



INFORME FINAL DE AUDITORIA

Con Informe Ejecutivo

Proyecto N° 4.18.06

**CONTRIBUCIÓN POR
PUBLICIDAD - AGIP**

Auditoría Legal y Financiera

Período 2017

Buenos Aires, Octubre 2019

INFORME FINAL
de la
Auditoría General de la Ciudad de Buenos Aires

AUDITORÍA GENERAL DE LA CIUDAD DE BUENOS AIRES

Jean Jaures 220 – Ciudad Autónoma de Buenos Aires

PRESIDENTE

Lic. Cecilia Segura Rattagan

AUDITORES GENERALES

Cdora. Mariela Coletta

Ing. Facundo Del Gaiso

Dr. Jorge Garayalde

Lic. María Raquel Herrero

Cdor. Vicente Rodríguez

Lic. Hugo Vasques

CODIGO DE PROYECTO:

4.18.06

NOMBRE DEL PROYECTO:

Contribución por Publicidad - AGIP

PERÍODO BAJO EXAMEN:

Año 2.017

EQUIPO DESIGNADO:

➤ **Directores de Proyecto:**

Dra. María Lucila Moyano, Contadora Pública

Dr. Santiago Cogorno, Licenciado en Economía

➤ **Supervisor:** Dr. Luis Moglia,

OBJETIVO

Evaluar la legalidad y la gestión de la AGIP sobre los procedimientos de registro, control y recaudación de la Contribución por Publicidad del año 2.017.

FECHA DE APROBACIÓN DEL INFORME: 02 DE OCTUBRE DE 2019

APROBADO POR: UNANIMIDAD

RESOLUCIÓN AGC N°: 275/19

Departamento Actuaciones Colegiadas
INFORME FINAL
de la
Autoridad Gub. de la Ciudad de Bs. As.

INFORMACIÓN PRESUPUESTARIA

Cálculo de Recursos de la Cuenta de Inversión del año 2.017.

Rubro: Contribución por Publicidad:

- *Calculado Inicial:* \$ 759.984.396,00
- *Calculado Vigente:* \$ 1.003.604.156,00
- *Realizado:* \$ 213.924.093,68

INFORME EJECUTIVO

Lugar y fecha de emisión	Buenos Aires, Octubre de 2019
Código del Proyecto	4.18.06
Denominación del Proyecto	AGIP – Contribución por Publicidad
Período examinado	Año 2017
Unidad Ejecutora	8618 - Administración Gubernamental de Ingresos Públicos
Objetivo de la auditoría	Evaluar la legalidad y la gestión de la AGIP sobre los procedimientos de registro, control y recaudación de la Contribución por Publicidad del año 2.017
Alcance	Se relevaron los aspectos normativos, operativos, administrativos y presupuestarios, en lo referente a los procedimientos de registro, control y recaudación de la Contribución por Publicidad realizados por la Administración Gubernamental de Ingresos Públicos durante el año 2.017 Las tareas de auditoría se basaron en exámenes para comprobar el cumplimiento de las disposiciones establecidas en la normativa general y específica referida a los procedimientos de registro, control y recaudación de la Contribución por Publicidad del año 2.017.
Período de desarrollo de tareas de auditoría	Entre el 28 de junio de 2.018 y el 6 de febrero de 2.019.
Observaciones	1. No existen manuales de procedimientos aprobados formalmente para las actividades vinculadas a la Contribución por Publicidad. La AGIP mantiene como referencia para los procedimientos de la Contribución por Publicidad, circuitos administrativos

	desactualizados que no contemplan las modificaciones en la estructura organizativa establecidas por las Resoluciones N° 376/AGIP/2.016 y 250/AGIP/2017. 2. Existen inconsistencias entre la información de la AGIP y de la DGOEP: El listado con el detalle de las altas del año 2.017, suministrado por la AGIP contiene 2.378 registros que incluyen 521 correspondientes a altas de oficio. Resultando un total de 1.857 altas, excluidas las de oficio. El listado con el detalle de los permisos otorgados sobre anuncios publicitarios durante el año 2.017, suministrado por la DGOEP contiene un total de 1.240 anuncios. Lo observado evidencia una falta de comunicación y coordinación en el proceso de registro y control entre las áreas intervinientes de la AGIP y la DGOEP. El circuito es deficiente y no cumplen con lo establecido en la normativa vigente respecto a los procedimientos determinados. En consecuencia, la situación expresada en los párrafos anteriores, deja abierta la posibilidad de acciones, omisiones y/o errores en los procedimientos y el incumplimiento de lo establecido en la normativa vigente, en perjuicio del erario público. 3. Los permisos otorgados por la DGOEP durante el año 2.017, a través de las correspondientes Disposiciones no se ven reflejados en el sistema GIT como altas generadas en ese periodo. De los 15 casos analizados 9 presentan diferencias entre la información provista por la DGOEP y la AGIP: a) En 8 de los casos señalados anteriormente, los anuncios publicitarios se encuentran registrados en el sistema GIT con fechas de alta anteriores al año 2.017: • Medianera - Disposición N° 19/2017 DGOEP- 5/1/2017 • Medianera - Disposición N°71 DGOEP – 9/1/2017 • Estructura s/terrazza - Disposición N° 213 /2017 DGOEP • Estructura s/terrazza - Disposición N° 693 /2017 DGOEP
--	---

	• Medianera - Disposición N° 1922/2017 DGOEP • Estructura s/terrazza - Disposición N° 3723 /2017 DGOEP • Estructura s/terrazza - Disposición N° 4244 /2017 DGOEP • Medianera – Disposición N° 4514 /2017 DGOEP b) En 1 caso se verificó una diferencia significativa en la superficie del anuncio publicitario entre lo establecido en la Disposición 5350/2.017 DGOEP (510.88 m2) y lo registrado en el sistema GIT por parte de la AGIP (400 m2). • Telón de obra publicitario–Disposición 5350/2017 4. No se constató la inexistencia de los anuncios dados de baja en forma transitoria durante el año 2.017. Los anuncios referidos corresponden los 32.980 dados de baja en forma transitoria como resultado de la depuración del padrón de contribuyentes de la Contribución por Publicidad. 5. En el año 2.017, las exenciones no se registraron en el sistema de Gestión Integral Tributaria (GIT). Las exenciones se asentaban en registros específicos. 6. La AGIP no lleva registro de los anuncios de las entidades públicas. Y en consecuencia, esos anuncios no están registradas en el sistema GIT. 7. El personal del Departamento Publicidad y Antenas cuenta sólo con dos personas para realizar los relevamientos en la vía pública de las bajas solicitadas por los contribuyentes mediante aplicativo web. Esta situación, en función de la cantidad de bajas, provoca que el procedimiento para finalizar estas tramitaciones se demore excesivamente, además, se relaciona con lo expresado en la observación N° 4. 8. Las cifras incluidas en el Presupuesto del año 2.017 correspondientes a la Contribución por Publicidad han sido calculadas en exceso significativamente, tomando como referencia la recaudación en períodos anteriores y sin que existieran modificaciones sustantivas en el Código Fiscal o en la Ley Tarifaria que lo justificaran. Sumado a lo expuesto anteriormente, se hicieron modificaciones presupuestarias que llevaron la meta financiera (Calculado
--	---

	Vigente) aún más alejada de las posibilidades reales de recaudación: a) Presupuesto 2.017, en el Cálculo de Recursos: • Contribución por Publicidad \$ 759.984.396,00 b) Cuenta de Inversión del año 2.017, en el Cálculo de Recursos: • Calculado Inicial: \$ 759.984.396,00 • Calculado Vigente: \$ 1.003.604.156,00 • Realizado: \$ 213.924.093,68 9. Se verificaron inconsistencias en el proceso de carga y registro de datos en el sistema GIT, en 36 de los 95 casos que componen la muestra: a) 34 registros que presentaban deuda en el año 2017 no se encontró ninguna referencia de intimaciones al pago de las mismas. No está contemplada la registración de esta información en el GIT. b) 2 registros no se encontraban actualizados o presentaban errores de carga en el sistema GIT, de acuerdo a las siguientes verificaciones: • Anuncio N° 175007759 - Se presentó por error como anuncio publicitario, siendo un dominio perteneciente a una patente. Anuncio N° 175007759 • Anuncio N° 175008690 - Fue dado de baja por error en la carga. No se visualizaron movimientos en la cuenta corriente consolidada. 10. No hay correspondencia entre la información provista por la AGIP y los registros en el sistema GIT. Los registros en el sistema GIT se encuentran desactualizados y no se corresponden entre las diferentes opciones de consulta. • En 14 registros de la muestra no consta en el sistema GIT, la referencia normativa pertinente por la cual se otorgaron las exenciones. • En el listado de exenciones provisto por la AGIP se registraron 9 casos sin el número de CUIT del contribuyente o responsable del anuncio. En el sistema GIT en 5 de los 9
--	--

	registros se refleja el número de CUIT correspondiente al titular del anuncio.
Conclusión	En base a las tareas efectuadas para evaluar la legalidad y la gestión de la AGIP sobre los procedimientos de registro, control y recaudación de la Contribución por Publicidad del año 2.017, se concluye que el organismo auditado ha llevado adelante acciones para el cumplimiento de los objetivos institucionales. Sin embargo, en relación a los objetivos presupuestarios se concluye que las cifras incluidas en el Cálculo de Recursos del Presupuesto del año 2.017 fueron calculadas en exceso significativamente y que no se correspondían con objetivos realizables. Además de lo expuesto en el párrafo anterior, esta Auditoría General ha detectado falencias en los procedimientos que se describen en el presente informe, entre las cuales merecen destacarse las siguientes: • Inconsistencias en la información sobre las altas de anuncios publicitarios entre la AGIP y de la DGOEP, lo que evidencia una falta de comunicación y coordinación en entre las áreas intervinientes. • Demoras en la realización de los relevamientos en la vía pública de las bajas solicitadas por los contribuyentes mediante aplicativo web y de aquellas determinadas en la depuración del padrón. Esta situación es consecuencia de la escasa cantidad de personal designado para esas tareas. En el año 2017, el Departamento Publicidad y Antenas contaba con dos personas para la realización de esas tareas. En la actualidad, cuenta con cuatro. • Falencias en las registraciones en el sistema de Gestión Integral Tributaria (GIT), de Altas, Bajas y Exenciones de anuncios publicitarios.

**INFORME FINAL DE AUDITORÍA
“CONTRIBUCIÓN POR PUBLICIDAD - AGIP”
PROYECTO N° 4.18.06**

DESTINATARIO

Señor
Presidente
Legislatura Ciudad Autónoma de Buenos Aires
Sr. Diego César Santilli
S / D

I. OBJETO DE LA AUDITORIA

Procedimientos de registro, control y recaudación de la Contribución por Publicidad realizados por la Administración Gubernamental de Ingresos Públicos durante el año 2017

II. ALCANCE

El examen fue realizado de conformidad con las normas de auditoría externa de la AUDITORIA GENERAL DE LA CIUDAD AUTONOMA DE BUENOS AIRES, establecidas por la Ley N° 325 y las normas básicas de auditoría externa aprobadas por el Colegio de Auditores de la Ciudad de Buenos Aires, según Resolución N° 161/00 AGC.

Se relevaron los aspectos normativos, operativos, administrativos y presupuestarios, en lo referente a los procedimientos de registro, control y recaudación de la Contribución por Publicidad realizados por la Administración Gubernamental de Ingresos Públicos durante el año 2.017

Las tareas de auditoría se basaron en exámenes para comprobar el cumplimiento de las disposiciones establecidas en la normativa general y específica referida a los procedimientos de registro, control y recaudación de la Contribución por Publicidad del año 2.017.

En función de ello, se aplicaron los procedimientos que se detallan en el **Anexo I – Procedimientos Aplicados**.

Departamento Actuaciones Colegiadas
INFORME FINAL
de la
Autoridad Gub. de la Ciudad de Bn. As.

III. **ACLARACIONES PREVIAS**

La Contribución por Publicidad es el tributo que grava la publicidad efectuada mediante anuncios en la vía pública o que se perciben desde la vía pública o en lugares de acceso público, en estadios de fútbol de primera división, o en cualquier otro lugar donde se desarrollen espectáculos públicos, en estaciones de subterráneos y en vehículos. Es un tributo de carácter anual y los valores a pagar son establecidos de acuerdo a la Ley Tarifaria vigente, según las diversas clases, tipos y características.

La Administración Gubernamental de Ingresos Públicos, en uso de sus competencias recauda, determina y fiscaliza la Contribución de Publicidad, así como del resto de los tributos del Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

1. **Reseña Normativa**

La Administración Gubernamental de Ingresos Públicos de la Ciudad de Buenos Aires (AGIP) fue creada el mediante la Ley N° 2.603 En el Artículo 5° se establecen sus funciones, entre las cuales se indican: las siguientes:

- Coordinar, ejecutar y supervisar la organización e implementación de los planes y programas relativos a todas las etapas del proceso de recaudación tributaria entendiendo por tal a la emisión, control de recaudación, fiscalización y dirección de las ejecuciones fiscales de los tributos a su cargo tendientes a la eliminación de la evasión, fomentando el pago voluntario de los tributos.
- Establecer criterios en cuanto a la interpretación de la normativa tributaria vigente.
- Fiscalizar a los contribuyentes mediante el intercambio de información con otros organismos de recaudación y control impositivo.

Ver **Anexo II Marco Normativo**

El Código Fiscal de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, cuyo texto ordenado (T.O.) vigente para el año 2.017 fue aprobado mediante el Decreto N° 110/2.017, rige respecto de la determinación, fiscalización, percepción de todos los tributos y aplicación de sanciones por infracciones materiales y formales vinculadas con tributos establecidos en el ámbito de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Los artículos del Código Fiscal se exponen en el Anexo I que forma parte integrante del mismo.

En el Artículo 3° del mismo se indican las facultades de la AGIP que, entre otras se incluyen las siguientes:

- Recaudar, determinar y fiscalizar los tributos del Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

- Verificar las declaraciones juradas y todo otro elemento para establecer la situación de los contribuyentes o responsables.
- Disponer inspecciones en todos los lugares donde se realicen actos o ejerzan actividades que originen hechos imponible o se encuentren bienes que constituyan o puedan constituir materia imponible.
- Requerir de contribuyentes, responsables o terceros, informes o comunicaciones escritas o verbales dentro del plazo que se les fije.
- Dictar normas generales obligatorias para los responsables y terceros, en las materias en que las leyes autorizan a la AGIP a reglamentar la situación de aquellos frente a la administración tributaria.
- Fijar fechas de vencimientos generales para la presentación de las declaraciones juradas anuales.
- Implementar dentro de lo establecido en el Código Fiscal, nuevos regímenes de percepción, retención, información, pagos a cuenta y designar los agentes para que actúen dentro de los diferentes regímenes.
- Tapar y/o aplicar una faja con una leyenda tipo cuyo texto se determinará mediante reglamentación sobre cualquier tipo de anuncio publicitario efectuado en la vía pública o que se perciba desde ésta, cuando no hubiesen cumplimentado las obligaciones establecidas en el Título XII del Código Fiscal.
- Efectuar inscripciones de oficio en todos los tributos que administre la AGIP, siempre que posea información y elementos fehacientes que justifiquen la misma, sin perjuicio de las sanciones que corresponda aplicar. E informar oportunamente al contribuyente la situación de revista.

