

Productos de exportación	MERCANCIAS DE IMPORTACION			
	Semicueros		Aros	
	Módulos kg	Subproduc. %	Módulos kg	Subproduc. %
I.1/30 1 ...	8.17	35.13	4.318	2.73
I.2/50 1 ...	10.93	27.95	4.318	2.73
I.3/50 1 ...	10.93	27.95	5.079	2.73
I.4/58,8 1 ...	12.49	30.74	3.870	3.10
I.5/60 1 ...	12.49	27.94	3.430	3.79
I.6/58,8 1 ...	12.49	30.74	4.551	3.10
I.7/60 1 ...	12.49	27.94	4.022	3.79

Quinto.-Se otorga esta autorización hasta el 30 de junio de 1987, a partir de la fecha de su publicación en el «Boletín Oficial del Estado», debiendo el interesado, en su caso, solicitar la prórroga con tres meses de antelación a su caducidad y adjuntando la documentación exigida por la Orden del Ministerio de Comercio de 24 de febrero de 1976.

Sexto.-Los países de origen de la mercancía a importar serán todos aquellos con los que España mantiene relaciones comerciales normales.

Los países de destino de las exportaciones serán aquellos con los que España mantiene asimismo relaciones comerciales normales o su moneda de pago sea convertible, pudiendo la Dirección General de Exportación, si lo estima oportuno, autorizar exportaciones a los demás países.

Las exportaciones realizadas a partes del territorio nacional situadas fuera del área aduanera, también se beneficiarán del régimen de tráfico de perfeccionamiento activo, en análogas condiciones que las destinadas al extranjero.

Séptimo.-El plazo para la transformación y exportación en el sistema de admisión temporal no podrá ser superior a dos años, si bien para optar por primera vez a este sistema habrán de cumplirse los requisitos establecidos en el punto 2.4 de la Orden de la Presidencia del Gobierno de 20 de noviembre de 1975 y en el punto 6.º de la Orden del Ministerio de Comercio de 24 de febrero de 1976.

En el sistema de reposición con franquicia arancelaria el plazo para solicitar las importaciones será de un año a partir de la fecha de las exportaciones respectivas, según lo establecido en el apartado 3.6 de la Orden de la Presidencia del Gobierno de 20 de noviembre de 1975.

Las cantidades de mercancías a importar con franquicia arancelaria en el sistema de reposición, a que tienen derecho las exportaciones realizadas, podrán ser acumuladas, en todo o en parte, sin más limitación que el cumplimiento del plazo para solicitarlas.

En el sistema de devolución de derechos, el plazo dentro del cual ha de realizarse la transformación o incorporación y exportación de las mercancías será de seis meses.

Octavo.-La opción del sistema a elegir se hará en el momento de la presentación de la correspondiente declaración o licencia de importación, en la admisión temporal. Y en el momento de solicitar la correspondiente licencia de exportación, en los otros dos sistemas. En todo caso deberán indicarse en las correspondientes casillas, tanto de la declaración o licencia de importación como de la licencia de exportación, que el titular se acoge al régimen de tráfico de perfeccionamiento activo y el sistema elegido, mencionando la disposición por la que se le otorgó el mismo.

Noveno.-Las mercancías importadas en régimen de tráfico de perfeccionamiento activo, así como los productos terminados exportables, quedarán sometidos al régimen fiscal de comprobación.

Décimo.-En el sistema de reposición con franquicia arancelaria y de devolución de derechos, las exportaciones que se hayan efectuado desde la publicación de esta Orden en el «Boletín Oficial del Estado» podrán acogerse también a los beneficios correspondientes, siempre que se hayan hecho constar en la licencia de exportación y en la restante documentación aduanera de despacho la referencia de estar en trámite su resolución.

Para estas exportaciones los plazos señalados en el artículo anterior comenzarán a contarse desde la fecha de publicación de esta Orden en el «Boletín Oficial del Estado».

Undécimo.-Esta autorización se regirá, en todo aquello relativo a tráfico de perfeccionamiento y que no esté contemplado en la presente Orden, por la normativa que se deriva de las siguientes disposiciones:

Decreto 1492/1975 («Boletín Oficial del Estado» número 165).
Orden de la Presidencia del Gobierno de 20 de noviembre de 1975 («Boletín Oficial del Estado» número 282).

Orden del Ministerio de Hacienda de 21 de febrero de 1976 («Boletín Oficial del Estado» número 53).

Orden del Ministerio de Comercio de 24 de febrero de 1976 («Boletín Oficial del Estado» número 53).

