

Tasas publicitarias

¿qué pasa a nivel nacional?

En los últimos años fue creciendo el interés por extender el ámbito de aplicación de los gravámenes aplicables a los letreros publicitarios a todo el ámbito nacional. ¿Cómo varían los conceptos y valores de acuerdo con diferentes variables?

Por Hernán Pacetti

Responsable de Administración
Tributaria de Elementos Publicitarios
AtlasGroup

Si bien –en el pasado– la contribución de las tasas aplicables a los carteles publicitarios era de bajo impacto en las empresas, en los últimos tiempos se observa un marcado interés por extender el ámbito de aplicación del gravamen por parte del estado, de forma tal de incidir sobre la actividad publicitaria en el ámbito nacional.

Estas tasas son de carácter municipal: los entes recaudadores son 2700 municipios y comunas de la República Argentina; y regulan las tasas a través de ordenanzas municipales, con un amplio espectro de variación de conceptos y valores según cada uno de ellos. La potestad de la tasa es otorgada por cada provincia a los municipios a través de la Ley Orgánica de Municipalidades, generando una herramienta recaudatoria significativa a las economías municipales.

La contribución tiene carácter de tasa ya que debiera brindar una contraprestación efectiva por parte del municipio, justificada bajo las tareas de controlador del parque publicitario, mediante la verificación del cumplimiento de normas técnicas y de seguridad, la no obstaculización del tránsito peatonal y vehicular, la afectación a la moral y las buenas costumbres, el contenido de publicidad engañosa, etc. No obstante, se observa una creciente tendencia restrictiva a la instalación de elementos, que los municipios argumentan en la preservación del paisaje urbano y la “contaminación” visual y lumínica.

Y, a su vez, es de carácter territorial: es aplicable en el ámbito de un determinado del municipio, y si bien en la mayoría de los casos su incidencia real e indirecta, ya que es independiente de la actividad

Anunciante

Si el anuncio es propio del establecimiento donde está instalado o referente a sus productos y/o servicios (letrero), o si publicita la marca comercial de un tercero (aviso).

Tipología

Su variación se dará en función de cuanto trasciendan los anuncios a la vía pública, encontrando distintos importes para carteles frontales, salientes o perpendiculares, marquesinas, en toldos, etc. Siendo más onerosos cuanto más invadan el espacio aéreo municipal.

Características

Contempla si son simples, iluminados, luminoso o animados. Los valores se incrementan según su grado de iluminación.

Ubicación

Suele haber diferentes zonificaciones o áreas dentro del tejido municipal con dispersión de valores en función a su exposición al tránsito vehicular y peatonal. Las zonas más caras son las más concurridas.



económica, capacidad contributiva y el patrimonio del contribuyente, existen excepciones. El hecho imponible se cuantifica en función a la superficie publicitaria, siendo su unidad de medida el metro cuadrado publicitario, que queda determinado por el polígono que contiene el anuncio (marca, producto, leyenda, insignia, distintivo, emblema) según cada ordenanza fiscal municipal.

Variables según cada ordenanza

Contemplando su ubicación, tipología, características y mensaje publicitario, se realiza una clasificación dentro del cuadro tarifario vigente dentro de la ordenanza Tributaria Mu-

nicipal que se sanciona para cada periodo fiscal.

Las diferentes variables que se contemplan en la mayoría de las ordenanzas son (ver gráfico). Es así como, teniendo como base las medidas del letrero y sus diferentes variables pre enunciadas, se calcula y genera la tasa a tributar en cada uno de los municipios. Los cobros también varían en sus periodicidades según los fiscos, pudiendo ser desde anuales hasta mensuales.

La instalación de los carteles oca-

siona la imposición del tributo, las altas se generan según un expediente técnico o una declaración jurada variando según el municipio. Aunque en algunos casos estos efectúan determinaciones de oficio basándose en relevamientos.

Ante el retiro de los carteles, el contribuyente deberá informarlo al municipio a través de una presentación de baja, caso contrario seguirán liquidando tasas de materiales inexistentes y en caso de no pago se generarán deudas.



Letreros Luminosos - Letras Corpóreas - Pantallas Led

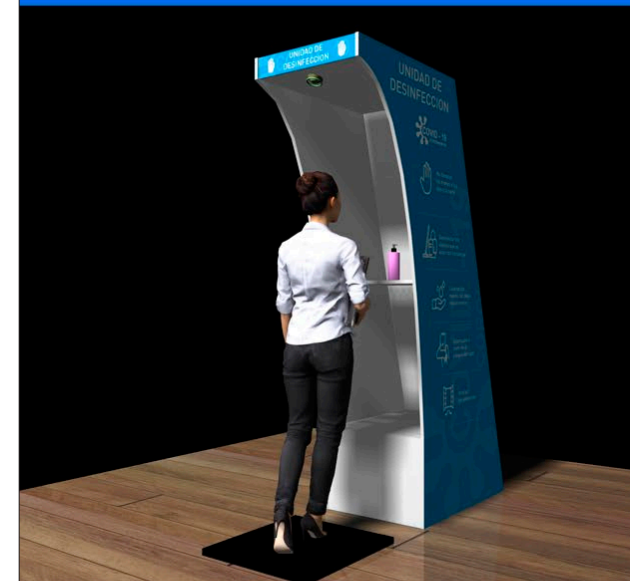
neocolor
carteles · led · visual

+54 11 4769.4342

neocolor.com.ar



TOTEM SANITIZANTE



GRAFICA PARA DISTANCIA



Contactanos
para cotizar

(011)4739-1668
(011)4769-8925
ventas@fepublicidad.com.ar

www.fepublicidad.com.ar
fepublicidadargentina