La Contribución por Publicidad, particularmente está regulada en el Título XII del Código Fiscal, que contienen en su anexo los Artículos N° 405 al 416. Allí se define lo siguiente: que la publicidad efectuada mediante anuncios en la vía pública, o que se perciben desde la vía pública, o en lugares de acceso público, obliga al pago de una contribución anual de acuerdo con las tarifas que establece la Ley Tarifaria para las diversas clases, tipos y características. El mismo tratamiento recibe la publicidad efectuada en los estadios deportivos de fútbol de primera división "A" o cualquier otro lugar donde se desarrollan espectáculos públicos, en las estaciones de subterráneos y en los vehículos, cualquiera sea el lugar en que estén colocados. El hecho imponible se perfecciona con independencia de su habilitación o condición de ser utilizado (Artículo N°405).

También dispone que la transformación o readecuación de un anuncio publicitario de modo que implique un cambio de uso o destino obliga a comunicar la baja y el empadronamiento de uno nuevo con las particularidades correspondientes,

liquidándose el primero en forma proporcional al tiempo efectivo de permanencia (Artículo N° 407)

A su vez el Código Fiscal define como sujetos pasivos de la contribución, intereses, actualización y penalidades los anunciantes entendiendo por tales a las personas humanas o jurídicas que a los fines de su industria, comercio, profesión o actividad propia, realizan con o sin intervención de uno o algunos de los restantes sujetos que intervienen en la actividad publicitaria, la promoción o difusión pública de sus productos y servicios (Artículo N° 409).

Los responsables del pago de la contribución, intereses, actualización y penalidades son: los propios anunciantes, las personas que por cualquier título tengan el dominio, uso, usufructo, posesión o tenencia en sus distintas modalidades de medios de difusión o elementos portantes de los anuncios que difunden mensajes que incluyan, o no, publicidad, en lugares expresamente seleccionados al efecto, las agencias de publicidad que tienen a su cargo la difusión, distribución, ejecución de los anuncios o los industriales publicitarios que elaboran, producen, fabrican, ejecutan o instalan los elementos utilizados en la actividad publicitaria. Y solidariamente responsables con los anunciantes del pago de la contribución, intereses y actualización y penalidades (Artículos N°s. 410 y 411).

Los contribuyentes registrados en el año anterior que hasta el último día hábil de este no hubieran comunicado por escrito y efectivizado el retiro de la publicidad, serán responsables de la contribución correspondiente a los trimestres del año siguiente (Artículo N° 412).

En cuanto a las modalidades de pago para la inscripción por altas a la Contribución por Publicidad se realiza de acuerdo a lo indicado en el Artículo N° 55 del Código Fiscal, que indica que por el comienzo, como todo tributo de carácter anual, con excepción del Impuesto sobre los Ingresos Brutos, cuando la actividad determinante comienza, se inscribe o empadrona durante el segundo, tercer o cuarto trimestre del año, el tributo correspondiente al ejercicio será rebajado en una proporción del veinticinco por ciento (25%) por cada uno de ellos. Correlativamente, el cese del hecho imponible producido durante el primer, segundo o tercer trimestre del año determina que los tributos se rebajan en una proporción también del veinticinco por ciento (25%) por cada uno de los mismos.

El Artículo N° 56 establece que cuando una actividad, hecho u objeto imponible requiere habilitación o permiso, éstos han de otorgarse previa inscripción y pago del tributo correspondiente. La iniciación del trámite y la inscripción no autorizan el funcionamiento.

Los pagos de la Contribución por Publicidad se efectuarán por adelantado y son condicionantes de la concesión del permiso y de su continuación en el caso de prorrogas del mismo (Artículo N° 408).

Departamento Actuaciones Colegiadas
INFORME FINAL
de la
Autoridad Gremial de la Ciudad de B.A.

En lo referente a la oportunidad del pago y concesión del permiso, el Código Fiscal en el Artículo N° 413 indica que el pago de la Contribución por Publicidad se efectuará una vez aprobada la revisión técnica de la solicitud de instalación de los distintos anuncios publicitarios.

El impuesto se devengará desde el momento mismo de la colocación del anuncio. La contribución correspondiente a la cuota de alta se considerará pago a cuenta del ejercicio fiscal vigente. En los casos en que la concesión del permiso definitivo sea denegada, el pago de la cuota de alta no constituye derecho alguno a devolución.

En lo relativo a la Fiscalización Tributaria Permanente, el artículo N° 414 del Código Fiscal indica que la Dirección General de Ordenamiento del Espacio Público (DGOEP) comunicará quincenalmente a la AGIP los permisos de anuncios concedidos, sus fechas de vencimientos, pagos y demás circunstancias que faciliten su fiscalización tributaria, que será ejercida por esta última.

También, la DGOEP dará conocimiento a la AGIP de cualquier cambio en el estado de los anuncios alcanzados por las exenciones que tienen los anuncios publicitarios libres, sin uso y los anuncios que difundan actividades culturales, solidarias, de bien público sin auspicio comercial.

Faculta además, a la AGIP a intervenir de oficio cuando por cualquier circunstancia detecte incumplimiento en esta materia, así como a realizar altas de oficio cuando detecte anuncios publicitarios pendientes de empadronamiento.

Con respecto al cese del hecho imponible, el Artículo N° 415 establece que la solicitud de baja del padrón impositivo de todos los anuncios publicitarios estipulados en la Ley de Publicidad Exterior, debe formularse ante la AGIP, por declaración jurada en la que se denuncie la fecha de retiro.

La baja definitiva del anuncio publicitario solo será otorgada hallándose cancelada la totalidad de lo adeudado por el anuncio, teniendo hasta ese momento el trámite iniciado carácter de "baja provisoria".

La Administración Gubernamental de Ingresos Públicos dará conocimiento periódico de los ceses efectivizados al organismo otorgante de las habilitaciones publicitarias.

Las exenciones están establecidas en el Código Fiscal, en los Artículos N° 43 al 54 inclusive, están comprendidas las exenciones al pago de tributos en general y en el Artículo N° 416 se describen las específicas a la Contribución por Publicidad. Allí se indican las condiciones y requisitos para acceder a las respectivas exenciones.

Cabe indicar que la Ley N° 2.936 de Publicidad Exterior es la norma que regula las condiciones de la actividad publicitaria exterior, con el fin de proteger, promover y mejorar los valores del paisaje urbano y de la imagen de la ciudad. Establece que toda la actividad publicitaria que se desarrolle y se perciba en el espacio público cualquiera

sea el sistema utilizado para la transmisión del mensaje y las condiciones de colocación, conservación y retiro de instalaciones y/o elementos publicitarios mediante los cuales se desarrolla y materializa la actividad, quedan sometidas a las disposiciones de ésta Ley.

Los sujetos responsables de la actividad publicitaria, a los fines del ordenamiento de la Ley son:

- Anunciantes: Personas físicas o jurídicas que a los fines de su industria, comercio, profesión o actividad propia, realizan por si o con intervención de una agencia de publicidad, la promoción o difusión pública de sus productos o servicios.
- Agencias de Publicidad: Personas físicas o jurídicas que toman a su cargo por cuenta y orden de terceros, funciones de asesoramiento, creación y planificación técnica de los elementos destinados a difundir propaganda o anuncios comerciales, la administración de campañas publicitarias o cualquier actividad vinculada con ese objeto.
- Titular del medio de difusión: Persona física o jurídica que desarrolla la actividad cuyo objeto es la difusión de mensajes que incluyan o no publicidad, por cuenta y orden de terceros, mediante elementos portantes del anuncio de su propiedad e instalados en lugares que expresamente ha seleccionado al efecto.
- Industrial publicitario: Persona física o jurídica que elabora, produce, fabrica, ejecuta, instala o de cualquier otra forma realiza los elementos utilizados en la actividad publicitaria.
- Instalador o matriculado publicitario: Persona física o jurídica, inscripto en el Registro de Instalador o Matriculado Publicitario creado por Ley N° 2.604.

Los sujetos de la actividad publicitaria son solidariamente responsables por toda violación o inobservancia de las normas relacionadas con la actividad publicitaria, referente a la instalación, habilitación, autorización del anuncio y del mantenimiento en perfecto estado de seguridad, limpieza, y pintura. (Artículos N°s. 1 y 3).

En el Título V, Capítulo I de la Ley N° 2.936 se describe el procedimiento para la tramitación de los permisos.

La Dirección General de Ordenamiento del Espacio Público (DGOEP) dependiente de la Subsecretaría Administración General y Uso del Espacio Público, del Ministerio de Ambiente y Espacio Público, de acuerdo a lo establecido en el Decreto N° 329/2.016, tiene entre otras las siguientes funciones:

- Administrar el otorgamiento de permisos de uso y ocupación del espacio público, con la única exclusión de los referidos a ferias y mercaderías.

- Elaborar periódicamente informes sobre el otorgamiento, modificación, revocación, y cualquier aspecto inherente a los permisos referentes al ordenamiento del espacio público, como así también sobre las actividades reguladas por la Ley N° 1.166 y remitirlos a la Dirección General Fiscalización del Espacio Público, para la planificación de las tareas de inspección, fiscalización y control.
- Entender en los trámites relativos a la Ley N° 2.936, sus modificatorias y toda normativa que se dicte en consecuencia
- Entender en las políticas y acciones destinadas a la conservación, cuidado y renovación del mobiliario urbano.
- Presidir la Comisión de Paisaje Urbano.

La Ley Tarifaria N° 5.723 del año 2.016, vigente para el año 2.017 determina las alícuotas y aforos mediante los cuales se abonan los impuestos, tasas y demás contribuciones de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

Las tarifas anuales correspondientes a la Contribución por Publicidad se establecen en los artículos N° 121 a 128 del anexo a la Ley, que forma parte integrante de la misma. Ver **ANEXO III - Ley Tarifaria 2.017 – Contribución por Publicidad**

Los tipos o características de los anuncios publicitarios especificados en el Artículo N° 121 de la Ley Tarifaria son los siguientes:

Tipos de anuncios:

- Simples - Pintados/Leyendas
- Animados - Iluminados
- Luminosos
- Electrónicos c/desplazamiento (Scrolling)
- Mixto

Características:

- Medianera
- Frontal
- Marquesina
- Letras sueltas corpóreas
- Toldos con publicidad
- Salientes
- Columna publicitaria en interior de predio
- Estructura de sostén sobre terraza
- Cartelera porta afiches en vallas provisorias, muros de predios baldíos

- Publicidad en Estadios de Fútbol de primera división “A” y lugares donde se desarrollen espectáculos públicos
- Publicidad estaciones de subterráneos
- Letreros Ocasionales
- Publicidad en Playas de Estacionamiento que cuenten con más de 100 metros lineales
- Publicidad pintada o fijada de cualquier modo en puertas, ventanas
- Anuncios colocados en mobiliario urbano
- Publicidad en mesas, sillas, heladeras, hamacas y sombrillas ubicadas en la vía pública pertenecientes a locales gastronómicos
- Anuncios colocados en los medios de transporte público de pasajeros y en los servicios urbanos especiales (Charters) cualquiera sea su ubicación.
- Anuncios colocados en automóviles de alquiler con taxímetro.

La Resolución N°28/SSCC/DGR/2.004, estableció la modalidad de tramitación de anuncios publicitarios y la obligatoriedad de todo Titular o Peticionante o Responsable o Anunciante o Titular del predio (solidariamente responsables) de la Contribución por Publicidad de presentar la Declaración Jurada indicada en el Anexo I y observar los procedimientos que se indican en su Anexo II (Artículo N° 2)

Los sujetos responsables de la actividad publicitaria, así como el profesional firmante, deberán abstenerse de la colocación del anuncio publicitario hasta tanto sea otorgado el permiso correspondiente por la Dirección General de Habilitaciones y Permisos, bajo apercibimiento de la aplicación de las penalidades establecidas en las normativas vigentes (Artículo N°3).

La Dirección General de Habilitaciones y Permisos no otorgará permisos de publicidad que no hayan cumplimentado el pago de la correspondiente tasa de contribución por publicidad fijada por la Ley Tarifaria vigente (Artículo N°4).

La Dirección General de Rentas, no recibirá Declaraciones Juradas de Contribución de Publicidad que no hayan iniciado su trámite en la Delegación de la Dirección General de Habilitaciones y Permisos (Artículo N°5).

La Dirección General de Rentas y la Dirección General de Habilitaciones y Permisos, dictarán en sus ámbitos respectivos las normas reglamentarias pertinentes a los fines de la implementación de la presente Resolución (Artículo N°6).

La Dirección General de Habilitaciones y Permisos, mediante la Disposición N° 1.186/DGHP/2.004 reglamentó e introdujo ajustes en los requerimientos exigidos para la tramitación de permisos publicitarios.

Cabe destacar que de acuerdo a lo informado por la AGIP, la Resolución N° 28/SSCC/2.004 se mantiene vigente. Actualmente la Dirección General de Dirección General de Ordenamiento del Espacio Público es la dependencia que tiene a cargo las funciones concernientes a la Publicidad Exterior, en lugar de la Dirección General

Departamento Actuaciones Colegiadas
INFORME FINAL
 de la
 Autoridad Gremial de la Ciudad de Bs. As.

de Habilitaciones y Permisos. Y las acciones asignadas a la Dirección General de Rentas están a cargo de la Administración Gubernamental de Ingresos Públicos.

Las Exenciones al pago de la Contribución por Publicidad están establecidas con en el Código Fiscal diferenciadas las de carácter subjetivo y las de carácter objetivo de acuerdo al siguiente detalle:

- a) Exenciones Generales al pago de los tributos establecidos para el ámbito de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, dentro de los cuales se encuentra la Contribución por Publicidad. Estas exenciones se especifican en los Artículos N° 43 al 54 del Código Fiscal.
- b) Exenciones específicas del pago de la Contribución por Publicidad, definidas en el Artículo N° 416 del mencionado Código.

Ver **Anexo IV – Exenciones del Código Fiscal**

Los AGIP estableció un régimen de retención de la Contribución por Publicidad mediante la Resolución N° 66-AGIP/2.010, aplicable en las operaciones por las que se contraten espacios de publicidad, alcanzados por dicho tributo.

La retención se efectúa al momento del pago, la que es determinada en base a la fracción del año correspondiente a la duración de la campaña y en razón del importe correspondiente al tributo anual, según la Ley Tarifaria vigente, conforme las características de los anuncios publicitarios emplazados o a emplazar en la vía pública, o bien que se perciban desde la misma.

Los vencimientos para la presentación de las declaraciones juradas y el depósito de las retenciones practicadas, operan los días 10 o el día hábil inmediato siguiente si el mismo fuera inhábil, del mes calendario siguiente a aquel en que hubiera tenido lugar la retención de la Contribución por Publicidad.

El monto efectivamente retenido podrá tomarse como pago a cuenta de la cuota correspondiente al trimestre en el que se produjo la retención.

La AGIP designó originalmente, a los responsables que debían actuar como Agentes de Retención de la Contribución por Publicidad, a partir del 1° de mayo de 2.010. Esta última fue reglamentada por la Resolución N° 1408/DGR/2.010.

Posteriormente, la AGIP modificó el listado de responsables que debían actuar como Agentes de Retención de la Contribución por Publicidad, mediante el dictado de las siguientes resoluciones:

- Resolución N° 263-AGIP/2.010:

Incorpora y excluye Agentes de Retención de la Contribución por Publicidad, vigencia a partir del 01 de julio de 2.010.

Departamento Actuaciones Colegiadas
INFORME FINAL
de la
Autoridad Gremial de la Ciudad de Bn. Ais.

Resolución N° 268-AGIP/2.014:

- Incorpora y excluye Agentes de Retención de la Contribución por Publicidad, vigencia a partir del 01 de mayo de 2.014.

