



Boletín Oficial

DE LA PROVINCIA DE BURGOS

SE PUBLICA TODOS LOS DÍAS EXCEPTO LOS DOMINGOS Y FESTIVOS

FRANQUEO
CONCERTADO

Suscripciones. — Capital:
Año, 90 pesetas. Fuera de
la Capital: 100 pesetas.

Administración: Imprenta Provincial
Ejemplar: 1 peseta. Atrasado, 2.

Inserciones no gratuitas,
2,50 pesetas línea. Pagos por
adelantado.

Año 1951

Jueves 27 de diciembre

Número 293

Jefatura del Estado

LEY

La publicidad, manifestación de la potencialidad económica del anunciante, ha sido tradicionalmente objeto de gravamen dentro del ámbito de la Ley del Timbre, como un ingreso exclusivo de la Hacienda Pública. Sin embargo, desde que apareció con tal caracterización en el proyecto de ley de veinticuatro de octubre de mil ochocientos ochenta y uno, ha arrastrado una vida lánguida, de pobres resultados, pues entre otras causas, sus tipos no han experimentado variación desde mil novecientos treinta y dos, en tanto que se ha desarrollado en extensión e intensidad como ingreso de las Haciendas locales, lo que exigirá, en un futuro próximo, una regulación que evite crecimientos irrazonables en estas esferas impositivas.

Es indudable que dos han sido las principales causas de esa situación del «timbre de anuncio». Una de ellas, el alcance y nuevas modalidades de la moderna publicidad, que ha superado definitivamente aquella concepción de primeros de siglo, que la sintetizaba con las simples expresiones de anuncios o de propaganda; y, por otra parte, la complejidad de las escalas e hipótesis, casuísticamente previstas en la Ley del Timbre, con bases distintas y dispares, que han hecho árduo su encuadramiento y difícil su aplicación, máxime cuando se mezclan

preceptos sustantivos y reglamentarios, inexplicablemente confundidos en un texto que formalmente debiera ser sólo sustantivo, pero cuya razón de ser se encuentra en la imposibilidad práctica de aplicar los preceptos reglamentarios iniciales por haber sido desbordados por la realidad legal o económica que trataban.

Con independencia de los dos artículos, el doscientos y el doscientos uno, que la vigente Ley del Timbre dedica a los anuncios, existe en la misma otro precepto contiguo, el artículo ciento noventa y nueve, cuya identidad de fundamento impositivo es indudable y que, a mayor abundamiento, ha quedado sustancialmente modificado al dejar fuera de su alcance los objetos que, gravados por él, son a su vez materia imponible de la Contribución de Usos y Consumos, y que hace aconsejable el que, manteniendo tal exención, el precepto sea objeto de un encuadramiento sistemático que haga desaparecer los preceptos reglamentarios caducos e inoperantes, llevando el impuesto por los derroteros característicos que antaño tuvo, ya que en la Ley de primero de enero de mil novecientos seis ya existía el timbre sobre productos marcados.

Queda hecha así, en los párrafos antecedentes, no sólo la justificación de la reforma: simplicidad de las bases y sistematización de conceptos, sino también los derroteros de la misma: elevación razonable de tipos,

teniendo en cuenta la presión fiscal que suponen los derechos y tasas municipales que sobre la publicidad recaen; nueva redacción legal, dejando exclusivamente en la Ley los preceptos sustantivos, autorizando, para en su día, la adecuación de los actuales preceptos de rango reglamentario y extendiendo las posibilidades impositivas del timbre de publicidad a los nuevos medios y procedimientos de ésta, que con dificultad podían ser tratados por los artículos de la vigente Ley del Timbre que hoy se reforma.

