

Resolución General 3729/2015. AFIP. Publicidad en la vía pública. Régimen de información e identificación fiscal



Se implementa un sistema de identificación fiscal de espacios físicos afectados a la "publicidad en la vía pública" y un régimen de información de "contratos de publicidad" Espacios Físicos alcanzados y Sujetos obligados. Obtención del "Código de Identificación Fiscal de Soportes Publicitarios" (CISOP). Contratos y Sujetos comprendidos. Alta. Sanciones. Consulta ON LINE de soportes publicitarios afectados a contrato

Aplicabilidad:

Identificación fiscal soporte publicitario en la vía pública: 30/04/2015 (anteriores) y dentro de los 10 días corridos a su afectación (desde 21/04/2015)

Contratos y/o acuerdos de publicidad o promoción: 30/04/2015 (anteriores) y dentro de los 10 días corridos a su afectación (desde 21/04/2015)

Vigencia: 26/01/2015

ADMINISTRACIÓN FEDERAL DE INGRESOS PÚBLICOS

Resolución General 3729

Procedimiento. Publicidad en la vía pública. Régimen de información e identificación fiscal de espacios de publicidad. Régimen de información de contratos de publicidad. Su implementación.

Bs. As., 23/1/2015 (BO. 26/01/2015)

VISTO que los regímenes de registración e información dispuestos por este Organismo

coadyuvan a las tareas de control y fiscalización que le son propias, y

CONSIDERANDO:

Que siendo objetivo de esta Administración Federal evitar maniobras de evasión y elusión, así como lograr una mayor transparencia en las operaciones económicas, resulta oportuno establecer un sistema de control fiscal respecto de la actividad publicitaria en la vía pública.

Que en tal sentido, se estima conveniente prever un régimen de información e identificación de dicha actividad y un régimen de registración de los contratos de publicidad involucrados.

Que han tomado la intervención que les compete la Dirección de Legislación, las Subdirecciones Generales de Asuntos Jurídicos, de Fiscalización, de Recaudación y de Sistemas y Telecomunicaciones, y la Dirección General Impositiva.

Que la presente se dicta en ejercicio de las facultades conferidas por el Artículo 7° del Decreto N° 618 del 10 de julio de 1997, sus modificatorios y sus complementarios.

Por ello,

EL ADMINISTRADOR FEDERAL DE LA ADMINISTRACIÓN FEDERAL DE INGRESOS PÚBLICOS RESUELVE:

Artículo 1° — Impleméntase un sistema de identificación fiscal de espacios físicos afectados a la “publicidad en la vía pública” (1.1.), en adelante “soporte publicitario” y un régimen de información de contratos de publicidad, a cuyos efectos deberán observarse las disposiciones de la presente.

TÍTULO I

SISTEMA DE IDENTIFICACIÓN FISCAL DE SOPORTES PUBLICITARIOS EN LA VÍA PÚBLICA

A - ESPACIOS FÍSICOS ALCANZADOS

Art. 2° — Establécese un régimen de información e identificación fiscal de espacios físicos afectados a fines publicitarios de tipo estático (2.1.) en la vía pública, de cualquier naturaleza —vgr. estructuras, medianeras, pantallas, carteles publicitarios, etc.— cuya superficie de exhibición resulte igual o superior a TREINTA METROS CUADRADOS (30 m²).

B - EXCEPCIONES

Art. 3° — Quedan exceptuados del régimen de información e identificación fiscal previsto en el Artículo 2°:

- a) Los espacios físicos afectados a la publicidad desarrollada en el interior o exterior de locales habilitados como establecimientos comerciales, industriales y/o de prestación de servicios cuando los avisos o anuncios publicitarios se refieran exclusivamente a su propia marca comercial.
- b) Los espacios afectados a fines publicitarios de tipo móvil (3.1.).

C - SUJETOS OBLIGADOS

Art. 4° — Las personas físicas, sucesiones indivisas y demás sujetos (4.1.) que dispongan de “soportes publicitarios” para publicidad en la vía pública, quedan obligados a identificarlos fiscalmente ante esta Administración Federal y tramitar para cada uno de ellos el “Código de Identificación Fiscal de Soportes Publicitarios (CISOP)” dentro de los DIEZ (10) días corridos desde su afectación.

