

# CONCEPTO ACERCA DE RETENCIÓN EN LA FUENTE EN LA PUBLICIDAD

Antes de abordar este tema es importante tener en claro lo siguiente:

## **Definición del término publicidad**

El Decreto 433 de Marzo 10 de 1999 en su artículo 25 define la publicidad para efecto del impuesto a las ventas como: *“se consideran servicio de publicidad todas las actividades tendientes a crear, diseñar, elaborar, interpretar, publicar o divulgar anuncios, avisos, cuñas o comerciales, con fines de divulgación al público en general, a través de los diferentes medios de comunicación, tales como radio, prensa, revistas, televisión, cine, vallas, pancartas, impresos, insertos, así como la venta o alquiler de espacios para mensajes publicitarios en cualquier medio, incluidos los edictos, avisos clasificados y funerarios.*

*Igualmente, se consideran servicios de publicidad los prestados en forma independiente o por las agencias de publicidad, referidos a todas aquellas actividades para que la misma se concrete, tales como:*

- *Creación de mensajes, campañas y piezas publicitarias*
- *Estudio del producto o servicio que se vende al cliente*
- *Análisis de la publicidad*
- *Diseño, elaboración y producción de mensajes y campañas publicitarias*
- *Servicios de actuación, periodísticos, locución, dirección de programas y libretistas, para la materialización del mensaje, campaña o pieza publicitaria,*
- *Análisis y asesoría en la elaboración de estrategias de mercadeo publicitario Elaboración de planes de medios Ordenación y pauta en los medios.”*

## **Exclusión de retención en la fuente**

De conformidad con el artículo 4 del decreto 2775 de 1983 y el artículo 8 del Decreto 1512 de 1985 el alquiler del espacio correspondiente a los servicios de radio, prensa y televisión no se encuentra sujeto de practicar retención en la fuente por este concepto; Dicha exención de retención en la fuente no aplica para los servicios de publicidad que se realizan a través de estos medios. (Concepto 48456 Dian Junio 11 de 2001)

### **Tarifa de retención por publicidad, por honorarios o servicios.**

La publicidad se considera, por las normas tributarias, como un servicio calificado en el cual el factor intelectual predomina, por lo tanto la tarifa aplicable corresponde al 10% o al 11%, la que corresponda.

En este orden de ideas, plantearemos varios casos en los cuales se muestran diferentes situaciones con su correspondiente retención en la fuente correspondiente.

- **Factura realizada por un medio de comunicación como una emisora radial, un periódico o una cadena de televisión.** En este caso no se práctica retención en la fuente debido que el espacio correspondiente a medios de comunicación como la radio, prensa y televisión por las transmisiones que realizan no da lugar aplicarse retención en la fuente a título de renta y complementarios, Si embargo se podría practicar retención en la fuente a título de IVA, a menos que el sujeto del pago sea gran contribuyente.
- **Factura o cuenta de cobro realizada por un periodista o por un tercero por concepto de publicidad en un medio de comunicaciones (radio, televisión y prensa).** En este caso de acuerdo con el concepto 007920 de Febrero 2 de 2007, la Dian conceptuó que en este caso se debe practicar una retención en la fuente del 10% u 11% la que corresponda, a título de honorarios, debido que el servicio de publicidad si se encuentra sometido a retención en la fuente, no así el espacio de la transmisión por radio, prensa y televisión la cual advierte un beneficio exclusivo para este tipo de empresas y no puede extenderse a otras personas o casos similares.
- **Factura o cuenta de cobro en trabajos de impresión, donde el diseño creativo lo realiza el contratante y el contratista aporta las materias primas necesarias para realizar la impresión.** De conformidad con el concepto 011792 de febrero 9 de 2006 la Dian determino que estos casos procede la retención en la fuente por otros conceptos tributarios, debido que no se puede determinar el porcentaje que predomina debido que en el servicio se encuentran inmersas materias primas como son la tinta, el papel, tela, etc. y además el trabajo intelectual o creativo es realizado por el contratante.

- **Factura o cuenta de cobro de impresión en material publicitario como pancartas, pasacalles, avisos y en general cualquier medio que conlleve divulgar anuncios cuyo destinatario final sea el público.** En este caso se considera que la tarifa de retención en la fuente aplicable es la de honorarios (tarifa 10% o 11%) debido que se trata de un servicio especializado y cualificado.
- **Factura o cuenta de cobro de una agencia de publicidad o encargado del diseño creativo.** En este caso nos encontramos frente a un honorario, debido que predomina el factor intelectual en la ejecución de la obra.
- **Factura por publicidad mediante paginas Web.** El concepto DIAN 042388 de 2002 expresa que la publicación mediante o por medio de paginas Web se considera como un servicio de publicidad el cual debe practicarse retención en la fuente a una tarifa del 10% o 11% correspondiente a honorarios debido que se trata de un servicio de carácter técnico que requiere conocimientos especializados.

**Leonardo Varón García**  
**DH & V Asesores Ltda.**