Circular de la Dirección General de Aduanas de 3 de marzo de 1976 («Boletín Oficial del Estado» número 77).

Duodécimo.-Se deroga la Orden de 23 de mayo de 1985 («Boletín Oficial del Estado» de 4 de julio) que fue autorizado para esta firma y de la cual es ésta continuación.

Décimotercero.-La Dirección General de Aduanas y la Dirección General de Comercio Exterior, dentro de sus respectivas competencias, adoptarán las medidas adecuadas para la correcta aplicación y desenvolvimiento de la presente autorización.

Lo que comunico a V. I. para su conocimiento y efectos.

Dios guarde a V. I. muchos años.

Madrid, 4 de noviembre de 1986.-P. D., el Director general de Comercio Exterior, Fernando Gómez Avilés-Casco.

Ilmo. Sr. Director general de Comercio Exterior.

29860 RESOLUCION de 20 de octubre de 1986, de la Dirección General de Tributos, relativa al escrito de fecha 12 de febrero de 1986, por el que la «Asociación Española de Anunciantes» (AEA), «Asociación Española de Agencias de Publicidad» (AEAP), «Asociación de Editores de Diarios Españoles» (AEDE), «Asociación Española de Publicidad Exterior» (AEPE), «Asociación de Medios Publicitarios Españoles» (AMPE), «Asociación Nacional de Radiodifusión Privada» (ANRP), «Asociación de Revistas de Información» (ARI), «Federación Nacional de Empresas de Publicidad» (FNEP), formulan consulta vinculante en relación al Impuesto sobre el Valor Añadido, al amparo de lo dispuesto en el artículo 53 de la Ley 46/1985, de 27 de diciembre.

Visto el escrito de fecha 12 de febrero de 1986 por el que las Asociaciones mencionadas formulan consulta vinculante en relación al Impuesto sobre el Valor Añadido;

Resultando que las citadas Asociaciones son organizaciones patronales autorizadas para formular consultas vinculantes en relación a dicho tributo en virtud de lo dispuesto en el artículo 53 de la Ley 46/1985, de 28 de diciembre («Boletín Oficial del Estado» de 28 de diciembre de 1985);

Resultando que la consulta se refiere a la determinación de la base imponible del Impuesto sobre el Valor Añadido en las operaciones realizadas por las agencias de publicidad;

Considerando que el artículo 3 de la Ley 30/1985, de 2 de agosto, del Impuesto sobre el Valor Añadido («Boletín Oficial del Estado» de 9 de agosto de 1985) establece que están sujetas al Impuesto las entregas de bienes y prestaciones de servicios realizadas por empresarios o profesionales a título oneroso, con carácter habitual y ocasional, en el ejercicio de su actividad empresarial o profesional;

Considerando que la Ley 61/1964, de 11 de junio («Boletín Oficial del Estado» de 15 de junio de 1964), por la que se aprueba el Estatuto de la Publicidad, regula como modalidades de contratos publicitarios los de publicidad u orden publicitaria, obra o creación publicitaria, difusión o tarifa publicitaria y mediación o comisión publicitaria;

Considerando que el artículo 31 de la citada Ley 61/1964, de 11 de junio, define el contrato de publicidad u orden publicitaria como aquél en que una parte, el cliente o anunciante, encarga a una agencia la creación, preparación, programación o ejecución de una campaña publicitaria mediante una contraprestación en dinero;

Considerando que el artículo 29 del Reglamento del Impuesto sobre el Valor Añadido, aprobado por Real Decreto 2028/1985, de 30 de octubre («Boletín Oficial del Estado» de 31 de octubre de 1985), establece que la base imponible del Impuesto está constituida por el importe total de la contraprestación de las operaciones sujetas al mismo, procedente del destinatario o de terceras personas.

En particular, se incluyen en el concepto de contraprestación:

1.º Los gastos de comisiones, envases, embalajes, portes y transporte, seguros, primas por prestaciones anticipadas, intereses

por pagos aplazados y cualquier otro crédito efectivo a favor de quien realice la entrega o preste el servicio, derivado tanto de la restitución principal como de las accesorias a la misma.

2.º Los intereses devengados como consecuencia del retraso en el pago del precio.

3.º Las subvenciones vinculadas directamente al precio de las operaciones sujetas al Impuesto.

Se consideran vinculadas directamente al precio de las operaciones gravadas las subvenciones establecidas en función del número de unidades entregadas o del volumen de los servicios prestados, cuando se determinen con anterioridad a la realización de la operación.