Son, además, características de la reforma, la reducción de la sanción en los casos de pago a metálico o de publicidad en radio o Prensa, ya que su tratamiento penal se incluye en la regla general del artículo doscientos veinte, en que la sanción se fija teniendo en cuenta la importancia del reintegro omitido. Se mantiene, sin embargo, la penalidad del artículo doscientos veintiuno, en los casos de publicidad mediante carteles, así como cuando el timbre de publicidad en productos marcados no se satisfaga a metálico, pues lo efímero y difuso de estos medios o procedimientos de publicidad dificulta una comprobación convincente. Por último, se autorizan los pagos a metálico cuando los contribuyentes a quienes se concede ofrecen las debidas garantías de permanencia y solvencia, ya que, de no ser así, la exigüidad de las cuotas y el gran número de contribuyentes a

que puede afectar, obligan necesariamente a recaudar este impuesto mediante el timbre o sello del Estado, única forma de hacer económico y visible el pago de la deuda tributaria debida en los impuestos indirectos de alícuotas reducidas.

En su virtud, y de conformidad con la propuesta elaborada por las Cortes Españolas,

DISPONGO:

Artículo primero.—Los artículos ciento noventa y nueve al doscientos uno, ambos inclusive, y el doscientos veintidós de la Ley del Timbre, de dieciocho de abril de mil novecientos treinta y dos, quedarán redactados en la siguiente forma:

«Artículo ciento noventa y nueve. El Timbre de publicidad se exigirá teniendo en cuenta las siguientes reglas:

Primera. El hecho imponible gravado estará constituido por cuantos medios de publicidad se utilicen o puedan utilizarse para dar a conocer artículos, productos o actividades de carácter industrial, comercial o profesional y, en general, por los carteles, catálogos, listines, muestras gratuitas, objetos de reclamo, prospectos, envolturas, cubiertas, impresos, etc.

El concepto impositivo así determinado se gravará a través de uno de los dos conceptos siguientes:

A) Productos marcados.—Se considerarán como tales los productos y artículos naturales o industriales de procedencia nacional o extranjera, que se caractericen por medio de marcas, etiquetas, inscripciones o cualquier signo distintivo, interno o externo, que tienda a diferenciarlos de sus similares, aunque no estén inscritos en el Registro de la Propiedad Industrial.

B) Demás medios de publicidad.—En este concepto se incluyen todos aquellos medios de publicidad no comprendidos en el apartado anterior.

Segunda. Se declaran en el Timbre de publicidad las siguientes exenciones:

A) En productos marcados (Concepto primero):

1. Artículos o productos manufacturados que estén directamente gravados por los distintos Libros de la Contribución de Usos y Consumos vigentes.

2. Artículos o productos cuya propaganda mediante la marca se efectúe exclusivamente por estampación, troquelado o impresión directa sobre los mismos.

3. Artículos o productos que se exportan al extranjero o a Alava y Navarra, mientras subsistan ciertos económicos, cumpliéndose los requisitos económicos establecidos, a excepción de las especialidades farmacéuticas enviadas a dichas provincias, que devengarán siempre el cincuenta por ciento de los tipos fijados en la escala.

4. Artículos o productos marcados que no se vendan en el mercado y se reparten gratuitamente.

B) En los demás medios de publicidad (Concepto segundo).

a) Escaparates situados en los establecimientos mercantiles en los que, sin compensación económica alguna por el fabricante del artículo, se expongan gratuitamente los que se vendan en dichos establecimientos.

b) Nombre o rótulos comerciales o profesionales que no tengan finalidad publicitaria, de acuerdo con lo dispuesto en el Reglamento.

c) La razón social o nombre comercial del propietario de los vagones ferroviarios.

d) Anuncios colocados en el interior del establecimiento o en sus escaparates y que se refieran a artículos o productos que se vendan en el mismo.

e) Almanagues y otros objetos de reclamo que, con carácter de obsequio, reparten tradicionalmente los comerciantes e industriales, con su anuncio o el de sus productos, entre su clientela.

f) Propaganda del culto católico.

g) Carteles de Empresas de ser-

vicios públicos colocados en sus locales y relativos a tal servicio.

h) Propaganda electoral, política y sindical.

i) Propaganda realizada por los Organismos de la Administración.

j) Catálogos de publicaciones de carácter científico y cultural.

k) Propaganda de la Dirección General de Turismo, Exposiciones oficiales, Cruz Roja, Lucha Antituberculosa y otros similes, previa declaración al respecto.