D - RÉGIMEN “IDENTIFICACIÓN FISCAL DE SOPORTES PUBLICITARIOS”

Art. 5° — A efectos de obtener el “Código de Identificación Fiscal de Soportes Publicitarios (CISOP)”, los sujetos obligados deberán suministrar los datos e información descripta en el Anexo II mediante transferencia electrónica a través del Servicio “REGÍMENES DE INFORMACIÓN”, Régimen “IDENTIFICACIÓN FISCAL DE SOPORTES PUBLICITARIOS”, del sitio “web” institucional (<http://www.afip.gob.ar>), ingresando mediante la utilización de “Clave Fiscal”, con Nivel de Seguridad 3 como mínimo, tramitada conforme a lo dispuesto por la Resolución General N° 3.713.

E - OBTENCIÓN DEL CÓDIGO DE IDENTIFICACIÓN FISCAL DE SOPORTES PUBLICITARIOS (CISOP)

Art. 6° — Una vez ingresados los datos requeridos por el Régimen “IDENTIFICACIÓN FISCAL DE SOPORTES PUBLICITARIOS”, opción “Alta”, el sistema emitirá una constancia de la transacción efectuada que contendrá el número de código asignado al “soporte publicitario” informado.

Art. 7° — Los sujetos obligados deberán comunicar cualquier modificación a los datos suministrados en oportunidad de registrar fiscalmente un “soporte publicitario”, dentro de los CINCO (5) días corridos de acaecida tal circunstancia, accediendo al Servicio “REGÍMENES DE INFORMACIÓN”, Régimen “IDENTIFICACIÓN FISCAL DE SOPORTES PUBLICITARIOS”, opción “Modificaciones” e informar las nuevas

características y particularidades que presenta.

Asimismo, cuando se inutilice el “soporte publicitario” o sea desafectado (7.1.), los responsables deberán informar tal circunstancia dentro de los CINCO (5) días corridos de acaecida, mediante el Régimen “IDENTIFICACIÓN FISCAL DE SOPORTES PUBLICITARIOS”, opción “Baja” consignando el motivo.

TÍTULO II

RÉGIMEN DE INFORMACIÓN DE CONTRATOS DE PUBLICIDAD

A - CONTRATOS COMPRENDIDOS

Art. 8° — Los contratos y/o acuerdos de publicidad, cualquiera sea la denominación que se les otorgue y con prescindencia de la forma o modalidad en que sean instrumentados, celebrados o no en el país, que comprendan total o parcialmente, en forma exclusiva o no, espacios afectados a fines publicitarios en la vía pública del país —estáticos o móviles—, en los cuales una de las partes asume el carácter de “anunciante”, deberán ser registrados ante esta Administración Federal siempre que involucren:

a) Publicidad estática que se desarrolle en espacios afectados a fines publicitarios en la vía pública del país cuya superficie de exhibición resulte igual o superior a TREINTA METROS CUADRADOS (30 m²), y/o

b) publicidad móvil que se desarrolle en vehículos automotores (8.1.), motovehículos (8.2.), embarcaciones, aeronaves, subtes o trenes, cuyos anuncios publicitarios o promocionales tengan una superficie igual o superior a UN METRO CUADRADO (1 m²).

No quedan comprendidos aquéllos contratos y/o acuerdos de publicidad:

1. Que utilicen exclusivamente los espacios físicos disponibles en unidades de transporte cuya titularidad resulten del anunciante a efectos de publicitar o promocionar su propia marca comercial y/o los productos o servicios que comercialice.

2. Cuando el anunciante resulte los Estados Nacional, provinciales o municipales o la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, así como las instituciones pertenecientes a los mismos, excluidos los organismos y entidades comprendidos en el Artículo 1° de la Ley Nº 22.016.