2. Áreas involucradas en la Contribución por Publicidad

Los sectores de la AGIP involucrados en las actividades relativas a la Contribución por Publicidad son los siguientes:

- Subdirección General Evaluación y Control Especial Tributario
- Dirección de Análisis e Investigación
- Departamento Publicidad y Antenas
- División Padrón de Contribuyentes de Publicidad y Antenas

Los organigramas vigentes, las misiones y funciones y la dotación del personal afectado a las tareas de la Contribución por Publicidad se muestran en el **Anexo V - Descripción de la Organización**

3. Recaudación de la Contribución por Publicidad - Información Presupuestaria

En el Cálculo de Recursos Presupuesto del año 2.017 el importe de la Contribución por Publicidad calculado era de \$ 759.984.396.

En el Cálculo de Recursos de la Cuenta de Inversión del año 2.017, en el rubro correspondiente a la Contribución por Publicidad se expone lo siguiente:

- *Calculado Inicial:* \$ 759.984.396,00
- *Calculado Vigente:* \$ 1.003.604.156,00
- *Realizado:* \$ 213.924.093,68

En la respuesta al punto correspondiente sobre los objetivos de recaudación para el año 2.017, la AGIP indica lo siguiente “...*este Departamento (Publicidad y Antenas) no interviene en la determinación de los objetivos de recaudación para cada período fiscal; no obstante ello se informa que objetivo base fue mantener en términos de recaudación el incremento inflacionario establecido por la Ley Tarifaria 2017*”

En la entrevista realizada al Director de la Dirección de Análisis e Investigación sobre la diferencia entre las cifras del *Cálculo Inicial*, *Cálculo Vigente* y *Realizado* respondió que desconocía como determinaron las cifras expuestas en la Cuenta de Inversión 2.017.

Cabe agregar que la recaudación publicada en la página web de la AGIP, en lo referente a Anuncios Publicitarios, para el año 2.017 asciende a 165,6, en millones de pesos.

Esta última cifra difiere con lo expuesto en la Cuenta de Inversión como *Realizado* en 48,3 millones de pesos. De acuerdo a las respuestas recibidas en las entrevistas realizadas, esa diferencia corresponde a los Planes de Facilidades, debido a que en la página web de AGIP los valores correspondientes a la recaudación de los planes de facilidades se exponen como un solo rubro, sin discriminar por los impuestos a los que corresponde la deuda original de esos planes.

Es de destacar que las diferencias entre esos conceptos también se produjeron en el año 2.016, de acuerdo al siguiente detalle:

- *Calculado Inicial:* \$ 529.411.376,00
- *Calculado Vigente:* \$ 601.580.274,00
- *Realizado:* \$ 161.264.882,25

El análisis de las cifras expuestas demuestra que no fueron consideradas las cifras de la recaudación (*Realizado*) del año 2.016 para la determinación de las cifras del Presupuesto 2.017.

4. Trabajos de Auditoría

Las tareas de auditoría incluyeron en primera instancia, la recopilación de la normativa relacionada a los procesos de inscripción y registro de altas, bajas y modificaciones en el padrón de contribuyentes responsables frente a la Contribución por Publicidad, del año 2.017, con el fin de analizar y determinar la información a solicitar.

Para ello, y para desarrollar las tareas de relevamiento, se requirió a la Administración Gubernamental de Ingresos Públicos (AGIP) información referida a las actividades correspondientes a los procesos de inscripción y registro de altas, bajas y modificaciones en el padrón de contribuyentes responsables frente a la Contribución por Publicidad, del año 2.017 y a los procesos de registro y control de la recaudación de la Contribución por Publicidad, del año 2.017, la cual se indica seguidamente:

- Detalle de la normativa general y específica.
- Detalle de los sectores de la AGIP involucrados en las actividades indicadas.
- Detalle de los agentes de los diferentes sectores que tengan participación en los procedimientos correspondientes a las actividades descriptas.
- Manuales de procedimientos.
- Copias de Informes de la Sindicatura General de la Ciudad de Buenos Aires, de Auditorías Internas y y/o externas, relacionados con los procedimientos referidos a la Contribución por Publicidad del año 2.017.
- Detalle de la documentación de terceros y aquella generada en la AGIP en los procedimientos referidos a la Contribución por Publicidad.

Posteriormente, para el desarrollo de las tareas de examen se solicitó a la AGIP la siguiente información:

- Padrón de contribuyentes al gravamen “Contribución por Publicidad” de los años 2.016 y 2.017.
- Altas, bajas y modificaciones a la “Contribución por Publicidad”. Año 2.017.
- Altas a la “Contribución por Publicidad” establecidas por oficio durante el año 2.017. Descripción del circuito administrativo. Metas definidas y objetivos alcanzados.
- Descripción de los objetivos, metas y/o pautas definidos por las áreas involucradas en el proceso de aplicación, procedimiento y control sobre el gravamen de “Contribución por Publicidad”. Año 2.017.
- Objetivos de recaudación para el gravamen “Contribución por Publicidad” definidos para el año 2017.
- Detalle de las exenciones y normativa aplicable para el año 2.017.
- Detalle de Relevamientos – Objetivos definidos y alcanzados- Circuitos administrativos. Año 2.017.
- Plan de Fiscalización establecido para la “Contribución por Publicidad”. Año 2017.

A la Dirección General Ordenamiento del Espacio Público (DGOEP) se solicitó lo siguiente:

- Altas de permisos para anuncios publicitarios asociados al gravamen Contribución por publicidad durante el año 2.017.
- Descripción de los circuitos administrativos relacionados con el gravamen Contribución por publicidad llevados a cabo por la DGOEP.

Dentro de la información contenida en las respuestas a nuestros requerimientos por parte de la AGIP, se indica que no existen manuales de procedimientos aprobados formalmente correspondientes a los procesos de inscripción y registro de altas, bajas y modificaciones en el padrón de contribuyentes responsables frente a la Contribución por Publicidad. En su lugar enviaron los circuitos administrativos sobre las altas y bajas de la Contribución por Publicidad que no estaban vigentes debido a los cambios efectuados en la estructura organizativa de la AGIP, durante los años 2.016 y 2.017.

Se efectuaron entrevistas con el Jefe de Departamento de Publicidad y Antenas, el Jefe de Departamento de Exenciones y con el Director de la Dirección de Análisis e Investigación.

Dentro de la etapa de relevamiento se analizaron los procesos de inscripciones al tributo, su registro en el padrón de contribuyentes, las modificaciones y las bajas.

En función de ello, se describen los distintos procesos en la AGIP, para el registro de altas y bajas de anuncios publicitarios, como así también para las modificaciones, transformaciones o readecuación de los anuncios.

En respuesta a nuestro requerimiento, la DGOEP envió en archivo digital el detalle de los permisos otorgados sobre anuncios por publicidad durante el año 2.017. El mismo consta de 27 páginas donde se incluyen 1240 anuncios, en los que se indican los siguientes datos: Titular; Tipo de Dispositivo; N° de Disposición; Fecha. Sobre esta respuesta se solicitó ampliación de los datos solicitando el CUIT o el N° de anuncio para poder identificarlos dentro del sistema GIT (Gestión Integral Tributaria) de la AFIP.

Ante lo solicitado, la DGOEP envió por correo electrónico el detalle de los permisos otorgados sobre anuncios por publicidad durante el año 2.017 con la incorporación en cada uno del número de expediente correspondiente.

Cabe destacar que las disposiciones que allí se incluyen no se encuentran publicadas en el Boletín Oficial de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

En lo referente a la descripción de los circuitos administrativos la DGPEP respondió indicando lo siguiente: *“...esta Gerencia Operativa solicita, como parte de los requisitos para otorgar los permisos, que se adjunte una copia de la Declaración Jurada (DDJJ) del alta por publicidad de la Dirección General de Rentas, con el objeto de cotejar que la declaración que se presente en aquella, coincida con el dispositivo a emplazar en cuanto a características y superficie, según se detalla en el plano acompañado a la presentación original.”*

Como resultado de las tareas de relevamiento se describen los procedimientos que se realizan en cada etapa:

Altas

Las altas a la Contribución por Publicidad pueden originarse de dos formas diferentes. Una: es cuando la realiza el contribuyente o responsable, en la AGIP. La otra forma corresponde a las inscripciones de oficio.

- Altas iniciadas por el contribuyente o responsable:

Pueden ser presenciales o mediante el Sistema de trámite a distancia del Gobierno de la Ciudad, denominado TAD.

Presenciales: Debe iniciar el trámite completando la *Declaración Jurada de Alta - Contribución por Publicidad* que se obtiene de la página web de la AGIP.

Posteriormente debe presentarse ante la Dirección General de Ordenamiento del Espacio Público (DGOEP) para intervenir el formulario donde se abre un expediente para el inicio de la *Solicitud de permiso - Anuncio Publicitario*.

Para la solicitud del permiso del anuncio, mediante el sistema TAD se requiere que el contribuyente cuente con *Clave Ciudad*, la cual se obtiene en la AGIP.

Una vez realizados los pasos anteriores debe presentar ante la AGIP, el formulario de Declaración Jurada (DJJJ) de Alta, con la intervención de la DGOEP. En los casos en que el trámite se hubiera iniciado a través del sistema TAD, deberá adjuntar a la presentación, la *Solicitud de permiso - Anuncio Publicitario* del expediente.

En este paso de la tramitación, la AGIP realiza el alta a la Contribución por Publicidad, asignándole un número al anuncio y registrando el número de C.U.I.T. en el sistema GIT (Gestión Integral Tributaria).

Después de 5 (cinco) días hábiles, el contribuyente o responsable debe presentarse nuevamente en la AGIP para retirar la DDJJ intervenida por el organismo y la correspondiente boleta de pago de la cuota de alta de la Contribución por Publicidad.

Una vez acreditado el pago de la cuota de alta deberá finalizar el trámite de *Solicitud de permiso - Anuncio Publicitario*, en la DGOEP.

La DGOEP evalúa la documentación presentada e informa mediante cédula de notificación al contribuyente o responsable que hayan hecho la tramitación en forma presencial.

Los contribuyentes o responsables que hayan realizado la tramitación mediante el sistema TAD podrán encontrar en el portal de este la información actualizada del estado de la *Solicitud de permiso - Anuncio Publicitario*.

Una vez obtenido el permiso deberá cumplir con las obligaciones indicadas en la Ley Tarifaria para la Contribución por Publicidad.

- Altas de oficio

Estas altas se efectúan mediante comunicación oficial al Departamento de Publicidad y Antenas por los sectores intervinientes de la AGIP en los procedimientos de inspección y/o verificación, con los emplazamientos no declarados relevados o inspeccionados y los datos necesarios para la carga del alta.

Los sectores intervinientes referidos en el párrafo anterior son los siguientes:

- División Estudios de Campo y Operativos dependiente de la Dirección de Análisis e Investigación de la Subdirección General de Evaluación y Control Especial Tributario.
- Departamento I dependiente de la Dirección de Fiscalización 3 de la Subdirección General de Fiscalización.

También, las altas de oficio se realizan de acuerdo con los anuncios no empadronados que provengan del resultado de los relevamientos efectuados por Semcor S.A., empresa contratada mediante un proceso licitatorio, para efectuar relevamientos en la vía pública de anuncios publicitarios.

Bajas

Mediante la sanción de la Resolución N° 318/AGIP/2.016, se aprobó el aplicativo "*Bajas Web de Anuncios*" que se encuentra en la página web de la AGIP. A partir del 1° de julio de 2.016 es de uso obligatorio a los efectos de realizar la presentación de la declaración jurada que denuncia el cese del hecho imponible de la Contribución por Publicidad por parte de los contribuyentes y/o responsables de dicho gravamen.

En la mencionada aplicación, el contribuyente puede acceder con número de CUIT y *Clave Ciudad* al listado de anuncios publicitarios de su titularidad que se encuentren activos y marcar aquellos de los que denuncia la baja consignando la fecha de la misma. Si esta fecha tuviera una antelación mayor a treinta (30) días corridos de la interposición de la solicitud, se tomará a esta última como la fecha del retiro de acuerdo a lo establecido en el Artículo N° 415 del Código Fiscal (T.O. 2.017).

El anuncio publicitario no debe estar emplazado en la vía pública al momento de declarar la baja. De comprobarse lo contrario se denegará dicha solicitud.

El aplicativo genera diariamente para la AGIP, un reporte con las bajas solicitadas por los contribuyentes.

Con ese reporte, el Departamento Publicidad y Antenas preparan la información para efectuar los relevamientos de las bajas solicitadas.

El personal que tiene las funciones de relevadores concurre al lugar de emplazamiento de los anuncios sobre los cuales se solicita la baja, para constatar el retiro de este.

Con la información del resultado de los relevamientos, la División Padrón de Contribuyentes de Publicidad y Antenas procede a la carga de la novedad en el sistema GIT, que puede ser:

- *Baja*: El anuncio fue retirado y no existe deuda por la contribución.
- *Baja Transitoria*: El anuncio fue retirado y EXISTE DEUDA por la contribución.
- *Baja Web Denegada*: El anuncio NO fue retirado.

El contribuyente o responsable debe consultar el resultado del trámite de baja mediante el mismo aplicativo web donde se le informa que su trámite ha sido aprobado o denegado.

Resulta significativo remarcar que el Departamento Publicidad y Antenas cuenta sólo con dos personas para realizar los relevamientos en la vía pública de las bajas solicitadas por los contribuyentes mediante aplicativo web. Esta situación, en función

de la cantidad de bajas, provoca que el procedimiento para finalizar estas tramitaciones se demore excesivamente.

Es importante mencionar que en el año 2.017 se efectuó una depuración del Padrón de Contribución por Publicidad, en función de que existía una gran cantidad de anuncios registrados que no presentaban movimientos en la cuenta corriente en los últimos ocho períodos, inclusive no estaban identificados los contribuyentes por número de CUIT. Al momento de efectuar la depuración alcanzó a 32.980 registros, que se mantienen como bajas transitorias.

Modificaciones

La modificación, transformación o readecuación de un anuncio publicitario que conlleve un cambio de uso o destino obliga a comunicar la baja y el empadronamiento de uno nuevo con las particularidades correspondientes, así como los indica el Artículo N° 407 del Código Fiscal (T.O. 2.017).

Exenciones

Con respecto al procedimiento para el registro de las exenciones a la Contribución por Publicidad, el contribuyente debe hacer una presentación por nota en carácter de declaración jurada, que de ser aprobada la AGIP emitirá la Resolución.

A partir de allí, se genera un expediente que es ingresado a la base de datos que manejan tanto el Departamento de Publicidad y Antenas como el mismo departamento de Exenciones, para luego ingresarlo en el sistema GIT.

El Departamento de Publicidad y Antenas no registraba las exenciones en el sistema GIT en el año 2.017 ni en los períodos anteriores. Este Departamento llevaba una registración fuera del sistema. A partir del año 2.018, se comenzó con la carga de los contribuyentes exentos en el sistema.

En dicho registro se establecieron los caracteres de dichos anuncios incluyendo el período de vigencia de la exención, haciendo referencia a la normativa pertinente.

La vigencia de las exenciones puede ser permanente, de acuerdo a lo determinado en el artículo 43 del Código Fiscal, o bien por 10 años según el art. 49 del Código Fiscal. Una vez vencido el plazo establecido, si hay silencio u omisión por parte del contribuyente la prórroga es automática

La AGIP no lleva registro de los anuncios de las entidades públicas. Y en consecuencia, esos anuncios no están registradas en el sistema GIT.

Registro y Control de la Recaudación

En el sistema GIT se registra la cuenta corriente del anuncio con identificación del mismo y número de C.U.I.T del contribuyente o responsable.

Departamento Actuaciones Colegiadas
INFORME FINAL
de la
Autoridad Gremial de la Ciudad de Bs. As.

Para el cobro de la deuda en mora, la Subdirección de Evaluación y Control Especial Tributario, a pedido del Departamento de Publicidad y Antenas y con la aprobación previa de la Dirección de Análisis e Investigación, solicita a la Subdirección General de Sistemas la generación de los procesos para la determinación del universo de los contribuyentes morosos de la Contribución por Publicidad. Esta última Subdirección General emite el reporte del resultado discriminado por el monto de la deuda, de mayor a menor.