Tercera. Se considerará como contribuyente, a efectos de la exigencia del reintegro correspondiente, al beneficiario de la publicidad. En el concepto de productos marcados, serán directamente responsables los fabricantes o comerciantes que los marca, así como los almacenistas o comerciantes al por mayor o menor que los adquieran o tengan en su poder sin haber sido satisfecho el impuesto correspondiente. En los demás medios de publicidad se establece la responsabilidad fiscal solidaria de la persona o Empresa publicitaria, ejecutoria material de la publicidad, y del dueño del inmueble o empresario del local donde ésta se realice, siempre que, en este caso, no haya sido efectuada con abuso de derecho».

«Artículo doscientos.—La base en timbre de publicidad estará constituida por el concepto de productos marcados por el precio que para la unidad de producto se deduzca de la factura de venta expedida por quien marque los mismos, con adición del importe de los descuentos de toda clase que se efectúen. Si oficialmente el producto marcado tuviese señalado un precio de venta al público, el timbre recaerá sobre este precio.

En el caso de envase forzoso o a devolver al fabricante o comerciante por el consumidor, solamente se tendrá en cuenta para la fijación del impuesto el valor del contenido.

En el segundo concepto—demás medios de publicidad—la base general de tributación será el precio

de la publicidad, entendiéndose por éste el valor o coste de los diversos elementos materiales, servicios personales, alquileres, etc., utilizados por el anunciante para su realización. Este precio de publicidad en periódicos y radio será, por lo menos, igual al precio de tarifa, debiendo aplicarse la escala número tres por inserción o emisión diaria, y en todos los otros casos, por cada manifestación publicitaria que durante su realización no presente solución de continuidad en tiempo, espacio y texto, o representación gráfica. Si la duración excediese de tres meses, la escala número tres se aplicará por trimestres naturales.

Las excepciones a esta regla general de determinación de la base se reducen a los medios de publicidad que se tipifican al fijar la aplicación de las escalas números cuatro al nueve, ambos inclusive, y recargos.

El pago del timbre de publicidad se efectuará mediante efectos timbrados, excepto en los casos en que reglamentariamente se establezca el pago a metálico».

«Artículo doscientos uno.—Las escalas del timbre de publicidad serán las siguientes:

I. CONCEPTO PRIMERO.— PRODUCTOS MARCADOS

Artículos de primera necesidad y especialidades farmacéuticas

(Escala número 1)

	Timbre especial móvil de
Desde 3,01 ptas. a 5	0,20
De 5,01 » a 10	0,40
De 10,01 » a 25	0,60
De 25,01 » a 50	0,80
De 50,01 » a 100	1,00
De más de 100 pesetas	1,50

Restantes productos marcados

(Escala número 2)

	Timbre especial móvil de
Desde 3,01 ptas. a 5	0,20
De 5,01 » a 10	0,60
De 10,01 » a 25	1,00

De 25,01 » a 50	2,00
De 50,01 » a 100	3,00

De cien pesetas en adelante se pondrán timbres especiales móviles, a razón de uno de sesenta céntimos por cada diez pesetas o fracción.

Estas dos escalas tendrán las siguientes bonificaciones y recargos:

A) Bonificaciones:

Diez por ciento en los casos de pago a metálico.

Veinte por ciento en los casos de pago a metálico de sueros, vacunas y antibióticos.

B) Recargos:

Cincuenta por ciento en las especialidades farmacéuticas procedentes del extranjero.

II. CONCEPTO SEGUNDO.— DEMÁS MEDIOS DE PUBLICIDAD Y PROPAGANDA

Escala general (Prensa, Radio, impresos, etc.)