B - SUJETOS OBLIGADOS

Art. 9° — Las personas físicas, sucesiones indivisas y demás sujetos (9.1.) que asuman las obligaciones con el “anunciante” derivadas de cualquier contrato y/o acuerdo de

servicio de publicidad o promoción comprendidos en el Artículo 8º, con prescindencia del carácter que asuman —vgr. agencia de publicidad, intermediario, comisionista, locador de “soporte publicitario”, etc.— deberán informar el aludido contrato ante esta Administración Federal, dentro de los DIEZ (10) días corridos contados desde la fecha de su celebración o instrumentación o ejecución, la que fuere anterior.

C - ALTA DEL CONTRATO DE PUBLICIDAD

Art. 10. — A efectos de cumplir con lo dispuesto en los Artículos 8º y 9º, los responsables deberán suministrar los datos e información detallada en el Anexo III mediante transferencia electrónica a través del Servicio “REGÍMENES DE INFORMACIÓN”, Régimen “CONTRATOS DE PUBLICIDAD”, opción “Alta de contratos”, del sitio “web” institucional (<http://www.afip.gob.ar>), ingresando mediante la utilización de su “Clave Fiscal”, con Nivel de Seguridad 3 como mínimo, tramitada conforme a lo dispuesto por la Resolución General Nº 3.713.

D - CONSTANCIA DE CÓDIGO DE CONTRATO

Art. 11. — Una vez ingresados los datos requeridos para dar el alta de un contrato en la opción “Alta de contratos” del Régimen “CONTRATOS DE PUBLICIDAD” del Servicio “REGÍMENES DE INFORMACIÓN”, el sistema emitirá una constancia de la transacción efectuada la que contendrá el número de código de registración del contrato de publicidad.

E - DATOS COMPLEMENTARIOS A INFORMAR

Código de Identificación Fiscal de Soportes Publicitarios

Art. 12. — Los agentes de información deberán suministrar los “Códigos de Identificación Fiscal de Soportes Publicitarios (CISOP)” de los espacios afectados al contrato de publicidad registrado, en cumplimiento de la obligación prevista en el Artículo 9º, al momento de dar de “alta” el mismo ingresando a la opción “Datos Complementarios” del Régimen “CONTRATOS DE PUBLICIDAD” del Servicio “REGÍMENES DE INFORMACIÓN”.

En los casos en que se desconozca la identificación de los “soportes publicitarios” afectados al contrato y/o acuerdo de publicidad o promoción al momento en que se está registrando el alta del mismo, con prescindencia del motivo o causal que origina tal circunstancia, los agentes de información deberán suministrar los datos de los “Códigos de Identificación Fiscal de Soportes Publicitarios (CISOP)” que sean utilizados hasta VEINTICUATRO (24) horas previas de ser exhibidos los avisos publicitarios o de

promoción en los “soportes publicitarios” afectados.

El sistema emitirá una constancia de la transacción efectuada la que contendrá los “Códigos de Identificación Fiscal de Soportes Publicitarios (CISOP)” vinculados al código de contrato de publicidad informado.

La obligación prevista en el primer párrafo no será exigible para aquéllos espacios afectados a fines publicitarios del tipo móvil.

Imagen del aviso publicitario

Art. 13. — Los agentes de información deberán adjuntar un archivo en formato digital —conforme a la extensión que permita la aplicación informática asociada—, que contendrá la/s imagen/es del/de los aviso/s o anuncio/s publicitario/s a exhibir en cada “soporte publicitario” ingresando para ello a la opción “Datos Complementarios” del Régimen “CONTRATOS DE PUBLICIDAD” del Servicio “REGÍMENES DE INFORMACIÓN”, consignando el código de contrato respectivo.

Tratándose de contratos de publicidad que involucren prestaciones de tipo móvil, comprendidos en el Artículo 8°, la obligación prevista en el párrafo anterior deberá ser cumplida observando el procedimiento antes indicado.

Las obligaciones descritas deberán cumplirse hasta VEINTICUATRO (24) horas previas de ser exhibidos los avisos publicitarios o de promoción.