Con esta información el Departamento de Publicidad y Antenas depura el universo con la exclusión de aquellos casos en que corresponda hacerlo y confecciona un requerimiento o nota, con las aprobaciones de la Dirección y Subdirección General de las cuales depende. Posteriormente, con el requerimiento o nota mencionados, la Subdirección General de Sistemas genera el universo resultante para la emisión y entrega del formulario FAP271, de Intimación al contribuyente para regularizar la situación fiscal en la Contribución por Publicidad.

Luego de la intimación y una vez agotados los plazos, se procede a la transferencias de la deuda en mora para su Cobro por Gestión Judicial. El procedimiento es el mismo que el descrito en los dos párrafos anteriores excepto que en lugar de emitir una intimación, se emite el Título Ejecutivo.

Cabe indicar que en el año 2.017 las empresas nucleadas en la Asociación de Empresas de Publicidad Exterior (APE) interpusieron un Recurso de Amparo por el aumento sufrido en la Contribución por Publicidad para los grandes anuncios en Medianeras y en Estructuras de sostén sobre Terraza que implicó un incremento de la contribución en el 240%. Las empresas argumentaron que consideraban desproporcionado y anticonstitucional dicho incremento, debido a que los pequeños y medianos anuncios sufrieron un aumento para el año 2.017 del 30%. La Primera Instancia Judicial dio curso a la medida cautelar.

En consecuencia, la situación descrita provocó una baja en la recaudación en la Contribución por Publicidad, durante el periodo bajo auditoria de \$ 35.850.275.

Muestra sobre Altas, Bajas y Exenciones

Sobre los listados entregados por la AGIP, se agruparon los registros de las altas, bajas y modificaciones de la contribución por publicidad correspondientes al periodo 2.017, se excluyeron los 32.980 registros depurados mediante las bajas genéricas.

De acuerdo con lo descrito en el párrafo anterior, el universo de selección quedó determinado en 7250 registros de altas bajas y modificaciones, el cual quedó compuesto de la siguiente manera:

ESTADO DE ANUNICOS	CANTIDAD
Altas	1.857
Altas de oficio	521
Bajas	2.122
Bajas Transitorias	2.316
Bajas pendientes de Resolución	23
Bajas Web denegadas	132
Bajas por error	268
Modificaciones/Reversas	5
Reversas	6
Total	7.250

Sobre el universo descrito se seleccionó una muestra aleatoria sobre bases estadísticas¹, a fin de verificar el cumplimiento normativo y de gestión. La misma quedó constituida en un total de 95 registros, discriminados de la siguiente manera:

ESTADO DE ANUNCIOS	CANTIDAD
Altas	29
Bajas	32
Bajas Transitorias	34
Total	95

Ver detalle de la muestra en **Anexo VI – Detalle de la Muestra**

¹ Para la determinación del tamaño muestral se consideró un nivel de confianza del 95% (alfa = 5%. Confianza = 1- alfa) y un margen de error aceptable del 10% (delta).

Sobre cada anuncio seleccionado se controló el registro de las características y los datos del anuncio, el registro de los movimientos en la cuenta corriente consolidada del anuncio en el sistema GIT.

El resultado del procedimiento descripto sobre los 95 registros de la muestra fue el siguiente:

- 55 anuncios publicitarios se encontraron en el sistema GIT sin registrar deuda en el año 2017.
- 34 anuncios presentan deuda en el transcurso del año 2017 sin tener movimientos ni modificaciones durante el año 2018 donde 20 casos están registrados con una baja transitoria durante el año 2017.
- 2 anuncios con baja transitoria presentan deuda con trámite en gestión judicial.
- 1 registro se presentó por error como anuncio publicitario, siendo un dominio perteneciente a una patente.
- 2 anuncios presentaron deuda en el año 2017 y se registraron en gestión de cobro.
- 1 anuncio fue dado de baja por error en la carga. No se visualizaron movimientos en la cuenta corriente consolidada.

La DGOEP suministró el detalle de los permisos otorgados sobre anuncios publicitarios durante el año 2017, con un total de 1.240 anuncios, que implica una inconsistencia con las altas informadas por la AGIP que, netas de las altas de oficio, el listado suministrado tiene un total de 1.857 anuncios.

Sobre las altas informadas por la DGOEP se revisaron 15 anuncios para compararlos con los registros en el sistema GIT de la AGIP, teniendo como resultado lo siguiente:

- 8 anuncios: presentan diferencias entre la información provista por la DGOEP y la AGIP. Los anuncios publicitarios se encuentran registrados en el sistema GIT con fechas de alta anteriores al año 2017.
- 1 anuncio: Se verificó una diferencia significativa en la superficie del anuncio publicitario entre lo establecido en la Disposición 5350/2017 DGOEP y lo registrado en el sistema GIT por parte de la AGIP

Los permisos otorgados por la DGOEP a través de las correspondientes disposiciones durante el año 2017 no se ven en su totalidad reflejados como altas del año 2017, en el sistema GIT de la AGIP.

De acuerdo a lo informado por la AGIP, esos anuncios se encuentran activos y registrados en el sistema GIT y las disposiciones emitidas por la DGOEP refieren a solicitudes de renovación, no habiendo sido comunicadas a la AGIP en tiempo y forma.

Los sucesos descriptos denotan la falta de comunicación y coordinación en el proceso de registro y control entre las áreas intervinientes de la AGIP y la DGOEP. El circuito es deficiente y no cumplen con lo establecido en la normativa vigente respecto a los procedimientos determinados.

En consecuencia, de acuerdo a lo expresado en los párrafos anteriores, queda abierta la posibilidad de acciones, omisiones y/o errores en los procedimientos y el incumplimiento de lo establecido en la normativa vigente, en perjuicio del erario público.

Muestra sobre Exenciones

El listado de anuncios exentos a la Contribución por Publicidad, vigentes durante el año 2.017 suministrados por la AGIP incluye 349 registros.

Se seleccionó una muestra aleatoria sobre bases estadísticas, a fin de verificar el cumplimiento normativo y los procedimientos efectuados para conceder las exenciones. La misma quedó constituida en un total de 74 registros.

De la realización del procedimiento descripto sobre los casos de la muestra refleja que las exenciones están concedidas de acuerdo con la normativa, pero se detectaron inconsistencias entre el listado de anuncios exentos suministrado por la AGIP y los incluidos en los registros en el Sistema GIT:

- 14 anuncios: en el sistema GIT no consta la referencia normativa por la cual fue otorgada la exención.
- 9 anuncios: en el listado de exentos no consta el número de CUIT del contribuyente. En el Sistema GIT consta el número de CUIT en 5 de los 9 anuncios.

IV. OBSERVACIONES

Manuales de procedimientos

1. No existen manuales de procedimientos aprobados formalmente para las actividades vinculadas a la Contribución por Publicidad.

La AGIP mantiene como referencia para los procedimientos de la Contribución por Publicidad, circuitos administrativos desactualizados que no contemplan las modificaciones en la estructura organizativa establecidas por las Resoluciones N° 376/AGIP/2.016 y 250/AGIP/2017.

Altas

2. Existen inconsistencias entre la información de la AGIP y de la DGOEP:

El listado con el detalle de las altas del año 2.017, suministrado por la AGIP contiene 2.378 registros que incluyen 521 correspondientes a altas de oficio. Resultando un total de 1.857 altas, excluidas las de oficio.

El listado con el detalle de los permisos otorgados sobre anuncios publicitarios durante el año 2.017, suministrado por la DGOEP contiene un total de 1.240 anuncios.

Lo observado evidencia una falta de comunicación y coordinación en el proceso de registro y control entre las áreas intervinientes de la AGIP y la DGOEP. El circuito es deficiente y no cumplen con lo establecido en la normativa vigente respecto a los procedimientos determinados.

En consecuencia, la situación expresada en los párrafos anteriores, deja abierta la posibilidad de acciones, omisiones y/o errores en los procedimientos y el incumplimiento de lo establecido en la normativa vigente, en perjuicio del erario público.

3. Los permisos otorgados por la DGOEP durante el año 2.017, a través de las correspondientes Disposiciones no se ven reflejados en el sistema GIT como altas generadas en ese periodo.

De los 15 casos analizados 9 presentan diferencias entre la información provista por la DGOEP y la AGIP:

- a) En 8 de los casos señalados anteriormente, los anuncios publicitarios se encuentran registrados en el sistema GIT con fechas de alta anteriores al año 2.017 ²:
 - Medianera - Disposición N° 19/2017 DGOEP- 5/1/2017
 - Medianera - Disposición N°71 DGOEP – 9/1/2017
 - Estructura s/terraza - Disposición N° 213 /2017 DGOEP
 - Estructura s/terraza - Disposición N° 693 /2017 DGOEP
 - Medianera - Disposición N° 1922/2017 DGOEP
 - Estructura s/terraza - Disposición N° 3723 /2017 DGOEP

² Como consecuencia de lo observado en esta auditoría y con posterioridad a la fecha de finalización de las tareas, las diferencias observadas en los 8 casos fueron subsanadas.

- Estructura s/terrazza - Disposición N° 4244 /2017 DGOEP
- Medianera – Disposición N° 4514 /2017 DGOEP

b) En 1 caso se verificó una diferencia significativa en la superficie del anuncio publicitario entre lo establecido en la Disposición 5350/2.017 DGOEP (510.88 m2) y lo registrado en el sistema GIT por parte de la AGIP (400 m2).

- Telón de obra publicitario–Disposición 5350/2017

Bajas

4. No se constató la inexistencia de los anuncios dados de baja en forma transitoria durante el año 2.017.

Los anuncios referidos corresponden los 32.980 dados de baja en forma transitoria como resultado de la depuración del padrón de contribuyentes de la Contribución por Publicidad.

Exenciones

5. En el año 2.017, las exenciones no se registraron en el sistema de Gestión Integral Tributaria (GIT). Las exenciones se asentaban en registros específicos.
6. La AGIP no lleva registro de los anuncios de las entidades públicas. Y en consecuencia, esos anuncios no están registradas en el sistema GIT.

Recursos Humanos

7. El personal del Departamento Publicidad y Antenas cuenta sólo con dos personas para realizar los relevamientos en la vía pública de las bajas solicitadas por los contribuyentes mediante aplicativo web. Esta situación, en función de la cantidad de bajas, provoca que el procedimiento para finalizar estas tramitaciones se demore excesivamente, además, se relaciona con lo expresado en la observación N° 4.

Presupuesto y Cuenta de Inversión 2.017

8. Las cifras incluidas en el Presupuesto del año 2.017 correspondientes a la Contribución por Publicidad han sido calculadas en exceso significativamente, tomando como referencia la recaudación en períodos anteriores y sin que

Departamento Actuaciones Colegiadas
INFORME FINAL
de la
Autoridad Gub. de la Ciudad de Bs. As.

existieran modificaciones sustantivas en el Código Fiscal o en la Ley Tarifaria que lo justificaran.

Sumado a lo expuesto anteriormente, se hicieron modificaciones presupuestarias que llevaron la meta financiera (Calculado Vigente) aún más alejada de las posibilidades reales de recaudación:

a) Presupuesto 2.017, en el Cálculo de Recursos:

- Contribución por Publicidad \$ 759.984.396,00

b) Cuenta de Inversión del año 2.017, en el Cálculo de Recursos:

- Calculado Inicial: \$ 759.984.396,00
- Calculado Vigente: \$ 1.003.604.156,00
- Realizado: \$ 213.924.093,68

Muestra sobre Altas, Bajas y Modificaciones

9. Se verificaron inconsistencias en el proceso de carga y registro de datos en el sistema GIT, en 36 de los 95 casos que componen la muestra:

a) 34 registros que presentaban deuda en el año 2017 no se encontró ninguna referencia de intimaciones al pago de las mismas. No está contemplada la registración de esta información en el GIT.

b) 2 registros no se encontraban actualizados o presentaban errores de carga en el sistema GIT, de acuerdo a las siguientes verificaciones:

- Anuncio N° 175007759 - Se presentó por error como anuncio publicitario, siendo un dominio perteneciente a una patente. Anuncio N° 175007759
- Anuncio N° 175008690 - Fue dado de baja por error en la carga. No se visualizaron movimientos en la cuenta corriente consolidada.

Muestra sobre Exenciones

10. No hay correspondencia entre la información provista por la AGIP y los registros en el sistema GIT. Los registros en el sistema GIT se encuentran desactualizados y no se corresponden entre las diferentes opciones de consulta.

- En 14 registros de la muestra no consta en el sistema GIT, la referencia normativa pertinente por la cual se otorgaron las exenciones.
- En el listado de exenciones provisto por la AGIP se registraron 9 casos sin el número de CUIT del contribuyente o responsable del anuncio. En el

sistema GIT en 5 de los 9 registros se refleja el número de CUIT correspondiente al titular del anuncio.

V. RECOMENDACIONES

La numeración de las recomendaciones guarda relación con la de las observaciones.

1. Elaborar y aprobar formalmente manuales de procedimientos para las actividades vinculadas a la Contribución por Publicidad.
2. y 3. Con el objetivo de mantener uniformados los registros sobre las características y estados de los anuncios publicitarios, entre las áreas intervinientes responsables de la Contribución por Publicidad y del otorgamiento de los permisos de Anuncios Publicitarios en la Vía Pública, de la AGIP y la DGOEP, respectivamente, elaborar y coordinar una comunicación formal para el intercambio de la información correspondiente a los procesos de registro y control de los mismos, de acuerdo con lo establecido en la normativa vigente.
4. y 7. Planificar las tareas necesarias para constatar la inexistencia de los anuncios dados de baja en forma transitoria durante el año 2017, evaluando la necesidad de personal. Con el objetivo de determinar la condición de esos anuncios como bajas definitivas o regularizar la situación en relación a la Contribución por Publicidad, según corresponda.
5. 6. y 10. Registrar y mantener actualizada la información en el sistema GIT de los anuncios exentos a la Contribución por Publicidad, como también aquellos correspondientes a las entidades públicas. Indicar en cada caso la referencia normativa correspondiente a la exención.
8. Estimar las cifras que se incluirán en el presupuesto como Recurso de la Contribución por Publicidad de acuerdo a lo realizado en el ejercicio anterior, proyectando los incrementos de acuerdo a las expectativas de recaudación por posibles variaciones por modificaciones en los valores de las tarifas o cambios tributarios.
9. En aquellos casos en que se intimen a los contribuyentes para la regularización de su deuda, asentar en el Sistema GIT la información de haberla emitido, en el registro de cada uno de esos anuncios.

VI. CONCLUSIÓN

En base a las tareas efectuadas para evaluar la legalidad y la gestión de la AGIP sobre los procedimientos de registro, control y recaudación de la Contribución por Publicidad del año 2.017, se concluye que el organismo auditado ha llevado adelante acciones para el cumplimiento de los objetivos institucionales. Sin embargo, en relación a los objetivos presupuestarios se concluye que las cifras incluidas en el Cálculo de Recursos del Presupuesto del año 2.017 fueron calculadas en exceso significativamente y que no se correspondían con objetivos realizables.

Además de lo expuesto en el párrafo anterior, esta Auditoría General ha detectado falencias en los procedimientos que se describen en el presente informe, entre las cuales merecen destacarse las siguientes:

- Inconsistencias en la información sobre las altas de anuncios publicitarios entre la AGIP y de la DGOEP, lo que evidencia una falta de comunicación y coordinación en entre las áreas intervinientes.
- Demoras en la realización de los relevamientos en la vía pública de las bajas solicitadas por los contribuyentes mediante aplicativo web y de aquellas determinadas en la depuración del padrón. Esta situación es consecuencia de la escasa cantidad de personal designado para esas tareas. En el año 2017, el Departamento Publicidad y Antenas contaba con dos personas para la realización de esas tareas. En la actualidad, cuenta con cuatro.
- Falencias en las registraciones en el sistema de Gestión Integral Tributaria (GIT), de Altas, Bajas y Exenciones de anuncios publicitarios.

