



Buenos Aires, 11 de marzo de 2015

Sr. Administrador
Administración Federal de Ingresos Públicos
Dr. Ricardo Echegaray
S / D

Ref.: Ley 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual
Deducción de gastos de Publicidad

De nuestra consideración:

La Cámara Argentina de Comercio tiene el agrado de dirigirse a Ud. en relación con las diversas inquietudes que se plantean a partir de la limitación en la deducción de los gastos vinculados con inversiones en publicidad, emanada del artículo 83 de la Ley N° 26.522, el cual textualmente establece:

"Toda inversión en publicidad a ser difundida mediante servicios de radiodifusión que no cumplieran con la condición de señal nacional, será exceptuada de los derechos de deducción previstos en el artículo 80 de la Ley de Impuesto a las Ganancias (t.o. 1997) y sus modificaciones."

Por su parte, el artículo 83 del Decreto 1225/2010 (B.O. 01/09/2010) dispone que *"cuando existan Tratados o Convenios Internacionales aplicables a la materia deberá estarse a lo dispuesto en cada uno de ellos para la determinación de la aplicabilidad del trato nacional."*

Acerca de este artículo en particular, cabe mencionar que en los considerandos del Decreto 1225/2010, se menciona:

"Que respecto al artículo 83, sin perjuicio de lo ya expuesto en materia de aplicación de tratados y convenios internacionales, considerandos a los que se remite por motivos de brevedad, es pertinente aclarar que la ley hace la distinción entre señal nacional y extranjera en base a su programación y no en base al origen del capital o la sede de la persona jurídica titular de los derechos de propiedad de la señal."

Que por ello quien solicite el trato nacional en el marco de convenios recíprocos de inversiones, deberá acreditar el cumplimiento de la condición de inversor, a fin de determinar en qué medida se encuentra amparado como tal por las disposiciones de tratados o convenios internacionales, conforme las condiciones de su suscripción." (El resaltado nos pertenece).

Cabe recordar que el artículo 4° de la ley comprende las definiciones de los términos que luego serán utilizados en su texto, y con relación al término "señal de origen nacional" refiere a: *" contenido empaquetado de programas producido con la finalidad de ser distribuidos para su difusión mediante vínculo físico, o radioeléctrico terrestre o satelitales abiertos o decodificados, que contiene en su programación un mínimo del sesenta por ciento (60%) de producción nacional por cada media jornada de programación".*

Por su parte, en dicho artículo 4° se define el concepto de "producción nacional" como *"programas o mensajes publicitarios producidos íntegramente en el territorio nacional o realizados bajo la forma de coproducción con capital extranjero, con participación de autores, artistas, actores, directores, periodistas, productores, investigadores y técnicos argentinos o residentes en la Argentina en un porcentaje no inferior al sesenta por ciento (60%) respecto del total de los participantes."*

Asimismo, se define el concepto de señal extranjera como *"contenido empaquetado de programas que posee menos del sesenta por ciento (60%) de producción nacional por cada media jornada de programación."*

De lo expuesto se concluye que existen dos posibles grupos de señales, a saber:

1. Las señales de origen extranjero.
2. Las señales de origen nacional.

En los considerandos del Decreto 1225/2010 se aclara que la ley hace la distinción entre señal nacional y extranjera en base a su programación y no respecto al origen del capital o la sede de la persona jurídica titular de los derechos de propiedad de la señal.

Asimismo, se hace referencia a la aplicabilidad de tratados o convenios internacionales respecto de quienes soliciten el trato nacional en el marco de Convenios Recíprocos de Inversiones. Al respecto, se señalan como límites a la aplicabilidad de los mismos, las mismas condiciones de reciprocidad y los sectores que las partes se hubieran expresamente reservado conforme los términos de los tratados y/o las limitaciones expresas contenidos en la legislación interna.



Como puede advertirse, a la hora de definir si la inversión en publicidad sería deducible en la determinación del impuesto a las ganancias, resultará necesario determinar si la señal cumple con los requisitos de programación que la harían acreedora del carácter "nacional", según los términos de la Ley 26.522 y/o los Tratados internacionales que resultan aplicables. A tal efecto, la Cámara Argentina de Comercio considera que la AFSCA debiera emitir un listado enumerando taxativamente las señales nacionales y no nacionales, tomando en cuenta el contenido de su programación, con el fin de brindar certeza a los inversores en publicidad, respecto de cómo proceder en torno a la limitación contenida en la ley del impuesto a las ganancias.

En relación con este tema, en la página de la AFSCA, www.afsca.gov.ar, se encuentra publicado el "Registro Público de Señales" el cual, según el propio Organismo, contiene datos preliminares sujetos a revisión. Adicionalmente, dicho registro indica el "país de origen" de la señal en función del origen del capital y no respecto del contenido de su programación.

Al respecto, teniendo en cuenta que varias de las empresas asociadas a nuestra Entidad operan con señales y productoras tanto del país como del exterior, siendo la inversión en publicidad muy significativa, nos permitimos solicitar que:

- a) Se emita un listado enumerando de manera clara y taxativa cuáles son las señales nacionales y las extranjeras que califican como señal nacional, de acuerdo con las pautas de la ley y/o de los Tratados o Convenios Internacionales que resulten aplicables, a los efectos de la limitación en la deducción en materia de impuesto a las ganancias dispuesta en el artículo 83 de la Ley 26.522.
- b) Se indique cuáles son los requisitos y condiciones para que una señal extranjera reciba el "trato nacional" por aplicación de los Tratados o Convenios Internacionales y, en particular, en el caso del Tratado entre la República Argentina y los Estados Unidos de América sobre Protección Recíproca de Inversiones, teniendo en cuenta que la mayoría de las señales que se difunden en nuestro territorio provienen de dicho país.




- c) Se establezca de manera clara y precisa cuándo se produce la entrada en vigencia de la Ley 26.522, respecto de las limitaciones a la deducción de la inversión en publicidad a los fines de la ley del impuesto a las ganancias, sujeto a la previa emisión del listado mencionado en el punto a) anterior.

Sin otro particular y a la espera de la respuesta a las cuestiones planteadas, saludamos a Ud. con nuestra consideración más distinguida.



Alberto O. Dragotto
SECRETARIO



Carlos R. de la Vega
PRESIDENTE