F - MODIFICACIONES Y RESCISIONES DE CONTRATOS DE PUBLICIDAD

Art. 14. — Los sujetos enunciados en el Artículo 9° deberán comunicar cualquier modificación a los datos e información suministrados en oportunidad de registrar el contrato de publicidad, conforme a lo dispuesto en el Artículo 8°, dentro de los CINCO (5) días corridos de acaecida tal circunstancia, accediendo al Servicio “REGÍMENES DE INFORMACIÓN”, Régimen “CONTRATOS DE PUBLICIDAD”, opción “Modificaciones de contratos”.

Cuando se produzca la rescisión del contrato de publicidad registrado, los sujetos obligados conforme al Artículo 9° deberán informar tal circunstancia dentro de los CINCO (5) días corridos de acaecida, accediendo al Servicio “REGÍMENES DE INFORMACIÓN”, Régimen “CONTRATOS DE PUBLICIDAD”, opción “Baja de contratos” consignando el motivo.

Art. 15. — Los agentes de información —sujetos comprendidos en el Artículo 9°— deberán entregar al anunciante una copia, impresa o en formato digital, de la siguiente documentación, dentro de los CINCO (5) días corridos contados desde la fecha de efectuada la/las transacción/es informática/s respectiva/s:

a) Constancia de código de contrato informado, conforme a lo previsto por el Artículo

11.

b) De corresponder, constancia de la transacción efectuada respecto a la vinculación o afectación de los “Códigos de Identificación Fiscal de Soportes Publicitarios (CISOP)” al contrato de publicidad informado, conforme a lo dispuesto por el tercer párrafo del Artículo 12.

TÍTULO III

DISPOSICIONES GENERALES

A - REQUISITOS PARA ACCEDER A LOS SERVICIOS

Art. 16. — En todos los casos, los sujetos obligados al cumplimiento de las distintas obligaciones previstas en la presente, deberán reunir los siguientes requisitos como condición previa para el acceso a los servicios y transacciones informáticas implementadas:

- a) Poseer Clave Única de Identificación Tributaria (C.U.I.T.) activa.
- b) Declarar y mantener actualizado ante este Organismo el domicilio fiscal, así como los domicilios de los locales y establecimientos (16.1.) conforme a lo dispuesto por las Resoluciones Generales Nº 10 y Nº 2.109, sus respectivas modificatorias y complementarias.
- c) Tener actualizada en el “Sistema Registral” la información respecto de las actividades económicas relacionadas con la intervención en las operaciones indicadas en el Artículo 4º (16.2.).

B - VALIDACIONES SISTÉMICAS

Art. 17. — El sistema impedirá el acceso a los servicios detallados en la presente y mostrará un mensaje en el que se indicarán los motivos de tal circunstancia, cuando detecte inconsistencias con relación a:

- a) El domicilio fiscal declarado.
- b) La actividad declarada ante esta Administración Federal.

El solicitante podrá regularizar las causales indicadas ingresando al servicio “Sistema Registral”.

C - OTROS CONTROLES SISTÉMICOS

Art. 18. — Sin perjuicio de los requisitos y validaciones enumerados en los Artículos 16 y 17, con carácter previo a autorizar el otorgamiento del código de identificación fiscal de soportes publicitarios (CISOP) y/o código de registración del contrato de publicidad, esta Administración Federal evaluará a los sujetos solicitantes teniendo en cuenta la consistencia de los datos ingresados, a través de distintos procedimientos sistémicos.

D - CARÁCTER DE LA INFORMACIÓN

Art. 19. — Los datos e información suministrados en los Regímenes “IDENTIFICACIÓN FISCAL DE SOPORTES PUBLICITARIOS” y “CONTRATOS DE PUBLICIDAD” revisten el carácter de declaración jurada.

E - SANCIONES

Art. 20. — Cuando se constate el incumplimiento de las obligaciones establecidas en la presente resolución general, los contribuyentes y responsables serán pasibles de las sanciones previstas en la Ley N° 11.683, texto ordenado en 1998 y sus modificaciones.