ANEXOS

- ANEXO I: Procedimientos Aplicados**
- ANEXO II: Marco Normativo**
- ANEXO III: Ley Tarifaria 2017 – Contribución por Publicidad**
- ANEXO IV: Exenciones del Código Fiscal**
- ANEXO V: Descripción de la Organización**
- ANEXO VI: Detalle de la Muestra**

ANEXO I**Procedimientos Aplicados**

Los procedimientos aplicados fueron, entre otros, los siguientes

- a) Análisis de informes de auditorías y relevamientos anteriores, efectuados por la AGCBA, sobre la Contribución por Publicidad.
- b) Recopilación y análisis de la normativa general (Código Fiscal, Ley tarifaria, etc.) y específica aplicable a los procedimientos de registro, control y recaudación de la Contribución por Publicidad del año 2.017.
- c) Relevamiento de los procedimientos de registro de altas, bajas y modificaciones.
- d) Relevamiento de los procedimientos de recaudación y su registro.
- e) Análisis de recaudación por Contribución por Publicidad del año 2.017 y comparación con el período anterior.
- f) Se requirieron y analizaron los padrones de contribuyentes, altas, bajas y modificaciones del año 2.017.
- g) Se analizaron las acciones realizadas, en relación a la Contribución por Publicidad del año 2.017 para el cumplimiento de los objetivos institucionales, la normativa y la recaudación estimada
- h) Se analizó la información presupuestaria y su ejecución del recurso tributario, en los aspectos vinculados con la Contribución por Publicidad del año 2.017.
- i) Se realizaron entrevistas con funcionarios responsables de las áreas involucradas en los.
- j) Se seleccionó una muestra aleatoria de 95 registros, a partir de 7.250 que componen las altas, bajas y modificaciones del año 2.017. Sobre los casos seleccionados se controló el cumplimiento de la normativa vigente.
- k) Se seleccionó una muestra aleatoria de 74 anuncios exentos, a partir del total informado por la AGIP que correspondían a 349 exenciones a la Contribución por Publicidad. Sobre los casos seleccionados se controló el cumplimiento de la normativa vigente.
- l) Se realizaron comparaciones entre las altas del año 2.017 registradas por la AGIP con los permisos otorgados por la Dirección General de Ordenamiento del Espacio Público.

Las tareas de campo de auditoría se desarrollaron entre el 28 de junio de 2.018 y el 6 de febrero de 2.019.

Departamento Actuaciones Colegiadas
INFORME FINAL
de la
Autoridad Gremial de la Ciudad de Bs. As.

ANEXO II

Marco Normativo

TIPO DE NORMA	NÚMERO	FECHA (*)	DESCRIPCIÓN
Normativa General de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires			
Constitución C.A.B.A.		10/10/1996	
Ley	70	29/09/1998	Sistema de Gestión, Administración Financiera y Control del Sector Público de la Ciudad.
Decreto	1.000	31/05/1999	Reglamenta la Ley N° 70
Ley	2.603	9/01/2008	Creación de la Administración Gubernamental de Ingresos Públicos de la Ciudad de Buenos Aires.
Decreto	745	30/06/2008	Reglamenta Ley N° 2603 - Creación de la Administración Gubernamental de Ingresos Públicos.
Decreto	329	3/06/2016	Modifica la estructura organizativa del Ministerio de Ambiente y Espacio Público.
Normativa Estructura Organizativa AGIP			
Resolución AGIP	376	10/08/2016	Modifica la Estructura organizativa de la Dirección General de Rentas.
Resolución AGIP	250	25/07/2017	Aprueba la Estructura Orgánica-Funcional de la Dirección General de Rentas.
Normas Específicas de la Contribución por Publicidad			
<u>Código Fiscal 2017 (T.O.)</u>			
Decreto	110	28/03/2017	Artículos pertinentes: 55, 56 y 405 a 416 inclusive.
<u>Ley Tarifaria 2017</u>			
Ley	5.723	28/12/2016	Artículos pertinentes: 121 a 126 inclusive.

TIPO DE NORMA	NÚMERO	FECHA (*)	DESCRIPCIÓN
Resolución Conjunta SSCC/DGR	28	25/06/2004	Aprueba la nueva modalidad de tramitación de anuncios publicitarios y de la contribución por publicidad.
Disposición DGHP	1.186	19/07/2004	Introduce ajustes en los requerimientos exigidos para la tramitación de Permisos Publicitarios y modificaciones en el circuito administrativo sobre la Resolución N°28/SSCC/2004
Resolución AGIP	66	23/02/2010	Establece un régimen de retención de la Contribución por Publicidad, aplicable en las operaciones por las que se contraten espacios de publicidad, alcanzados por dicho tributo
Resolución AGIP	146	30/03/2010	Modifica la Resolución N°66/AGIP/2010
Resolución DGR	1408	23/04/2010	Reglamenta el procedimiento administrativo que regula el régimen de retención, a fin de dar debido cumplimiento con el mismo (Resolución 66/AGIP/2010).
Resolución AGIP	263	14/05/2010	Incorpora y excluye Agentes de Retención de la Contribución por Publicidad, vigencia a partir del 01 de Julio de 2.010
Resolución AGIP	268	24/04/2014	Incorpora y excluye Agentes de Retención de la Contribución por Publicidad, vigencia a partir del 01 de Mayo de 2.014.
Resolución AGIP	318	04/07/2016	Aprueba el aplicativo bajas web de anuncios página web.agip.gov.ar . El uso obligatorio declaración jurada cese de hecho imponible contribución por publicidad.
Normas de Publicidad Exterior			
Ley	2.936	01/09/2008	Tiene por objeto regular las condiciones de la actividad publicitaria exterior, con el fin de proteger, promover y mejorar los valores del paisaje urbano y de la imagen de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

TIPO DE NORMA	NÚMERO	FECHA (*)	DESCRIPCIÓN
			Quedan sometidas a las disposiciones de esta Ley toda actividad publicitaria que se desarrolle y se perciba en el espacio público cualquiera sea el sistema utilizado para la transmisión del mensaje y las condiciones de colocación, conservación y retiro de instalaciones y/o elementos publicitarios mediante los cuales se desarrolla y materializa la actividad objeto de la presente. Quedan exceptuadas de los términos de la misma, la actividad publicitaria que esté específicamente regulada.
Ley	3.136	04/09/2009	Modifica los siguientes artículos de la Ley N° 2936: 4, 5,12 y 21. Deroga la Disposición Transitoria Segunda.
Normativa Reglamentaria a la Ley 2936/08			
Disposición DGEOP	6.160	28/10/2010	Reglamenta el art. 12 de la Ley 2936/GCBA/2009 en el sentido de que el requisito de los doscientos metros debe evaluarse tomando como kilómetro cero al Congreso de la Nación y trazando a partir de allí líneas hacia fuera de la CABA, pudiendo ubicarse el primer dispositivo en el punto sobre la avenida correspondiente más cercano al Congreso de la Nación que no tenga ningún otro impedimento para su ubicación.
Normas que Integran la Ley 2936/08.			
Disposición DGEOP	2.010	02/08/2013	Establece pautas para la colocación de anuncios publicitarios electrónicos, distritos área de protección histórica, área de arquitectura especial, área de urbanización determinada u edificios corporativos de características arquitectónicas modernas y superficie que no supere el cinco por ciento de la

TIPO DE NORMA	NÚMERO	FECHA (*)	DESCRIPCIÓN
			fachada. Análisis de la comisión de paisaje urbano. Ministerio de ambiente y espacio público
Disposición DGEOP	3.152	06/11/2013	Autoriza a las casas de alojamiento, hospedajes y hoteles el emplazamiento de toldos rebatibles en las fachadas principales de sus edificios desde la línea municipal y hasta una distancia de 50 cm de la arista del cordón del pavimento. En calles arboladas o con sostenes de instalaciones públicas, la saliente de los toldos sólo podrá alcanzar el alineamiento interior de los troncos o de los sostenes sin tocarlos.
Normativa que Complementa la Ley 2936/08.			
Disposición DGEOP	206	28/02/2014	Se aprueba el procedimiento para la solicitud de los permisos especiales contemplados en el art. 18° de la Ley N° 2.936, el cual como Anexo I forma parte integral de la presente.
Disposición DGEOP	1364	25/06/2014	Ordena a las empresas inscriptas en el Registro del Instalador o Matriculado Publicitario a presentar ante la Dirección General de Ordenamiento del Espacio Público un dictamen técnico suscripto por arquitecto o ingeniero que dé cuenta del buen estado de mantenimiento, conservación y condición de seguridad de la totalidad de las estructuras sobre techos, terrazas y azoteas, medianeras y columnas en interior de predios de su titularidad, el cual deberá ser ingresado con carácter obligatorio hasta el día 5 de enero de cada año calendario.
Disposición DGEOP	706	18/05/2016	Aprueba el protocolo para la tramitación, el otorgamiento de permisos y la fiscalización de eventos, diversiones o actos en el espacio

TIPO DE NORMA	NÚMERO	FECHA (*)	DESCRIPCIÓN
			público, que como forma parte integrante de la presente. Aprueba el modelo de Acta Compromiso, que como forma parte integrante de la presente, como requisito para la tramitación de los permisos de uso para la realización de eventos, diversiones o actos en el espacio público.
Normas que Modifican la Ley 2936/08.			
Ley	3.128	04/09/2009	Se incorpora como Disposición Transitoria Segunda de la Ley N° 2936 el siguiente texto: Lo establecido en el art. 44 de la presente Ley no será de aplicación, con referencia a lo normado por la Ordenanza N°41.115 en materia de marquesinas, hasta tanto se sancione una ley específica sobre la materia.
Ley	3.136	04/09/2009	Modifica los apartados de la Ley N° 2.936 de publicidad exterior, toldos fijos, móviles, rebatibles, marquesinas lonas, material flexible soportes permiso para frontales salientes toldos y marquesinas
Ley	3.570	11/11/2010	Determina la síntesis de la actividad publicitaria exterior. Infracciones sanciones, la instalación de marquesinas, carteles, las actas de comprobación, anuncios en terrazas, azoteas y techos. Plazos, intimación y clausuras
Ley	3.808	12/07/2011	Modifica la Ley N° 2936, en los art. 8,9 acápite 1 y 2 e incorpora el art 32 bis.0
Ley	4.118	24/01/2012	Regula la Actividad Publicitaria Exterior. Estructuras Portantes Publicitarias. Anuncios luminosos y o animados y o electrónicos.
Ley	4.484	30/01/2013	Se declara a los kioscos de venta de diarios y revistas y puestos

TIPO DE NORMA	NÚMERO	FECHA (*)	DESCRIPCIÓN
			de exhibición, venta de flores naturales como elementos de mobiliario urbano.
Ley	4.486	23/01/2013	Establece las prohibiciones y promoción explícita o implícita de la oferta sexual. Comercio sexual contenido y lesiones a la dignidad de las personas. Sanciones.
Otras Normas Relacionadas			
Ley	451	06/10/2000	Régimen de faltas de la Ciudad de Buenos Aires.
Ley	1.472	28/10/2004	Apruébese el Código Contravencional de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, se deroga el Código de Convivencia.
Ley	2.604	22/01/2008	Créase el Nuevo Registro del Instalador o Matriculado Publicitario en el cual deberán inscribirse obligatoriamente todos los sujetos de la actividad publicitaria conforme a lo establecido en el art. 13.1.3 de la Ordenanza N° 41.115/85 (B.M. N° 17.733).

(*) Fecha de Publicación en el Boletín Oficial de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires

ANEXO III

Ley Tarifaria 2017 – Contribución por Publicidad

Artículo 121.- Por la publicidad efectuada por anuncios en o con destino a la vía pública, que se perciba desde la vía pública, o en lugares de acceso público, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 400 del Código Fiscal, se paga una contribución por cada metro cuadrado o fracción de superficie, de acuerdo al tipo y características a los cuales respondan.

En el caso de publicidad pintada o fijada de cualquier modo en puertas, ventanas o vidriera de locales comerciales, siempre que no se refieran a marcas, actividades, productos o servicios que en ellos se ofrecen o venden, cuando en su conjunto no superen el metro cuadrado, cada anunciante pagará por local comercial con actividad, por año o fracción.

El mismo tratamiento reciben los anuncios colocados en el interior de los estadios deportivos de fútbol o cualquier otro lugar donde se desarrollen espectáculos públicos, y en las estaciones de subterráneos.

Los anuncios que poseen más de una de las características o tipos enunciados a continuación pagan de acuerdo con la mayor tarifa:

CARACTERÍSTICAS

TIPOS	SIMPLES	ANIMADOS			
	PINTADOS LEYENDAS	ILUMI- NADOS	LUMI- NOSOS	ELECTRÓNICOS C/desplazam (Scrolling)	MIXTO
Medianera	750,00	850,00			
Frontal	385,00	515,00	750,00	930,00	875,00
Marquesinas	600,00	740,00	1.000,00		
Letras sueltas corpóreas	200,00	300,00	400,00		600,00
Toldos con publicidad	465,00				
Saliente	515,00	895,00	895,00	1.075,00	970,00
Columnas publicitarias en interior de predio	1.700,00	1.900,00	2.200,00	2.550,00	2.350,00
Estructura de sostén s/terrazza	900,00	1.000,00	1.500,00	2.000,00	2.400,00

Departamento Actuaciones Colegiadas
INFORME FINAL
 de la
 Autoridad Grial, de la Ciudad de Bn. Ais.

TIPOS	SIMPLES	ANIMADOS			
	PINTADOS LEYENDAS	ILUMI- NADOS	LUMI- NOSOS	ELECTRÓNICOS C/desplazam (Scrolling)	MIXTO
Cartelera porta afiche en vallas provisorias muros de predios baldíos	80,00	105,00	140,00	200,00	
Publicidad en estadios de fútbol de primera división "A" y lugares donde se desarrollen espectáculos públicos	460,00	565,00	740,00	1.020,00	1.230,00
Publicidad en estaciones de subterráneos	70,00	90,00	165,00	210,00	235,00
Letreros ocasionales	385,00	515,00	600,00		695,00
Publicidad en playas de estacionamiento que cuenten con más de 100 metros lineales	1.700,00	1.900,00	2.200,00	2.300,00	2.350,00

Cifras expresadas en pesos (\$)

Publicidad a que se refiere el 2° párrafo del presente artículo.....\$ 32,50
por local comercial con actividad, por año o fracción.

Artículo 122.- Para determinar la tarifa correspondiente a cada zona, se aplican los
siguientes coeficientes:

ZONA I: 1,5

ZONA II: 1,0

Artículo 123.- Las zonas a que se refiere el artículo anterior son las siguientes:

ZONA I: Dársena Sur y Agustín R. Caffarena, Wenceslao Villafañe, Palos, Pedro de Mendoza, Irala, Olavarría, Av. Montes de Oca, Au. 25 de Mayo, Lima, Estados Unidos, Salta, México, Pasco, Av. Belgrano, Pichincha, Moreno, Matheu, Hipólito Irigoyen, Alberti, Tte. Gral. Juan D. Perón, Junín, Tucumán, Ayacucho, Paraguay, Av. Callao, Juncal, Ayacucho, Peña, Agüero, Juncal, Billingham, Av. Santa Fe, Jerónimo Salguero, Güemes, Armenia, Nicaragua, Thames, Charcas, Vías del Ex Fcc. Mitre, Soler, Olleros, Av. Cabildo, La Pampa, Amenábar, Blanco Encalada, 11 de Septiembre, Av. Crisólogo Larralde, 3 de Febrero, Av. General Paz, Río de la Plata. Para las arterias mencionadas, incluye frentistas de ambos márgenes.

