



# CAMARA ARGENTINA DE EMPRESAS DE PUBLICIDAD EN VIA PUBLICA

Ciudad de Buenos Aires, 5 de octubre de 2016.

**PRESIDENTE DEL  
HONORABLE CONSEJO DELIBERANTE  
DE SAN ISIDRO**  
Dr. Carlos Castellano  
S/D

De nuestra mayor consideración:

La Cámara de Empresas de Publicidad en Vía Pública, en adelante "LA CAMARA" tiene el agrado de dirigirse a usted con el objeto de impulsar vuestra intervención a través de una interpretación ajustada al principio de realidad económica y razonabilidad conforme - a través de la Ley Tarifaria 2017 - respecto de la imposibilidad del pago de un aumento correspondiente a la Contribución por Publicidad y Propaganda. Esto, por las razones de público conocimiento que a continuación se detalla:

Las empresas que conforman "LA CAMARA" se presentaron ante nuestra institución para hacernos llegar su preocupación respecto de la situación económica actual y de cara al 2017.

La actividad publicitaria se encuentra integrada por los anunciantes, las agencias de publicidad y los medios publicitarios. Históricamente los índices de aumento de la pauta publicitaria anual no acompañaron los índices inflacionarios, más bien todo lo contrario, es la publicidad el primer recorte que las empresas anunciantes realizan ante períodos de estancamiento o enfriamiento de la economía. La actividad es muy elástica a los vaivenes de la economía y cuando esta se contrae las empresas del sector vemos afectada nuestra actividad gravemente.

Así, año tras año los costos aumentan al ritmo de vida (salarios, materiales, insumos, tasas) y los ingresos de las empresas al ritmo propio de la actividad dado por la oferta, la demanda y la disponibilidad de los medios.

Al día de la fecha, las empresas de publicidad han absorbido esta contingencia propia del riesgo empresario pero la situación que actualmente transita la actividad la lleva a pedir la intervención de esta Cámara para solicitar en los Municipios la no aplicación de aumento al tributo correspondiente a Publicidad y Propaganda de cara al año 2017.

También con recorrer las principales Avenidas en donde exista actividad publicitaria podrá notar de manera incontestable y recurrente la existencia de elementos publicitarios en situación de disponibilidad (ausencia de anunciante en un elemento publicitario determinado).



## CAMARA ARGENTINA DE EMPRESAS DE PUBLICIDAD EN VIA PUBLICA

La disponibilidad en los elementos publicitarios se traduce lógicamente en una ausencia de facturación.

Nos parece atinado solicitar el tratamiento de una exención de tasa publicitaria para los elementos que se encuentran en situación de disponibilidad. Esta posibilidad redundará sin lugar a dudas en una optimización en la recaudación municipal y será solo aplicable a las empresas que tengan su situación regularizada con el municipio.

Simultáneamente solicitamos la bonificación de un 50% en las tasas por publicidad para las campañas que tengan como anunciante a empresas pequeñas y medianas con sede en el municipio. Esto tiene como objetivo que las empresas de publicidad en vía pública puedan generar tarifas bonificadas para las empresas locales.

Ambos incentivos fiscales serían aplicables a aquellas empresas que puedan verificar la existencia de tarifas bonificadas para Pymes del municipio. Tenemos certeza que ambas solicitudes, tanto la de disponibles no pagan y la reducción de un 50% para los anunciantes locales redundarán en una mayor actividad económica dentro del municipio.

Por lo expuesto solicitamos tenga a bien contemplar los pedidos que en estas líneas se expresan.

Sin otro particular lo saluda cordialmente,

  
Guillermo De Lella  
Presidente