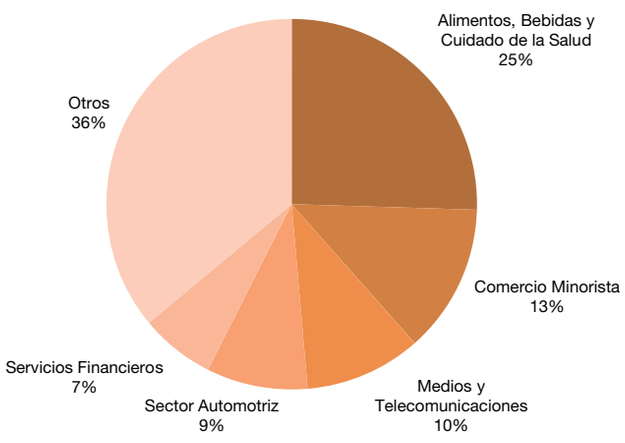
¿Existen limitaciones en la deducción de gastos de publicidad?

La ley de Servicios de Comunicación Audiovisual estableció ciertas limitaciones para la deducción en el Impuesto a las Ganancias de los gastos vinculados con las inversiones efectuadas en publicidad.

Según un estudio realizado por Market Line la participación de cada industria en el mercado de la publicidad , para el año 2013 es la siguiente:

Distribución de la publicidad por industria



Fuente: EMIS (http://www.securities.com/emis/). Informe preparado por MarketLine (http://www.marketline.com/)

La inversión en publicidad, sobre todo para las industrias detalladas anteriormente, puede llegar a representar un concepto significativo dentro de la ecuación de costos de la empresa.

El impacto en los costos podría ser aún mayor, si, finalmente, la publicidad resultara no ser deducible como gasto en la declaración jurada del impuesto a las ganancias.

La *Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual* regula los servicios de comunicación audiovisual en el territorio nacional, estando comprendidas en esa ley todas las emisiones que tengan su origen en nuestro país, así como las generadas en el exterior cuando sean retransmitidas o distribuidas en él.

Esta ley dispuso que, toda inversión en publicidad a ser difundida mediante servicios de radiodifusión que no cumplieran con la condición de señal nacional, no podrá ser deducida a los fines de la liquidación del impuesto a las ganancias.

Siendo así, la limitación a la deducibilidad de la inversión en publicidad se aplica únicamente cuando su difusión fuera a través de "señales no nacionales", aclarando además la propia ley que los avisos publicitarios deberán ser de producción nacional cuando fueran emitidos por los servicios de radiodifusión abierta o en las señales nacionales.

La ley contiene una serie de definiciones de los diversos términos propios de las actividades de comunicación audiovisual y las condiciones del concepto de "señal nacional" y "producción nacional"; sin embargo, las definiciones no resultarán suficientes para tu empresa ya que para clasificarlas es necesario conocer el contenido porcentual de componentes nacionales o extranjeros que pudiera contener la señal.

A estos fines, la Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual (AFSCA), llevará un "Registro Público de Señales y Productoras", de carácter público, donde se incorporarán las productoras de contenidos y empresas generadoras y/o comercializadoras de señales.

Dicho organismo también llevará un "Registro de Agencias de Publicidad y Productoras Publicitarias", donde deben inscribirse obligatoriamente las agencias y las empresas que intermedien en la comercialización de tales servicios.

Adicionalmente, el AFSCA autorizará la exhibición de avisos publicitarios extranjeros, una vez acreditada la condición de reciprocidad, hasta completar el total de publicidades nacionales declaradas

A mediados del 2014 el AFSCA reglamentó:

- las condiciones para que un mensaje publicitario sea considerado de "producción nacional";
- los requisitos para la difusión de un aviso de producción extranjera bajo condiciones de reciprocidad;
- la obligatoriedad de inscripción en el Registro de Publicidad Audiovisual para Televisión y
- la posible aplicación de sanciones por su falta de inscripción.

De la información contenida en este Registro surgirá la condición de nacional o no de la publicidad, siendo un análisis que pudiera no ser sencillo realizar y que podría terminar por limitar la posibilidad de deducir un gasto o inversión realizada por tu empresa.

Te podemos ayudar... con un análisis de la situación puntual en tu empresa, a fin de evaluar los posibles cursos de acción a seguir, con el fin de minimizar el posible impacto vinculado con la limitación de la deducción en publicidad en la determinación del impuesto a las ganancias.

Contactos:
Jorge San Martín | jorge.a.san.martin@ar.pwc.com |(5411) 4850-6722
María Elena Becerra | maria.elena.becerra@ar.pwc.com | (5411) 4850-6718
Ricardo Scalzotto| ricardo.o.scalzotto@ar.pwc.com | (5411) 4850-6728

pwc

© 2015 En Argentina, las firmas miembro de la red global de PricewaterhouseCoopers International Limited son las sociedades Price Waterhouse & Co. S.R.L., Price Waterhouse & Co. Asesores de Empresas S.R.L. y PwC Legal S.R.L., que en forma separada o conjunta son identificadas como PwC Argentina.