ZONA II: Resto de la Ciudad

Los carteles o anuncios etc., que pudieran resultar incluidos en más de una zona, pagarán la mayor de las tarifas correspondientes.

Artículo 124.- Los anuncios colocados en el mobiliario urbano expresamente autorizados por el Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, abonan anualmente, por metro cuadrado y/o fracción equivalente a un metro cuadrado, por cada cara:.....\$ 80,00

Artículo 125.- Publicidad en Mesas, Sillas, Heladeras, Hamacas y Sombrillas ubicadas en la Vía Pública pertenecientes a locales gastronómicos.

La publicidad en mesas, sillas y sombrillas de locales gastronómicos, ubicadas de acuerdo a lo establecido en el Anexo II de la Ordenanza N° 34.421(Texto Consolidado por Ley 5454), con publicidad sobre la superficie de exposición abonará anualmente por metro cuadrado o fracción la suma de.....\$250,00

Artículo 126.- Por los anuncios colocados en los medios de transporte público de pasajeros y en los servicios urbanos especiales (Charters), cualquiera sea su ubicación, se abona por unidad y por año la suma de.....\$ 955,00

Artículo 127.- Los anuncios colocados en automóviles de alquiler con taxímetro, abonarán anualmente por unidad y por metro cuadrado la suma de.....\$ 540,00

Artículo 128.- Por el otorgamiento de la matrícula publicitaria (Código de la Publicidad -Ordenanza N° 33.906 y Ley 2936 (Texto Consolidado por Ley 5454) se abona en concepto de derecho.....\$ 2.280,00

Departamento Actuaciones Colegiadas
INFORME FINAL
de la
Autoridad Grial, de la Ciudad de Bn. Ais.

ANEXO IV

Exenciones del Código Fiscal

(T.O. 2017)

a) **EXENCIONES GENERALES****Enunciación:**

Artículo 43 - Están exentos del pago de los tributos establecidos por el presente Código con la limitación dispuesta por el artículo 180 y con excepción de aquellos que respondan a servicios especiales efectivamente prestados, salvo para el caso previsto en el artículo 29 de la Ley Nacional N° 20.321 y modificatorias:

1. El Estado Nacional, las Provincias, el Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y las municipalidades, sus dependencias, reparticiones autárquicas y descentralizadas, la Corporación Buenos Aires Sur Sociedad del Estado y el Fideicomiso creado por Decreto N° 2.021/GCBA/2001.

Esta exención no alcanza al Impuesto Inmobiliario y la Tasa Retributiva de los Servicios de Alumbrado, Barrido y Limpieza, Mantenimiento y Conservación de Sumideros, establecida en el punto b) del artículo 266 del Código Fiscal, salvo para el Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, la Corporación Buenos Aires Sur Sociedad del Estado y el Fideicomiso creado por Decreto N° 2.021/GCBA/2001.

2. Las representaciones diplomáticas y consulares de los países extranjeros acreditados ante el Gobierno de la República, dentro de las condiciones establecidas por la Ley Nacional N° 13.238 y por el Decreto-Ley N° 7.672/63 que aprueba la Convención de Viena sobre Relaciones Diplomáticas.

3. Las entidades religiosas debidamente registradas en el organismo nacional competente.

4. Las asociaciones vecinales y las asociaciones o cooperadoras de ayuda a la acción hospitalaria, reconocidas por el Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

5. Las asociaciones mutualistas constituidas de conformidad con la legislación vigente, con excepción de las operaciones realizadas en materia de seguros las que están sujetas al Impuesto sobre los Ingresos Brutos.

6. Las cooperadoras escolares reconocidas por autoridad competente.

7. Las asociaciones profesionales de trabajadores y las asociaciones sin fines de lucro representativas de profesiones universitarias.

8. El Patronato de la Infancia. Ley Nacional N° 26.610.
 9. El Patronato de Leprosos.
 10. Asociación para la Lucha contra la Parálisis Infantil (ALPI).
 11. El Consejo Federal de Inversiones.
 12. La Cruz Roja Argentina.
 13. Las Obras y Servicios Sociales, que funcionan por el régimen de la Ley Nacional N° 23.660, las de Provincias, Municipalidades y las previstas en la Ley Nacional N° 17.628. Para el Impuesto sobre los Ingresos Brutos, esta exención no alcanza, los ingresos provenientes de adherentes voluntarios, sujetos al Régimen de Medicina Prepaga o similares en cuyo caso será de aplicación el tratamiento vigente para ellas.
 14. Los partidos políticos legalmente constituidos.
 15. Clubes que no estén federados a las respectivas ligas profesionales y cumplan funciones sociales en su radio de influencia.
- La exención alcanza a los clubes federados siempre que no posean deportistas que perciban retribución por la actividad desarrollada.
16. Los organismos internacionales de los cuales forme parte la República Argentina.
 17. Las empresas recuperadas y reconocidas como tales por el Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, en tanto mantengan tal condición.
 18. La Asamblea Permanente por los Derechos Humanos.
 19. La Caja Notarial Complementaria de Seguridad Social para Escribanos de la Ciudad de Buenos Aires creada por la Ley Nacional N° 21.205.
 20. Servicios de Paz y Justicia -SERPAJ-.
 21. Coordinación Ecológica Área Metropolitana S.E. -CEAMSE-.
 22. Ente Nacional de Alto Rendimiento Deportivo -ENARD-.
 23. Autopistas Urbanas S.A. -AUSA-.
 24. Instituto de Vivienda de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y los fideicomisos que estructure y/o participe de conformidad con la Ley N° 1.251(texto consolidado por la Ley N° 5.454).
 25. Agencia de Bienes Sociedad del Estado

La exención mantendrá su vigencia, siempre que los beneficiarios cumplan con sus objetivos y que no se introduzca modificación normativa que derogue la franquicia.

La presente exención alcanza también a los Derechos de Delineación y Construcción y Tasa de Verificación de Obra establecidos en el Título IV del presente Código.

Exención para entidades públicas:

Artículo 44 - A los efectos de gozar de la exención dispuesta en el inciso 1 del artículo 43, el Estado Nacional, las Provincias, Municipalidades, sus dependencias, reparticiones autárquicas y descentralizadas, deberán informar a la Administración Gubernamental de Ingresos Públicos cuáles son los bienes sujetos a su titularidad.

No están alcanzados por la exención fijada por el artículo en mención:

1. Los titulares de concesiones, licencias y/o permisos municipales, nacionales, provinciales y del Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, con excepción de las personas con discapacidad debidamente acreditadas, de conformidad con lo establecido en el artículo 298 in fine del presente Código.
2. Las concesionarias y/o prestatarias de servicios públicos privatizados por el Estado Nacional, Provincial y/o Municipal, cualquiera sea la forma jurídica en la que se encuadran, a tal fin.
3. Los fideicomisos.

Aranceles preferenciales para los organismos de la Ciudad:

Artículo 45 - Los organismos propios del Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires tendrán derecho a aranceles preferenciales para aquellos servicios efectivamente prestados, en la medida en que así lo prevea el respectivo ordenamiento tarifario.

Empresas y organismos alcanzados por la Ley Nacional N° 22.016:

Artículo 46 - Las empresas y organismos alcanzados por la Ley Nacional N° 22.016 deben abonar todas las obligaciones fiscales emergentes de las disposiciones contenidas en el presente Código.

Autorízase al Poder Ejecutivo para propiciar ante la Legislatura de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires convenios con las empresas y organismos precitados compensando los gravámenes que ellas deben abonar con las tarifas de los servicios que presten al Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

Requisitos para las entidades públicas:

Artículo 47 - El Estado Nacional, las Provincias, las Municipalidades, sus dependencias, reparticiones autárquicas y descentralizadas, para hallarse alcanzadas por la exención que establece el artículo 43, deberán formular el pedido de la misma, acompañando un certificado expedido por el Registro de la Propiedad Inmueble o bien la fotocopia de la escritura traslativa de dominio con la constancia del asiento registral en el aludido Registro, acreditando mediante tales documentos, la titularidad del bien, sobre el que se solicita la exención. En el supuesto de que existan causales por las que dichos bienes no se encuentren inscriptos registralmente, podrá acreditarse la titularidad a través de otro medio fehaciente.

Facultase a la Administración Gubernamental de Ingresos Públicos a dar de baja las exenciones que se encuentren registradas ante este organismo, en aquellos casos en que no acredite la titularidad del dominio dentro del plazo de ciento ochenta (180) días, contados a partir de la entrada en vigencia de este Código.

Requisitos en casos de entidades privadas:

Artículo 48.- Las entidades privadas comprendidas por el artículo 43 que se presenten por primera vez solicitando se las declare alcanzadas por la exención, al formular el pedido deben acompañar un certificado expedido por el organismo oficial competente que acredite que funcionan en la calidad indicada.

Dichos pedidos se resuelven directamente por la Administración Gubernamental de Ingresos Públicos, la que ha de llevar un registro de entidades liberadas.

La presentación debe realizarse dentro del primer trimestre del año para que ella produzca efectos por todo el período fiscal, transcurrido dicho plazo el beneficio se concederá a partir del mes siguiente al de la fecha de solicitud, debiendo ingresarse los tributos en proporción al tiempo transcurrido.

Exención para entidades que acrediten el cumplimiento de los fines para los cuales fueron creadas:

Artículo 49.- Están exentas del pago de los tributos establecidos en el presente Código con la limitación dispuesta por los artículos 50 y 180 y con excepción de aquellos que respondan a servicios y servicios especiales efectivamente prestados, las siguientes entidades, siempre que acrediten el cumplimiento de los fines de su creación:

1. Las bibliotecas populares, reconocidas por la Comisión Protectora de Bibliotecas Populares Ley Nacional N° 419 y su modificatoria Ley Nacional N° 23.351.
2. Las instituciones de beneficencia o solidaridad social.

3. Las asociaciones protectoras de animales.
4. Las entidades culturales o científicas que no persiguen fines de lucro.

Esta exención se renueva por períodos de diez (10) años, pero queda sin efecto de producirse la modificación de las normas bajo las cuales se acuerda o de las condiciones que le sirven de fundamento. Dicho período alcanza también a las ya otorgadas, contándose el plazo decenal desde el momento del otorgamiento original.

La exención y la renovación se disponen por resolución de la Administración Gubernamental de Ingresos Públicos.

Limitación. Exenciones:

Artículo 50 - Las exenciones previstas en el inciso 7 del artículo 43 y en el inciso 3 del artículo 179, no alcanzan al Impuesto sobre los Ingresos Brutos salvo en los ingresos por locación de inmuebles que pudiera corresponder por el ejercicio de actividades que encuadrándose dentro de las disposiciones del Título II de este Código, son extrañas a la naturaleza y a los fines de las entidades beneficiarias de tales exenciones. Tampoco alcanza al Impuesto Inmobiliario y a la Tasa Retributiva de los Servicios de Alumbrado, Barrido y Limpieza, Mantenimiento y Conservación de Sumideros establecida en el punto b) del artículo 266 del Código Fiscal, que graven los inmuebles en los que se desarrollen total o parcialmente dichas actividades, ni el gravamen de Patentes sobre Vehículos en General que recaiga sobre aquellos vehículos que total o parcialmente se hallen afectados al ejercicio de las mismas.

La exención prevista en los incisos 3 del artículo 43 y 20 del artículo 179 del presente Código, no alcanza al Impuesto sobre los Ingresos Brutos respecto a los ingresos derivados de actividades industriales y/o de servicios o comerciales dirigidas al público masivo y que impliquen competencia comercial. La exención tampoco alcanza a los restantes tributos sobre los bienes utilizados para desarrollar las actividades que generan los ingresos no alcanzados por la exención.

Con referencia a las “Salas de Recreación”-Ordenanza N° 42.613 (texto consolidado por la Ley N° 5.666)- no regirán ninguna de las exenciones previstas en los artículos 43, 49, e incisos 3 y 20 del artículo 179.

Las exenciones dispuestas en este Capítulo no alcanzan a los hospitales Español, Británico de Buenos Aires, Italiano, Sirio Libanés y Alemán con respecto al Impuesto sobre los Ingresos Brutos, los que tributarán el gravamen de acuerdo con la alícuota establecida por la Ley Tarifaria.

Las exenciones previstas en este Código respecto de impuestos empadronados mantienen su vigencia si en caso de existir otro contribuyente y/o responsable

obligado al pago del impuesto por el mismo hecho imponible, no registra deuda líquida y exigible por dicho tributo.

Las universidades privadas y las instituciones de enseñanza terciaria de carácter privado no están alcanzadas por ninguna exención en lo que respecta al Impuesto Inmobiliario y a la Tasa Retributiva de los Servicios de Alumbrado, Barrido y Limpieza, Mantenimiento y Conservación de Sumideros establecida en el punto b) del artículo 266 del Código Fiscal y Adicional Ley Nacional N° 23.514, cualquiera sea la forma jurídica en la que se encuadren para llevar a cabo dicha actividad.

Las exenciones dispuestas en este Capítulo no alcanzan a la tasa de justicia.

Requisitos y plazo para gestionar la exención o su renovación:

Artículo 51- Las entidades que gestionen la exención prevista en el artículo 49 con las limitaciones del artículo 50, o su renovación, deben acompañar la siguiente documentación:

1. Certificado de personería jurídica en los casos que corresponda, actualizado y expedido por autoridad competente.
2. Un ejemplar de los estatutos y de la última memoria y balance general.

La presentación debe realizarse dentro del primer trimestre del año para que ella produzca efectos por todo el período fiscal. La exención es resuelta por la Administración Gubernamental de Ingresos Públicos.

En caso de requerirse tardíamente, el beneficio entra en vigor a partir del mes siguiente al de la fecha de solicitud, debiendo ingresarse los tributos en proporción al tiempo transcurrido.

Exención al Banco de la Provincia de Buenos Aires:

Artículo 52 - El Banco Provincia de Buenos Aires está exento del pago de todos los gravámenes locales, con excepción del Impuesto Inmobiliario y la Tasa Retributiva de los Servicios de Alumbrado, Barrido y Limpieza, Mantenimiento y Conservación de Sumideros establecida en el punto b) del artículo 266 del Código Fiscal y de todos aquellos que respondan a un servicio efectivamente prestado o a una Contribución de Mejoras.

Fijación de plazo:

Artículo 53- Las personas y entidades privadas exentas por las disposiciones del presente Capítulo están obligadas a declarar dentro de los treinta (30) días de

producido, cualquier cambio que signifique variar las condiciones que dan lugar a la exención.

El sujeto privado exento por alguno de los artículos del presente Capítulo deberá declarar ante la Administración Gubernamental de Ingresos Públicos los bienes de su propiedad alcanzados por la exención dentro de los treinta (30) días de notificada la resolución que concede la exención.

La omisión de las declaraciones establecidas precedentemente hace pasible al responsable de una multa por incumplimiento de los deberes formales, sin perjuicio de las sanciones que corresponden por omisión o defraudación y el pago de los gravámenes e intereses adeudados.

La Administración Gubernamental de Ingresos Públicos dejará sin efecto las exenciones anteriores, que se hubieran concedido en virtud de lo dispuesto por el presente Código y normas anteriores cuando los beneficiarios de las franquicias no cumplan con los requerimientos efectuados por el N° 4878 - 9/5/2016 Boletín Oficial de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires N°3333 organismo, para constatar la permanencia de las condiciones que dieron lugar al otorgamiento de la liberalidad.