4.º Los tributos y gravámenes de cualquier clase que recaigan sobre las mismas operaciones gravadas, excepto el propio Impuesto sobre el Valor Añadido.

5.º Las percepciones retenidas con arreglo a derecho por el obligado a efectuar la prestación en los casos de resolución de las operaciones sujetas al Impuesto.

No se incluirán en la base imponible:

1.º Las cantidades percibidas por razón de indemnizaciones que por su naturaleza y función no constituyan contraprestación o compensación de las entregas de bienes o prestaciones de servicios sujetas al Impuesto, distintas de las contempladas en el número anterior.

2.º Los descuentos y bonificaciones que se justifiquen por cualquier medio de prueba admisible en derecho y que se concedan previa o simultáneamente al momento en que la operación se realice y en función de ella.

La regla anterior no será de aplicación cuando las minoraciones de precio constituyan remuneraciones de otras operaciones.

3.º Las sumas pagadas en nombre y por cuenta del cliente, en virtud de mandato expreso del mismo, que figuren contabilizadas por quien entregue los bienes o preste los servicios en las correspondientes cuentas específicas. El sujeto pasivo vendrá obligado a justificar la cuantía efectiva de tales gastos y no podrá proceder a la deducción del Impuesto que, eventualmente, los hubiera gravado.

La regla anterior no será de aplicación cuando se pacte la repercutación al destinatario en concepto de suplidos de una suma de dinero fija, independientemente de la efectivamente satisfecha en nombre por cuenta del cliente;

Considerando que el contrato de obra o creación publicitaria se define en el artículo 40 del Estatuto de la Publicidad como aquél en el que una parte, estudio o Agencia se obliga a entregar a favor de otro cliente un programa o plan de publicidad o cualquier otro elemento publicitario a cambio de una prestación en dinero;

Considerando que la base imponible de las operaciones realizadas en ejecución de contratos de obra o creación publicitaria estará constituida por el importe total de la contraprestación de las entregas de bienes o de los servicios prestados en virtud de dichas operaciones determinada según lo dispuesto en el artículo 29 del Reglamento del Impuesto;

Considerando que el contrato de difusión o de tarifa publicitaria se define en el artículo 43 del Estatuto de la Publicidad como aquél por el que una parte —medio— se obliga en favor de otra —cliente o Agencia— a permitir el disfrute publicitario de un determinado bien y a desarrollar una actividad productora de un resultado publicitario, mediante una contraprestación.

Del indicado precepto resulta que el medio publicitario puede concertar el disfrute publicitario de un bien o el desarrollo de una actividad productora de un resultado publicitario con clientes o con Agencias;

Considerando que la base imponible de los servicios prestados por el medio publicitario en virtud de los contratos de difusión o tarifa publicitaria será el importe total de la contraprestación de las referidas operaciones determinada con arreglo a lo dispuesto en el artículo 29 del Reglamento del Impuesto, con independencia de la circunstancia de que el disfrute publicitario de un bien o el desarrollo de una actividad productora de un resultado publicitario se concierte con los clientes o anunciantes (directamente o por mediación de agencias que contraten en su nombre) o bien con agencias de publicidad que contraten en nombre propio.

No integrarán la base imponible de dichas operaciones los descuentos o bonificaciones otorgados a los destinatarios de la operación.

A estos efectos se considerarán destinatarias de la operación, en todo caso, a las agencias de publicidad cuando contraten en nombre propio y, en otro caso, los clientes o anunciantes.

No minorarán la base imponible las reducciones de precio que constituyan remuneración de los servicios prestados a los medios o las agencias de publicidad que contraten en nombre y por cuenta del cliente;

Considerando que en virtud de lo dispuesto en el artículo 33 del Estatuto de la Publicidad cuando las agencias de publicidad contraten con los medios la difusión de una campaña, en el correspondiente contrato de publicidad se deberá hacer constar si la agencia contratará con los medios en su nombre y por cuenta del cliente o bien en nombre y por cuenta de éste;

Considerando que, en el supuesto de que la agencia de publicidad contrate con los medios en nombre propio, la fijación de la base imponible de las operaciones concertadas entre el anunciante y las agencias de publicidad deberá determinarse según lo dispuesto en el artículo 31, número 9, del Reglamento del Impuesto, a cuyo tenor, en las disposiciones de servicios realizadas por cuenta de terceros, cuando quien adquiera los servicios actúe en nombre propio, la base imponible de la operación realizada entre el comisionista y el comitente estará constituida por la contraprestación del servicio convenido por el comisionista más el importe de la comisión;

Considerando que si la agencia contratase con los medios de difusión de la campaña publicitaria actuando en nombre y por cuenta del cliente, la base imponible de los servicios de agencia estaría constituida por el importe total de la contraprestación de dichos servicios determinada según lo dispuesto en el artículo 29 del Reglamento del Impuesto anteriormente citado.