(Escala número 3)

	Timbre especial móvil de
Hasta 10,00 pesetas. . . .	0,25
De 10,01 ptas. a 50	0,50
De 50,01 ptas. a 200	1,50
De 200,01 ptas. a 300	2,00
De 300,01 ptas. a 500	4,50
De 500,01 ptas. a 1.000	7,50
De 1.000,01 ptas. a 2.500	15,00
De 2.500,01 ptas. a 5.000	37,50
De 5.000,01 ptas. a 10.000	75,00
De 10.000,01 ptas. a 25.000	150,00

De veinticinco mil en adelante, a razón de un timbre móvil de una peseta y cincuenta céntimos por cada cien pesetas o fracción.

A efectos del impuesto del Timbre, no será preceptiva la celebración de contratos escritos de publicidad, salvo que así lo dispusiere el Ministerio de Hacienda.

ESCALAS ESPECIALES

1.^a—Rótulos y carteles

I.—PUBLICIDAD EXTERIOR

A) Rótulos fijos o móviles por medio de pinturas, azulejos, cristal, hierro, hojalata litografiada y demás medios de larga duración

(Escala número 4)

En poblaciones hasta veinte mil habitantes, inclusive, timbre móvil

de cuatro pesetas y cincuenta céntimos.

En poblaciones hasta de cien mil habitantes, inclusive, timbre móvil de nueve pesetas.

En poblaciones de más de cien mil habitantes y capitales de provincia, timbre móvil de trece pesetas y cincuenta céntimos.

Madrid y Barcelona, timbre móvil de dieciocho pesetas.

Tributarán igualmente por esta escala los anuncios en pantallas (positivas, proyecciones fijas, avances, traylers, etc.) El primer grado de esta escala será aplicable a los anuncios indicados en este apartado cuando estén colocados fuera del casco de la población del término municipal en que se realice la publicidad. A los rótulos y letreros luminosos, iluminados, fosforescentes, transparentes, se aplicará también esta escala número cuatro, con un recargo de un timbre móvil de cuatro pesetas y cincuenta céntimos o de una peseta y cincuenta céntimos, según estén colocados, respectivamente, dentro o fuera del casco de la población.

B) Carteles litografiados o impresos por cualquier procedimiento gráfico y demás artes de impresión o reproducción, bien sea sobre papel, cartulina o cartón, satisfarán por timbre de publicidad, con independencia de que estén o no dentro del casco de población

(Escala número 5)

En poblaciones hasta veinte mil habitantes, timbre especial móvil de quince céntimos.

En poblaciones hasta cien mil habitantes, timbre especial móvil de treinta céntimos.

En poblaciones de más de cien mil habitantes y capitales de provincia, timbre especial móvil de cuarenta y cinco céntimos.

En Madrid y Barcelona, timbre especial móvil de sesenta céntimos.

II. — PUBLICIDAD INTERIOR

A) Rótulos fijos o móviles, por medio de pintura, azulejos, cristal, hierro, hojalata litografiada y demás medios de larga duración

a) Dentro del casco de población.—Será de aplicación la escala siguiente:

(Escala número 6)

En poblaciones hasta de veinte mil habitantes, timbre móvil de una peseta y cincuenta céntimos.

En poblaciones hasta cien mil habitantes, timbre móvil de tres pesetas.

En poblaciones de más de cien mil habitantes y capitales de provincia, timbre móvil de cuatro pesetas y cincuenta céntimos.

En Madrid y Barcelona, timbre móvil de siete pesetas y cincuenta céntimos.

b) Fuera del casco de población.—Satisfarán el timbre de publicidad con arreglo a esta escala:

(Escala número 7)

En poblaciones hasta veinte mil habitantes, timbre móvil de cincuenta céntimos.

En poblaciones hasta cien mil habitantes, timbre móvil de una peseta y cincuenta céntimos.

En poblaciones de cien mil habitantes en adelante, timbre móvil de tres pesetas.

En Madrid y Barcelona, timbre móvil de cuatro pesetas y cincuenta céntimos.

Si se tratase de rótulos o letreros luminosos iluminados, fosforescentes, transparentes, etc., las dos escalas inmediatamente anteriores tendrán un recargo, respectivamente, de una peseta y cincuenta céntimos o cincuenta céntimos, según que tales rótulos o letreros estén colocados dentro o fuera del casco de población.