Certificación de Exención:

Artículo 54 - A los efectos de la exteriorización de la exención ante terceros, en los casos en que sea necesario, los beneficiarios de las mismas entregarán:

- a. Respecto de las exenciones que operan de pleno derecho: nota con carácter de declaración jurada donde se haga mención a la norma que resulta de aplicación.
- b. Respecto de las restantes exenciones: copia de la resolución del organismo fiscal que reconoció la exención.

A todos los efectos, los terceros deberán conservar en archivo la documentación mencionada anteriormente.

b) EXENCIONES ESPECÍFICAS DEL PAGO DE LA CONTRIBUCIÓN POR PUBLICIDAD

Exenciones: Artículo 416 - Están exentos del pago de este gravamen:

1. Los anuncios cuya colocación obedece a una exigencia reglamentaria.
2. La publicidad impresa o grabada en las mercaderías y vinculadas a la actividad del establecimiento.
3. Los anuncios instalados en el interior de locales que reciban concurso público, incluidos los pintados o fijados en sus puertas, ventanas o vidrieras, siempre que se

refieran a la actividad que en tales locales se ejerce o a los productos o servicios que en ellos se ofrecen o venden.

4. La publicidad que se efectúe en el interior y frente de las salas de espectáculos públicos, y que se refieren exclusivamente a las actividades o funciones que allí se realicen (excluyendo el nombre de la sala).

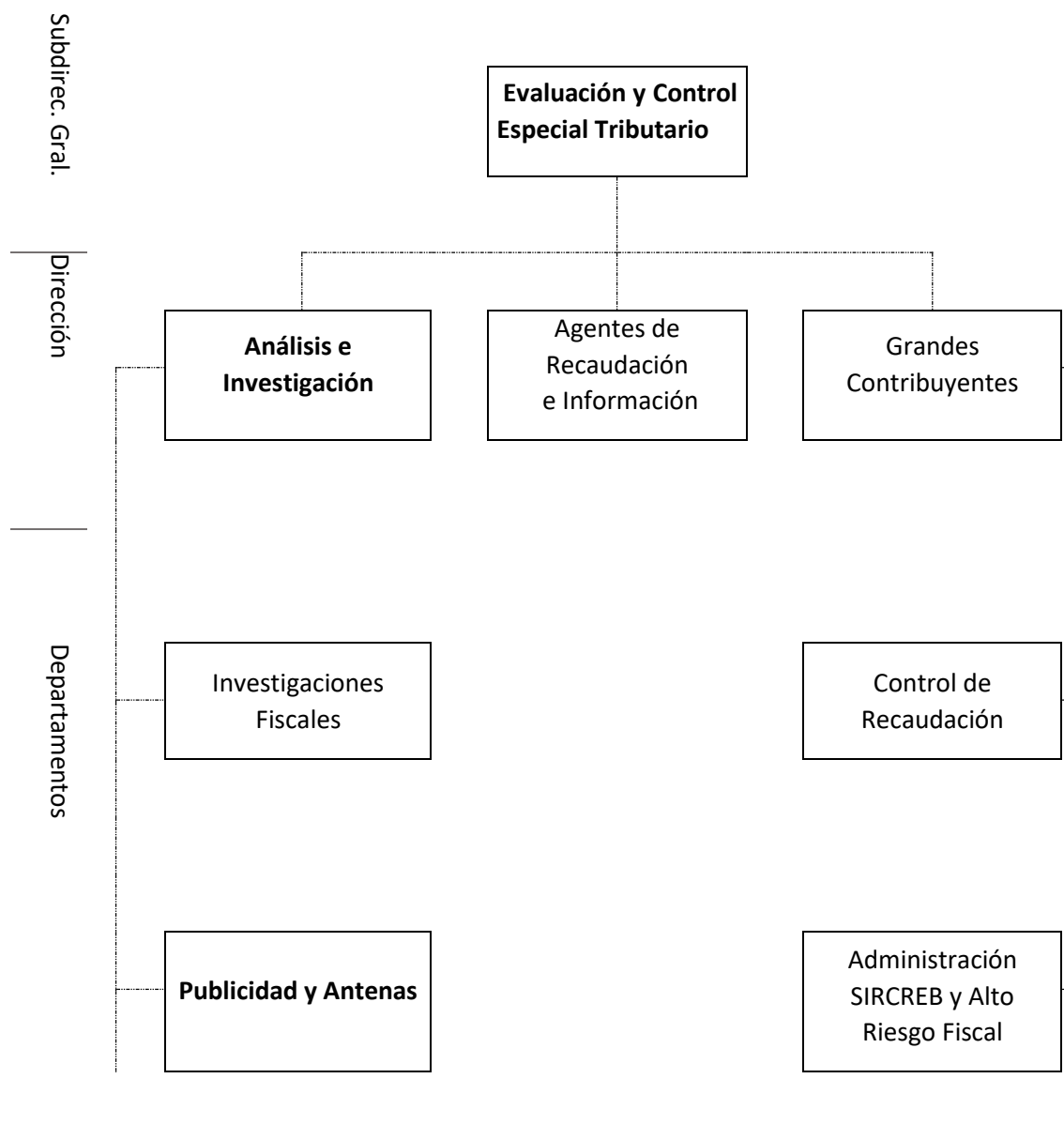
5. Los anuncios publicitarios libres sin uso con leyendas del tipo “disponible”, “llamar al...”, o con números telefónicos para la contratación de los mismos. Esta exención no podrá exceder en ciento ochenta (180) días por período fiscal y se implementará por expreso pedido de los responsables de los mismos, que no deberán tener deuda exigible al momento de la solicitud, revistiendo la misma carácter transitorio.

6. Los anuncios que difundan actividades culturales, solidarias o de bien público, sin auspicio comercial.

ANEXO V**Descripción de la Organización**

AGIP: Subdirección General de Evaluación y Control Especial Tributario. Dirección Análisis e Investigación. Departamento Publicidad y Antenas

- a) Vigente desde 1º de septiembre de 2016 hasta el 24 de julio de 2017. (Resolución N° 376/AGIP/2016)



Fiscalización
Electrónica

Subdirección General de Evaluación y Control Especial Tributario

- Definir las estrategias respecto de las investigaciones vinculadas con los comportamientos de los contribuyentes en los diferentes sectores de actividad económica.
- Implementar mecanismos de intercambio de información con organismos fiscales, áreas de la Dirección General de Rentas y terceros.
- Elaborar planes de fiscalización vinculados con el universo de los Grandes Contribuyentes y los Agentes de Recaudación.
- Elaborar planes de fiscalización vinculados con los procesos de fiscalización electrónica.
- **Dirigir y controlar el proceso de aplicación, percepción y rendición de los gravámenes sobre Estructuras, Soportes o Portantes de Antenas y la Contribución por Publicidad. Definir las acciones de investigación tendientes a promover la generación de percepción de riesgo en cabeza de los contribuyentes.**
- Dirigir el análisis de las situaciones controvertidas y definir las acciones a desarrollar en cada caso.
- Supervisar el análisis y evaluación de las solicitudes de mayor alcance para la generación de cargos de inspección.

Dirección Análisis e Investigación

- Proponer y coordinar la implementación de mecanismos de intercambio de información con organismos de recaudación, control e investigación, otras áreas de la Dirección General de Rentas, terceros y contribuyentes.
- Asesorar e intervenir en el análisis de situaciones controvertidas, emergentes de las investigaciones realizadas, elevando los informes pertinentes con el fin de facilitar la definición de las acciones a tomar en cada caso.

Departamento Actuaciones Colegiadas
INFORME FINAL
de la
Autoridad Gub. de la Ciudad de Bs. As.

- Analizar el interés fiscal de las denuncias recibidas de terceros.
- Planificar acciones de investigación tendientes a promover la generación de percepción de riesgo en cabeza de los contribuyentes.
- Elaborar estrategias de análisis a fin de establecer parámetros de comportamiento fiscal por actividad.
- Investigar, analizar y evaluar el nivel de cumplimiento fiscal de los contribuyentes. Establecer en cada caso, la problemática detectada, los indicios de interés fiscal involucrado y determinar los períodos a fiscalizar.
- Realizar investigaciones con el objeto de detectar posibles desvíos en la conducta del contribuyente y/o de sectores económicos, seleccionando y proponiendo casos a fiscalizar.
- Analizar y evaluar las solicitudes de mayor alcance para la generación de cargos de inspección.
- **Planificar y supervisar el proceso de aplicación, percepción y rendición de los gravámenes sobre Estructuras, Soportes o Portantes de Antenas y la Contribución por Publicidad.**
- Clasificar y sistematizar los casos analizados.
- Emitir opinión sobre el nivel de complejidad de las tareas de fiscalización necesarias para el análisis de la problemática de cada caso.
- Supervisar la elaboración del Plan Anual de Fiscalización (PAF) y el control de su ejecución, midiendo y evaluando los desvíos que se produzcan.
- Intervenir en la elaboración de metodologías generales de fiscalización, instrucciones de trabajo y procedimientos específicos de auditoría tributaria.
- Realizar relevamientos vinculados con actividades, contribuyentes y/o grupos de contribuyentes, promoviendo la inmediata fiscalización en aquellos casos de interés fiscal, aportando al área de inspección la totalidad de la información relevada.
- Dirigir el procedimiento de selección de contribuyentes para la generación de cargos electrónicos.
- Evaluar las solicitudes de mayor alcance respecto de cargos de inspección generados en procesos de fiscalización electrónica.

- Evaluar el desarrollo de los procesos de fiscalización electrónica y proponer la implementación de cambios en los respectivos aplicativos.
- Analizar y evaluar los resultados de los procesos de fiscalización electrónica iniciados. Elaborar informes periódicos de gestión sobre los resultados de las investigaciones y análisis realizados.

Departamento Publicidad y Antenas

- Supervisar la administración de la base de datos registrales para la percepción y recaudación de los gravámenes sobre Estructuras, Soportes o Portantes de Antenas y la Contribución por Publicidad.
- Coordinar los procedimientos que aseguren el control del cumplimiento de todas las obligaciones fiscales de los contribuyentes de los gravámenes sobre Estructuras, Soportes o Portantes de Antenas y la Contribución por Publicidad, garantizando que se alcancen los objetivos de recaudación previstos y procurando la reducción de la mora temprana.
- Administrar y controlar las cuentas corrientes de los tributos a su cargo.
- Administrar y resguardar toda la documentación respaldatoria de la información requerida para el registro de los contribuyentes de los gravámenes sobre Estructuras, Soportes o Portantes de Antenas y la Contribución por Publicidad.
- Intervenir en la definición de normas específicas para este segmento de contribuyentes y controlar su aplicación.
- Elaborar informes sobre la detección de errores, desvíos e incumplimientos para facilitar la toma de decisiones
- Proponer la implementación de procedimientos que permitan el seguimiento, control y registro de la deuda a transferir a gestión judicial.
- Impulsar la adjudicación de deuda a gestión judicial correspondiente a contribuyentes de los gravámenes sobre Estructuras, Soportes o Portantes de Antenas y la Contribución por Publicidad.
- Intervenir en la definición, control e implementación de los sistemas y aplicativos vinculados con gravámenes sobre Estructuras, Soportes o Portantes de Antenas y la Contribución por Publicidad.

- Impulsar la emisión y distribución de las notificaciones de la Dirección Análisis e Investigación.

División Padrón de Contribuyentes Publicidad y Antenas

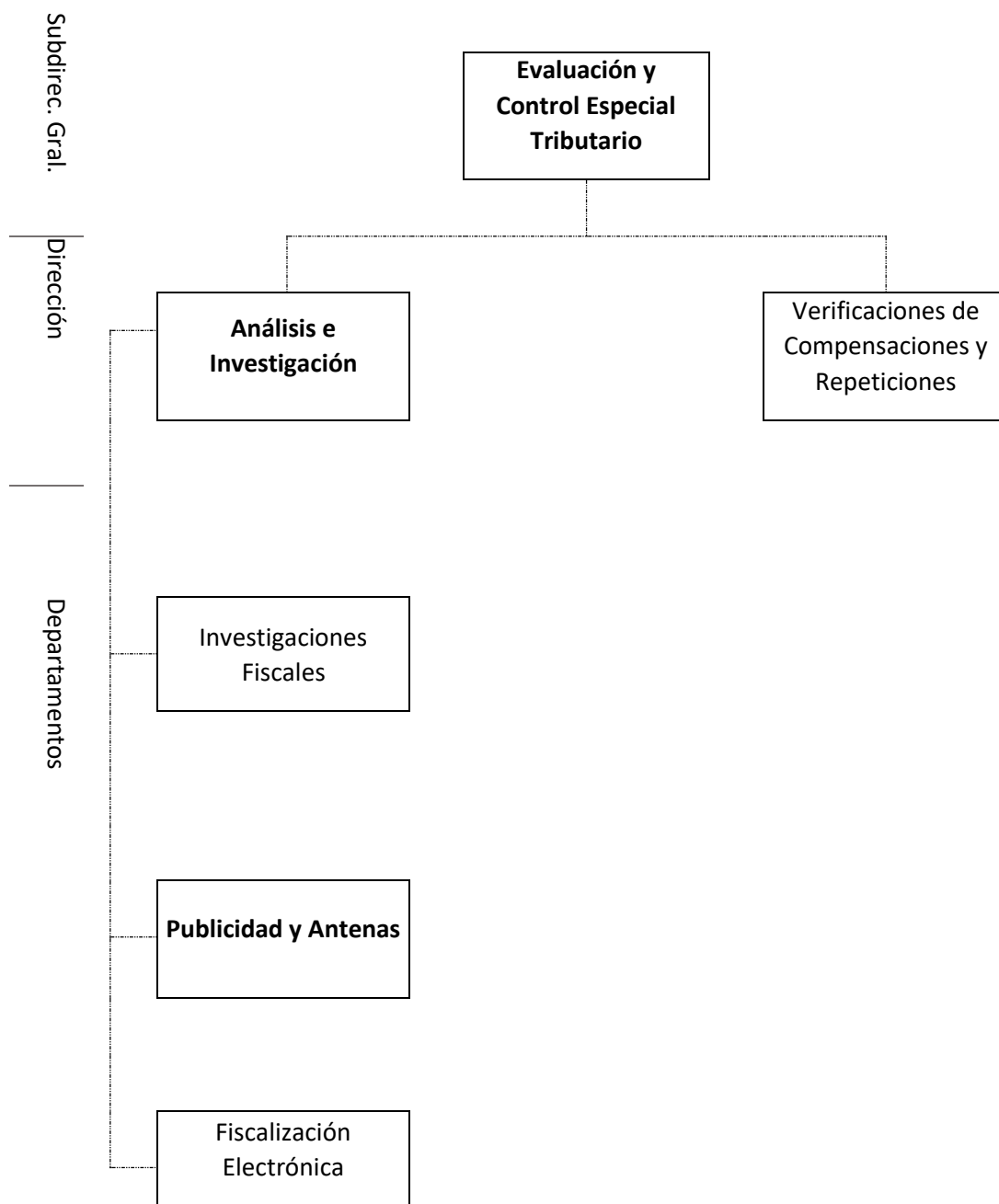
- Efectuar las incorporaciones de Altas, Bajas y modificaciones al Padrón en la Contribución por Publicidad y los gravámenes sobre Estructuras, Soportes o Portantes de Antenas.
- Implementar los procedimientos que aseguren el control del cumplimiento de todas las obligaciones fiscales de los contribuyentes de los gravámenes sobre Estructuras, Soportes o Portantes de Antenas y la Contribución por Publicidad.
- Intervenir en la administración y control de las cuentas corrientes de los tributos a su cargo.
- Intervenir en la administración y resguardo de toda la documentación respaldatoria de la información requerida para el registro de los contribuyentes de los gravámenes sobre Estructuras, Soportes o Portantes de Antenas y la Contribución por Publicidad.
- Intervenir en la elaboración de informes sobre la detección de errores, desvíos e incumplimientos para facilitar la toma de decisiones
- Ejecutar los procedimientos que permitan el seguimiento, control y registro de la deuda a transferir a gestión judicial.
- Intervenir en el análisis de las solicitudes de exención por la Contribución por Publicidad para los anuncios disponibles.