F - ACCIONES COMPLEMENTARIAS

Art. 21. — Asimismo y sin perjuicio de la aplicación de las sanciones que correspondan, los incumplimientos a los regímenes de identificación fiscal e información previstos en la presente, resultarán pasibles en forma conjunta o separada, de alguna de las siguientes acciones que se enumeran a continuación:

- a) Encuadrar al responsable en una categoría creciente de riesgo a efectos de ser fiscalizado, según lo previsto en la Resolución General N° 1.974 y su modificatoria (SIPER).
- b) Excluir o suspender del/de los Registros Especiales Tributarios o Registros Fiscales a cargo de esta Administración Federal en los cuales el responsable estuviere inscripto.
- c) Paralizar la tramitación de certificados de exclusión o de no retención interpuestos por el responsable conforme a las disposiciones vigentes.
- d) Inhabilitar, total o parcialmente, el acceso a distintos servicios disponibles en el sitio “web” institucional (<http://www.afip.gob.ar>), al que se ingresa mediante la utilización de la “Clave Fiscal”, hasta que sean regularizados los incumplimientos a los Artículos 4°, 7°, 9°, 12, 13 y 14 detectados.
- e) Disminuir el Nivel de Seguridad de la “Clave Fiscal” del responsable.

G - RESPONSABILIDAD SOLIDARIA

Art. 22. — Todo aviso publicitario o promocional exhibido en la vía pública, a partir de la vigencia de la presente, que no cuente con su “Código de Identificación Fiscal de Soportes Publicitarios (CISOP)” y un contrato de publicidad informado ante esta Administración Federal, estando obligado a ello, hará responsables solidarios a los sujetos comprendidos en los Artículos 4° y 9° y a los “anunciantes” de las omisiones y/o irregularidades que se detectaren, resultando pasibles de las sanciones y acciones previstas en los Artículos 20 y 21.

H - SERVICIO PARA LOS ANUNCIANTES. DATOS DEL CONTRATO DE PUBLICIDAD

Art. 23. — El anunciante podrá constatar los datos e información suministrados del contrato de publicidad del cual sea parte, accediendo al Servicio “REGÍMENES DE INFORMACIÓN”, Régimen “CONTRATOS DE PUBLICIDAD”, opción “Consulta de contratos”, del sitio “web” institucional (<http://www.afip.gob.ar>), ingresando mediante la utilización de su “Clave Fiscal”, con Nivel de Seguridad 3 como mínimo, tramitada conforme a lo dispuesto por la Resolución General Nº 3.713.

Para ello deberá consignar el código de contrato informado que se encuentra detallado en la constancia entregada por el agente de información en cumplimiento del Artículo 15.

De no contar con la misma, por incumplimiento del agente de información, deberá denunciar el contrato de publicidad ingresando a tal efecto a la opción “Denuncia de contrato” del Régimen “CONTRATOS DE PUBLICIDAD” del Servicio “REGÍMENES DE INFORMACIÓN”, a partir del vigésimo día de celebrado o instrumentado el mismo y antes de que opere el vencimiento fijado en el contrato.

De detectarse errores en la información y/o datos del contrato informado deberá comunicar esta circunstancia.

I - SERVICIO PARA LOS ANUNCIANTES. SOPORTES PUBLICITARIOS AFECTADOS AL CONTRATO DE PUBLICIDAD

Art. 24. — El anunciante podrá verificar los “soportes publicitarios” informados afectados a un contrato de publicidad del cual sea parte. Para ello deberá ingresar al Servicio “REGÍMENES DE INFORMACIÓN”, Régimen “CONTRATOS DE PUBLICIDAD”, opción “Consulta de soportes publicitarios afectados a contrato”, consignando el código del respectivo contrato.

En caso que el anunciante detecte “soportes publicitarios” no informados como afectados a un contrato de publicidad —estando obligados a ser comunicados— o que

se hayan informado “soportes publicitarios” que no están afectados a dicho contrato, éste deberá informar tales circunstancias utilizando para ello la opción “Denuncia de soportes publicitarios” del Régimen “CONTRATOS DE PUBLICIDAD” del Servicio “REGÍMENES DE INFORMACIÓN”, a partir del día en que sean exhibidos los avisos publicitarios o promocionales en la vía pública.