En tal caso no se incluirán en la base imponible de los servicios prestados por la agencia las sumas pagadas en nombre y por cuenta del cliente o anunciante en virtud de mandato expreso del mismo que figuren contabilizadas por las agencias en las correspondientes cuentas específicas;

Considerando que la determinación de si, en cada caso concreto, las agencias de publicidad contratan con los medios publicitarios actuando en nombre propio o bien en nombre y por cuenta del cliente es una cuestión de hecho que podrá probarse en cada caso por los medios admisibles en derecho;

Considerando que si las agencias de publicidad, actuando en nombre y por cuenta de los anunciantes, prestasen a los medios servicios cuya retribución estuviera constituida por comisiones o descuentos distintos de los que se conceden a los anunciantes, dichos servicios estarían sujetos al Impuesto sobre el Valor Añadido, con independencia de la tributación de los servicios que simultáneamente presten a los clientes o anunciantes;

Considerando que la base imponible correspondiente a los referidos servicios estará constituida por el importe total de la contraprestación de los mismos determinada con arreglo a lo dispuesto en el artículo 29 del Reglamento del Impuesto sobre el Valor Añadido.

Esta Dirección General considera ajustada a derecho la siguiente contestación a la consulta formulada por la «Asociación Española de Anunciantes» (AEA), «Asociación Española de Agencias de Publicidad» (AEAP), «Asociación de Editores de Diarios Españoles» (AEDE), «Asociación Española de Publicidad Exterior» (AEPE), «Asociación de Medios Publicitarios Españoles» (AMPE), «Asociación Nacional de Radiodifusión Privada» (ANRP), «Asociación de Revistas de Información» (ARI), «Federación Nacional de Empresas de Publicidad» (FNPE):

Primero.—Están sujetas al Impuesto sobre el Valor Añadido las entregas de bienes y prestaciones de servicios realizados por las agencias de publicidad a título oneroso, con carácter habitual u ocasional, en el ejercicio de su actividad empresarial o profesional.

Segundo.—La base imponible de los servicios prestados en virtud de los contratos de publicidad u orden publicitaria estará constituida por el importe total de la contraprestación de dichos servicios, determinada con arreglo a lo dispuesto en el artículo 29 del Reglamento del Impuesto.

No se incluirán en dicha base imponible los descuentos o bonificaciones que se concedan por la agencia de publicidad al cliente o anunciante, ni las sumas pagadas en nombre y por cuenta del mismo en virtud de mandato expreso del cliente o anunciante cuando concurren los requisitos previstos en el artículo 29 del Reglamento mencionado.

Tercero.—La base imponible de las entregas de bienes o prestaciones de servicios realizados en virtud de los contratos de obra o creación publicitaria estará constituida por el importe total de la contraprestación de las entregas de bienes o prestaciones de servicios efectuados en ejecución de lo pactado en los mismos.

Cuarto.—La base imponible de los servicios prestados por los medios publicitarios en virtud de los contratos de difusión o tarifa publicitaria será el importe total de la contraprestación de las referidas operaciones determinada con arreglo a lo dispuesto en el artículo 29 del Reglamento del Impuesto, con independencia de la circunstancia de que las citadas operaciones se concierten con el cliente o anunciante (directamente o a través de agencias de publicidad que contraten en nombre y por cuenta del mismo) o bien con agencias de publicidad que contraten en nombre propio, pero por cuenta del cliente o anunciante.

No se integrarán en la base imponible de dichas operaciones los descuentos o bonificaciones otorgados al cliente o anunciante o, en su caso, a las agencias de publicidad cuando contraten en nombre propio.

No minorarán la base imponible de los servicios mencionados las reducciones de precio que constituyan remuneración de los servicios prestados a los medios por las agencias de publicidad que contraten en nombre y por cuenta del cliente.

Quinto.-La base imponible de los servicios de mediación prestados por las agencias de publicidad cuando contraten con los medios publicitarios y por cuenta de los clientes o anunciantes la difusión de una campaña publicitaria deberá determinarse con arreglo a los siguientes criterios interpretativos:

1.º Si las agencias de publicidad actúen frente a los medios contratando en nombre propio y por cuenta del cliente o anunciante la base imponible de las operaciones concertadas entre los anunciantes y las agencias de publicidad estará constituida por la contraprestación del servicio convenido por la agencia con el medio más el importe de la comisión a percibir del anunciante.

