIDAD DIDÁCTICA 5. ESTRATEGIA DE INVERSIÓN EN ARTE

1. La planificación financiero-fiscal del patrimonio
2. Gestión del riesgo y diversificación
3. Agentes financieros y asesores patrimoniales
4. Productos financieros y empresas cotizadas relacionados con la inversión en bienes artísticos, de colección y del sector lujo

UNIDAD DIDÁCTICA 6. IMPOSICIÓN INDIRECTA. ITP Y AJD. IVA Y OPERACIONES INTERIORES

1. Impuesto sobre transmisiones patrimoniales y actos jurídicos documentados del arte