B) Carteles litografiados o impresos por cualquier procedimiento gráfico y demás artes de impresión o reproducción, bien sea sobre papel, cartulina o cartón satisfarán por timbre de publicidad, con independencia de que estén o no dentro del casco de población:

(Escala número 8.)

En poblaciones hasta veinte mil

habitantes, inclusive timbre especial móvil de cinco céntimos.

En poblaciones hasta cien mil habitantes, inclusive, timbre especial móvil de diez céntimos.

En poblaciones de más de cien mil habitantes y capitales de provincia, timbre especial móvil de quince céntimos.

En Madrid y Barcelona, timbre especial móvil de veinte céntimos.

III.—APLICACION DE LA ESCALA GENERAL Y PRIMERA ESPECIAL DEL CONCEPTO SEGUNDO

Las escalas números cuatro, seis y siete y sus recargos, se aplicarán por trimestre natural y metro cuadrado o fracción. Las escalas números cinco y ocho, por cada diez decímetros o fracción.

Segunda.—Muestras gratuitas (escala número nueve).

Se reintegrarán con timbre especial móvil de treinta céntimos por cada unidad que se regale. Si el producto marcado de venta le correspondiese timbre de menor cuantía, se fijará en las muestras gratuitas un timbre igual al de tal producto».

«Artículo doscientos veintidós.—Serán responsables siempre del reintegro y multa los que suscriban o tengan interés en la existencia del documento en que haya omisión del timbre fijado por esta Ley o deficiencia en el aplicado, sin perjuicio del derecho que pueda asistirle para reclamar, en su caso, lo satisfecho por reintegro a los que se considere sus deudores».

Artículo segundo.—Se autoriza al Ministro de Hacienda para dictar las disposiciones reglamentarias que sean necesarias para el cumplimiento de esta Ley.

Artículo tercero.—Los tipos y escalas establecidos por esta Ley se aplicarán a partir de primero de enero de mil novecientos cincuenta y dos y asimismo a las declaraciones presentadas fuera de plazo, cualquiera que sea la fecha de presentación.

Artículo cuarto.—Las escalas fijadas en los artículos que se redactan no estarán afectadas por el aumento

del cinco por ciento establecido en la Ley de veintitrés de diciembre de mil novecientos cuarenta y ocho.

Dado en el Palacio del Pardo a diecisiete de julio de mil novecientos cincuenta y uno.—FRANCISCO FRANCO.

Anuncios Oficiales

Alcaldía de Oquillas.

Aprobado por la Corporación de mi presidencia el presupuesto municipal ordinario para el próximo ejercicio de 1952, se encuentra expuesto al público en la Secretaría por espacio de quince días hábiles, a fin de que puedan interponerse en su contra por los interesados a que se alude en el artículo 656 de la Ley de Régimen Local y causas enumeradas en el 657, las reclamaciones que juzguen oportunas, las que dirijan al Ilustrísimo Sr. Delegado de Hacienda, por conducto de esta Corporación.

Oquillas, 20 de diciembre de 1951.—El Alcalde, Amalio Picón.

Alcaldía de Gamonal

Aprobado por la Corporación de mi presidencia el presupuesto municipal ordinario para el ejercicio de 1952, se encuentra expuesto al público en la Secretaría, por espacio de quince días hábiles, a fin de que contra el mismo puedan interponerse las reclamaciones que crean justas en relación con las normas del artículo 656 y 657 de la Ley de Régimen Local vigente, que por conducto de esta Corporación serán dirigidas al Ilmo. Sr. Delegado de Hacienda.

Gamonal, 19 de diciembre de 1951.—El Alcalde, Germán Sáiz.

Anuncios Particulares

F. URRACA
OCULISTA

DE LAS CLÍNICAS DE BARRANTES

CRUZ ROJA

MÉDICA BURGALESA

Y HOSPITAL PROVINCIAL

LAÍN CALVO, 18—TELÉFONO, 1311