J - DISPONIBILIDAD DE LOS SERVICIOS

Art. 25. — Los servicios y transacciones informáticas para el cumplimiento de las obligaciones dispuestas en la presente se encontrarán disponibles a partir del día 1 de abril de 2015, inclusive.

Art. 26. — A efectos de la interpretación y aplicación de la presente deberán considerarse, asimismo, la utilización de notas aclaratorias y citas de textos legales, con números de referencia contenidas en el Anexo I.

Art. 27. — Apruébanse los Anexos I a III que forman parte de la presente.

Art. 28. — Las disposiciones de esta resolución general entrarán en vigencia a partir del día de su publicación en el Boletín Oficial y resultarán de aplicación según el siguiente cronograma:

a) Obligación de identificar fiscalmente a cada “soporte publicitario” en la vía pública —Artículo 4°—:

1. Para los existentes a la fecha de publicación de la presente: hasta el día 30 de abril de 2015, inclusive.

2. Para los que sean afectados en el lapso comprendido entre la fecha de vigencia de la presente y el día 21 de abril de 2015: hasta el 30 de abril de 2015, inclusive.

3. Para aquellos afectados a partir del día 21 de abril de 2015, inclusive: conforme al plazo establecido en el Artículo 4°.

b) Obligaciones de informar los contratos y/o acuerdos de publicidad o promoción — Artículo 10—:

1. Para los vigentes a la fecha de publicación de la presente: hasta el 30 de abril de 2015, inclusive.

2. Para los celebrados en el período comprendido entre la fecha de vigencia de la presente y el día 21 de abril de 2015: hasta el 30 de abril de 2015, inclusive.

3. Para aquellos celebrados o instrumentados a partir del día 21 de abril de 2015, inclusive: conforme al plazo establecido en el Artículo 9°.

Art. 29. — Regístrese, publíquese, dése a la Dirección Nacional del Registro Oficial y

archívese. — Ricardo Echegaray.

ANEXO I (Artículo 26)

NOTAS ACLARATORIAS Y CITAS DE TEXTOS LEGALES

Artículo 1°.

(1.1.) A los fines del presente se entiende por “publicidad en la vía pública” a aquella que se encuentra situada en lugares del dominio público ya sea de acceso directo a las personas en general sino que también comprende a la publicidad que, si bien se encuentra en lugares pertenecientes al dominio privado, han sido colocadas con el propósito de ser visualizadas desde la vía pública —vgr. carteles pintados en las medianeras, muros, paredes de cualquier tipo de inmueble—.

Artículo 2°.

(2.1.) A los fines del presente se entiende por “publicidad de tipo estática” aquella que es desarrollada a través de espacios físicos para fines publicitarios de tipo fijos.

Artículo 3°.

(3.1.) A los fines del presente se entiende por “publicidad de tipo móvil” aquella que es desarrollada a través de avisos o anuncios que se pueden trasladar, circulando por cualquier medio de transporte.

Artículo 4°.

(4.1.) Se encuentran comprendidos los sujetos que se indican a continuación:

- a) Sociedades, empresas, fideicomisos, condominios, asociaciones o entidades de cualquier clase, constituidos en el país.
- b) Establecimientos organizados en forma de empresas estables pertenecientes a personas de existencia física o ideal del exterior.

Artículo 7°.

(7.1.) Idem nota aclaratoria (1.1.).

Artículo 8°.

(8.1.) Se entiende por automotores a los detallados en el Artículo 5°, Título I del Régimen Jurídico del Automotor (Decreto Ley N° 6.582 del 30 de Abril de 1958, ratificado por Ley N° 14.467, texto ordenado por el Decreto N° 1.114 del 14 de Octubre de 1997 y sus modificaciones).