División Estudios de Campo y Operativos Funciones

- Confeccionar estadísticas periódicas y demás informes solicitados por la Dirección. Efectuar controles catastrales o relevamientos a pedido de la Superioridad que sirvan de soporte para la resolución de situaciones controvertidas en las que intervenga la Dirección.
- Realizar investigaciones e informes de actividades económicas solicitados por la Dirección.

Las funciones de esta división, a partir del 25 de julio de 2017 pasaron al ámbito de la Subdirección General de Fiscalización.

b) Vigentes desde el 25 de julio de 2017 (Resolución N° 250/AGIP/2017)



Subdirección General de Evaluación y Control Especial Tributario

- Definir las estrategias respecto de las investigaciones vinculadas con los comportamientos de los contribuyentes en los diferentes sectores de actividad económica.
- Implementar mecanismos de intercambio de información con organismos fiscales, áreas de la Dirección General de Rentas y terceros.
- Elaborar planes de fiscalización vinculados con el universo de los Grandes Contribuyentes y los Agentes de Recaudación.
- Elaborar planes de fiscalización vinculados con los procesos de fiscalización electrónica.
- Dirigir y controlar el procedimiento vinculado con las verificaciones originadas en los reclamos de compensación y repetición de saldos a favor efectuados por los contribuyentes o responsables del Impuesto sobre los Ingresos Brutos.
- **Dirigir y controlar el proceso de aplicación, percepción y rendición de los gravámenes sobre Estructuras, Soportes o Portantes de Antenas y la Contribución por Publicidad. Definir las acciones de investigación tendientes a promover la generación de percepción de riesgo en cabeza de los contribuyentes.**
- Dirigir el análisis de las situaciones controvertidas y definir las acciones a desarrollar en cada caso.
- Supervisar el análisis y evaluación de las solicitudes de mayor alcance para la generación de cargos de inspección.

Dirección Análisis e Investigación

- Proponer y coordinar la implementación de mecanismos de intercambio de información con organismos de recaudación, control e investigación, otras áreas de la Dirección General de Rentas, terceros y contribuyentes.
- Asesorar e intervenir en el análisis de situaciones controvertidas, emergentes de las investigaciones realizadas, elevando los informes pertinentes con el fin de facilitar la definición de las acciones a tomar en cada caso.
- Analizar el interés fiscal de las denuncias recibidas de terceros.

Departamento Actuaciones Colegiadas
INFORME FINAL
de la
Autoridad Gub. de la Ciudad de Bs. As.

- Planificar acciones de investigación tendientes a promover la generación de percepción de riesgo en cabeza de los contribuyentes.
- Elaborar estrategias de análisis a fin de establecer parámetros de comportamiento fiscal por actividad.
- Investigar, analizar y evaluar el nivel de cumplimiento fiscal de los contribuyentes. Establecer en cada caso, la problemática detectada, los indicios de interés fiscal involucrado y determinar los períodos a fiscalizar.
- Realizar investigaciones con el objeto de detectar posibles desvíos en la conducta del contribuyente y/o de sectores económicos, seleccionando y proponiendo casos a fiscalizar.
- Analizar y evaluar las solicitudes de mayor alcance para la generación de cargos de inspección.
- **Planificar y supervisar el proceso de aplicación, percepción y rendición de los gravámenes sobre Estructuras, Soportes o Portantes de Antenas y la Contribución por Publicidad.**
- Clasificar y sistematizar los casos analizados.
- Emitir opinión sobre el nivel de complejidad de las tareas de fiscalización necesarias para el análisis de la problemática de cada caso.
- Elaborar el Plan Anual de Fiscalización (PAF) y evaluar los resultados de las investigaciones y análisis realizados.
- Intervenir en la elaboración de metodologías generales de fiscalización, instrucciones de trabajo y procedimientos específicos de auditoría tributaria.
- Realizar relevamientos vinculados con actividades, contribuyentes y/o grupos de contribuyentes, promoviendo la inmediata fiscalización en aquellos casos de interés fiscal, aportando al área de inspección la totalidad de la información relevada.
- Dirigir el procedimiento de selección de contribuyentes para la generación de cargos electrónicos.
- Evaluar las solicitudes de mayor alcance respecto de cargos de inspección generados en procesos de fiscalización electrónica.
- Evaluar el desarrollo de los procesos de fiscalización electrónica y proponer la implementación de cambios en los respectivos aplicativos.

- Analizar y evaluar los resultados de los procesos de fiscalización electrónica iniciados. Elaborar informes periódicos de gestión sobre los resultados de las investigaciones y análisis realizados.

Departamento Publicidad y Antenas

- Supervisar la administración de la base de datos registrales para la percepción y recaudación de los gravámenes sobre Estructuras, Soportes o Portantes de Antenas y la Contribución por Publicidad.
- Coordinar los procedimientos que aseguren el control del cumplimiento de todas las obligaciones fiscales de los contribuyentes de los gravámenes sobre Estructuras, Soportes o Portantes de Antenas y la Contribución por Publicidad, garantizando que se alcancen los objetivos de recaudación previstos y procurando la reducción de la mora temprana.
- Administrar y controlar las cuentas corrientes de los tributos a su cargo.
- Administrar y resguardar toda la documentación respaldatoria de la información requerida para el registro de los contribuyentes de los gravámenes sobre Estructuras, Soportes o Portantes de Antenas y la Contribución por Publicidad.
- Intervenir en la definición de normas específicas para este segmento de contribuyentes y controlar su aplicación.
- Elaborar informes sobre la detección de errores, desvíos e incumplimientos para facilitar la toma de decisiones
- Proponer la implementación de procedimientos que permitan el seguimiento, control y registro de la deuda a transferir a gestión judicial.
- Impulsar la adjudicación de deuda a gestión judicial correspondiente a contribuyentes de los gravámenes sobre Estructuras, Soportes o Portantes de Antenas y la Contribución por Publicidad.
- Intervenir en la definición, control e implementación de los sistemas y aplicativos vinculados con gravámenes sobre Estructuras, Soportes o Portantes de Antenas y la Contribución por Publicidad.
- Impulsar la emisión y distribución de las notificaciones de la Dirección Análisis e Investigación.

División Padrón de Contribuyentes Publicidad y Antenas

- Efectuar las incorporaciones de Altas, Bajas y modificaciones al Padrón en la Contribución por Publicidad y los gravámenes sobre Estructuras, Soportes o Portantes de Antenas.
- Implementar los procedimientos que aseguren el control del cumplimiento de todas las obligaciones fiscales de los contribuyentes de los gravámenes sobre Estructuras, Soportes o Portantes de Antenas y la Contribución por Publicidad.
- Intervenir en la administración y control de las cuentas corrientes de los tributos a su cargo.
- Intervenir en la administración y resguardo de toda la documentación respaldatoria de la información requerida para el registro de los contribuyentes de los gravámenes sobre Estructuras, Soportes o Portantes de Antenas y la Contribución por Publicidad.
- Intervenir en la elaboración de informes sobre la detección de errores, desvíos e incumplimientos para facilitar la toma de decisiones
- Ejecutar los procedimientos que permitan el seguimiento, control y registro de la deuda a transferir a gestión judicial.
- Intervenir en el análisis de las solicitudes de exención por la Contribución por Publicidad para los anuncios disponibles.

c) Detalle del personal

- Subdirector General de la Subdirección General de Evaluación y Control Especial Tributario.
- Director de la Dirección Análisis e Investigación.
- Jefe de Departamento Publicidad y Antenas.
- Jefe de División Padrón de Contribuyentes Publicidad y Antenas.
- 1 Administrativo: Análisis de Trámites y Expedientes de baja modificaciones de anuncios.
- 1 Administrativo: Análisis de Trámites y Expedientes de baja de anuncios.
- 2 Administrativo: Análisis de Trámites y Expedientes de altas de anuncios.

- 2 Relevadores: Relevamiento en la vía pública de las bajas solicitadas por los contribuyentes mediante aplicativo web.

Todo el personal, incluido el personal que ocupa los cargos jerárquicos pertenece a la planta permanente de la AGIP.

ANEXO VI

Detalle de la muestra

a) Altas y bajas

#	Anuncio N°	Estado	CUIT
1	175004588	Activo	30540801394
2	175006393	Activo	30707605622
3	175004648	Activo	30502590630
4	175004654	Baja	30502590630
5	175004781	Activo	30715171615
6	175006245	Activo	20133175858
7	175006567	Activo	23359625804
8	175005891	Baja Transitoria	30540801394
9	175005866	Baja	30540801394
10	175006588	Activo	30642731412
11	175006320	Activo	30712092048
12	175008574	Activo	30715533754
13	175006549	Activo	30623520532
14	175006592	Activo	30623520532
15	185009412	Activo	30608398445
16	175007745	Baja Transitoria	30623520532
17	175007759	Baja	30711021740
18	175007823	Activo	30659657003
19	175008156	Activo	30711021740
20	175008484	Activo	30540801394
21	175008432	Activo	30659657003
22	175008967	Activo	30714598569
23	175009080	Activo	30714082619
24	175008677	Baja	30709959510
25	175008852	Activo	30623520532
26	185009363	Activo	30712405577
27	185009146	Activo	30623520532
28	185009346	Activo	20357223912
29	1203171	Baja Transitoria	30696091699
30	1214921	Baja	30535078935
31	21237701	Baja	30501112662
32	21250751	Baja Transitoria	30663391026
33	31240441	Baja	30634144028
34	31341281	Baja Transitoria	30506919009
35	31341291	Baja Transitoria	30506919009
36	40592071	Baja Transitoria	30687310434
37	40593901	Baja	30525390086
38	51098501	Baja	20210941925
39	51025311	Baja Transitoria	20120341066
40	51046731	Baja Transitoria	20135301389
41	51050031	Baja Transitoria	30707576797
42	51050051	Baja Transitoria	30707576797
43	60159491	Baja	30708365625
44	60406031	Baja	30505779858
45	60414131	Baja	30546764040
46	71167001	Baja Transitoria	30688335724
47	71171981	Baja Transitoria	20284450931
48	71172971	Baja Transitoria	33698371779

#	Anuncio N°	Estado	CUIT
49	71174671	Baja Transitoria	23081246319
50	71174881	Baja Transitoria	27161718713
51	71421561	Baja Transitoria	30526079147
52	71223631	Activo	20219242663
53	81514461	Baja	30525390086
54	81169031	Baja	30709656518
55	81146501	Baja Transitoria	30709257214
56	81146721	Baja	30516813594
57	81158971	Baja	30577927983
58	81164231	Baja	20133151444
59	81167381	Baja Transitoria	30708299053
60	91552381	Baja Transitoria	30661360484
61	91555791	Baja Transitoria	20232057573
62	111424531	Baja	27108985793
63	111305451	Baja	33559670869
64	111307011	Baja	33708061609
65	111403271	Activo	30526079147
66	111322681	Activo	30608398445
67	111413881	Baja Transitoria	30708303808
68	111332781	Baja Transitoria	20183320271
69	122005221	Baja	30623520532
70	121018631	Baja Transitoria	30708007761
71	122009201	Baja	30543217936
72	122011741	Baja	30663391026
73	133009761	Activo	30540801394
74	133013321	Baja Transitoria	30708303808
75	570001894	Baja	30644695480
76	570003017	Baja	20200525362
77	165003573	Activo	20085119673
78	143000881	Baja Transitoria	30708303808
79	570004461	Baja	20188185429
80	570003906	Baja Transitoria	30655773963
81	143026411	Activo	30710741960
82	570009023	Baja	27163003126
83	143024601	Baja Transitoria	30543217936
84	143040141	Baja	30659657003
85	153009621	Baja Transitoria	30543217936
86	165002411	Baja Transitoria	33707083129
87	165002355	Activo	33707083129
88	150003291	Baja Transitoria	30714307521
89	150004881	Baja	30696676026
90	185009469	Baja Transitoria	30708303808
91	185009599	Baja Transitoria	30708303808
92	185009601	Baja Transitoria	30708303808
93	175007671	Baja	20223026738
94	175008664	Baja	30709959510
95	175008690	Baja	30709959510

b) Exenciones

#	CUIT	Ubicación	
1	30541799342	Biedma	651
2	30534390862	Av. Juan De Garay	3705
3	30519834932	Tres Arroyos	1548
4	30546128403	Av. Rivadavia	6044
5	30528470730	Av. Corrientes	857
6	30550273558	Bacacay	2359
7	30685744550	Nueva York	2960
8	30685744550	Nueva York	2960
9	30675986270	Av. Rivadavia	3518
10	20999032088	Av. Pedro Goyena	700
11	30527642465	José Bonifacio	2475
12	30678963638	Av. San Pedrito	167
13	20999032088	Av. Callao	322
14	30707044299	Av. Boedo	987
15	30641963980	Dr. J. F Aranguren	1551
16	30638431412	Lacarra	78
17	20999032088	Viena	6508
18	33708755759	Cnel. Ramón Falcón	6469
19	30596310733	Av. Corrientes	1660
20	33552351709	Tte. Gral. Juan D. Perón	3988
21	30525370190	Reconquista	439
22	30596310733	Montevideo	306
23	30527470451	Posadas	1657
24	30502251291	Junín	1063
25	30525370190	Reconquista	439
26	20999032088	Av. Montes De Oca	1517
27	20999032088	Tacuarcí	443
28	30559514388	Tacuarcí	1240
29	30596310733	Av. Corrientes	1658
30	33999242109	Gral. M. De Azcuénaga	543
31	30596310733	Av. Corrientes	1658
32	30546741253	Av. Santa Fe	2902
33	30546741253	Av. Corrientes	420
34	30611518354	Uruguay	410
35	30546741253	Av. Rivadavia	5317
36	30546741253	Av. Leandro N Alem	1002
37	30546741253	Juramento	2075

#	CUIT	Ubicación	
38	30546677342	Av. Rivadavia	4299
39	30547339416	Tucumán	423
40	30548359828	Larrea	50
41	20999032088	Av. Sáenz	946
42	30677514112	Rodríguez Peña	898
43	30546741253	Av. Triunvirato	4301
44	30526455858	Marcelo T De Alvear	2153
45	30525299771	Av. Corrientes	860
46	30525473798	Av. Rivadavia	3402
47	30546741253	Av. Rivadavia	6668
48	20999032088	Quirno	947
49	34531338652	Tucumán	2214
50	30525274450	Tucumán	570
51	20999032088	Av. Callao	224
52	30529090109	Paraguay	850
53	20999032088	Av. Pedro Goyena	700
54	30539187658	Lima	717
55	30539187658	Lima	717
56	30539187658	Lima	717
57	30539187658	Lima	717
58	30616004677	Av. Corrientes	829
59	30545959948	Bartolomé Mitre	2040
60	30545959948	Bartolomé Mitre	2040
61	30655115761	Libertad	948
62	30611518354	Paraná	423
63	30642511676	Av. Corrientes	4371
64	30682642552	Chacabuco	713
65	30596310733	Av. Corrientes	1658
66	30537899901	Av. Callao	853
67	30537899901	Av. Córdoba	1799
68	30537899901	Av. Córdoba	1799
69	30502251291	Sánchez de Bustamante	1674
70	30545867679	Av. Olazabal	5382
71	30525274450	Tucumán	570
72	30525274450	Salta	92
73	30525274450	Tucumán	570
74	30530998009	Salta	1144