“ARTICULO 5°.- A los efectos del presente Registro serán considerados automotores los siguientes vehículos: automóviles, camiones, inclusive los llamados tractores para semirremolque, camionetas, rurales, jeeps, furgones de reparto, ómnibus,

microómnibus y colectivos, sus respectivos remolques y acoplados, todos ellos aún cuando no estuvieran carrozados, las maquinarias agrícolas incluidas tractores, cosechadoras, grúas, maquinarias viales y todas aquellas que se autopropulsen. El Poder Ejecutivo podrá disponer, por vía de reglamentación, la inclusión de otros vehículos automotores en el régimen establecido.”.

(8.2.) Se entiende por motovehículos a los comprendidos en lo establecido por el Artículo 2°, Capítulo I del Anexo I de la Disposición N° 145/89 de la Dirección Nacional de los Registros Nacionales de la Propiedad Automotor y Créditos Prendarios (DNRNPAyCP) (ciclomotores, motocicletas, motonetas, motocarros —motocarga o motofurgón—, triciclos y cuatriciclos con motor).

Artículo 9°.

(9.1.) Idem nota aclaratoria (4.1.).

Artículo 16.

(16.1.) Domicilios de locales comerciales, depósitos y/u oficinas afectadas a la actividad de prestación de servicios de publicidad.

(16.2.) Actividades según el “Clasificador de Actividades Económicas (CLAE) - Formulario N° 883” implementado por la Resolución General N° 3.537:

CÓDIGO DESCRIPCIÓN

681098 Servicios inmobiliarios realizados por cuenta propia, con bienes urbanos propios o arrendados no clasificados en otra parte

731001 Servicios de comercialización de tiempo y espacio publicitario

731009 Servicios de publicidad no clasificados en otra parte

ANEXO II (Artículo 5°)

DATOS A SUMINISTRAR PARA LA OBTENCIÓN DEL CÓDIGO DE IDENTIFICACIÓN FISCAL DE SOPORTES PUBLICITARIOS (CISOP)

Los responsables obligados conforme al Artículo 4° deberán suministrar, a efectos de obtener el (CISOP) por cada “soporte publicitario”, entre otros, los siguientes datos e información:

1. Respecto al “soporte publicitario”.
 - 1.1. Localización geográfica.
 - 1.2. Datos de geoposicionamiento satelital.
 - 1.3. Medidas.
 - 1.4. Tipo de soporte y/o estructura.
 - 1.5. Características.
 - 1.6. Identificación del/de los propietario/s del “soporte publicitario”, de corresponder.
2. Respecto del contrato de locación de cosa para fines publicitarios.
 - 2.1. Identificación del locador del inmueble en el cual se encuentra situado el “soporte publicitario”, de corresponder.
 - 2.2. Identificación del sublocador, de corresponder.
 - 2.3. Datos generales del contrato y/o acuerdo celebrado.
 - 2.4. Aportar copia simple en formato “*.pdf” del contrato.
3. Otros datos complementarios previstos por la transacción informática.

ANEXO III (Artículo 10)

DATOS E INFORMACIÓN A SUMINISTRAR PARA LA REGISTRACIÓN DE CONTRATOS DE PUBLICIDAD

Los responsables obligados conforme al Artículo 9° deberán suministrar, a efectos de obtener el código de registración de un contrato de publicidad, entre otros, los siguientes datos e información:

1. Datos del contrato: fecha de celebración; plazo; monto total de las prestaciones; etc.
2. Identificación fiscal del/de los anunciante/s —contraparte del contrato y/o acuerdo de publicidad o promoción—.
3. Tipo de producto y/o servicio publicitado o promocionado.
4. De corresponder, identificación del responsable de la explotación de los espacios afectados a fines publicitarios en la vía pública del contrato a registrar.
5. De corresponder, datos de los “soportes publicitarios” afectados en el contrato a registrar: cantidad por tipo y “Códigos de Identificación Fiscal de Soportes Publicitarios (CISOP)”.
6. Adjuntar archivo digital de contrato y/o acuerdo de publicidad o promoción en formato “*.pdf”.

7. Otros datos complementarios previstos por la transacción informática.