2.º En los casos en que la agencia de publicidad concertase con los medios la difusión de la campaña publicitaria actuando en nombre y por cuenta del cliente o anunciante, la base imponible de los servicios de agencia estaría constituida por el importe total de la contraprestación de dichos servicios, determinada según lo dispuesto en el artículo 29 del Reglamento del Impuesto. En tal caso no se incluirán en la base imponible de los servicios prestados por la agencia las sumas pagadas por la agencia al medio en nombre y por cuenta del cliente o anunciante en virtud de mandato expreso del mismo que figuren contabilizadas por las agencias en las correspondientes cuentas específicas.

La determinación de si en cada caso concreto las agencias de publicidad actúan en nombre propio o bien en nombre y por cuenta de sus clientes o anunciantes es una cuestión de hecho que podrá probarse por los medios admisibles en derecho.

Sexto.-Están sujetos al Impuesto sobre el Valor Añadido los servicios prestados por las agencias de publicidad que contraten en nombre y por cuenta del cliente o anunciante a los medios publicitarios y cuya retribución está constituida por comisiones o descuentos distintos de los que se conceden a los anunciantes o clientes.

La base imponible de dichos servicios estará constituida por el importe total de la contraprestación de los mismos determinada según lo dispuesto en el artículo 29 del Reglamento del Impuesto sobre el Valor Añadido.

Madrid, 20 de octubre de 1986.-El Director general, Francisco Javier Eiroa Villarnovo.

29861 *RESOLUCION de 21 de octubre de 1986, de la Dirección General de Tributos, relativa al escrito de fecha 17 de marzo de 1986, por el que la Asociación Empresarial de Hidratos de Carbono y Afines formula consulta vinculante en relación al Impuesto sobre el Valor Añadido, al amparo de lo dispuesto en el artículo 53 de la Ley 46/1985, de 27 de diciembre.*

Visto el escrito de fecha 17 de marzo de 1986 por el que la Asociación Empresarial de Hidratos de Carbono y Afines formula consulta vinculante en relación al Impuesto sobre el Valor Añadido;

Resultando que la citada Asociación es una organización patronal autorizada para formular consultas vinculantes en relación al Impuesto sobre el Valor Añadido en virtud de lo dispuesto en el artículo 53 de la Ley 46/1985, de 27 de diciembre («Boletín Oficial del Estado» del 28);

Resultando que se consultan las siguientes cuestiones relativas a la aplicación del tipo impositivo reducido en relación a las entregas o importaciones a que se refiere el artículo 57, número 1, apartados 1.º, 2.º y 3.º del reglamento del Impuesto sobre el Valor Añadido, aprobado por Real Decreto 2028/1985, de 30 de octubre («Boletín Oficial del Estado» del 31):

Primero.-Si la aplicación del tipo impositivo reducido en relación con dichas entregas debe hacerse en función de las condiciones objetivas de los bienes que constituyan su objeto, prescindiendo del destino concreto de dichos bienes.

Segundo.-Si las Entidades transformadoras de maíz, trigo o patata deben aplicar el tipo reducido del 6 por 100 cuando entreguen productos definidos en el Código Alimentario Español (incluso si ello no constara en el envase que utilicen para la venta), susceptible de ser habitual e idóneamente utilizados para obtener otros productos que, a su vez sean idóneos para destinarse a la alimentación humana o animal, aunque se utilicen por la industria no alimentaria.

Tercero.-Si el tipo impositivo aplicado por la Aduana en el momento de practicar la liquidación por el Impuesto sobre el Valor Añadido a la importación vincularia a la Entidad comercializadora cuando transmita el producto a sus clientes;

Considerando que el artículo 57, número 1, apartados 1.º, 2.º y 3.º del Reglamento del Impuesto sobre el Valor Añadido establece que se aplicará el tipo del 6 por 100 a las operaciones siguientes:

1. Las entregas o, en su caso, las importaciones de los siguientes bienes:

Primero.-Las sustancias o productos de cualquier naturaleza que por sus características, aplicaciones, componentes, preparación y estado de conservación, sean susceptibles de ser habitual e idóneamente utilizados para la nutrición humana, definidos como tales en el Código Alimentario Español y demás disposiciones dictadas para su desarrollo, incluso los frutivos, productos dietéticos y el agua mineral o potabilizada, con excepción de las bebidas alcohólicas y refrescantes.

No tendrán la consideración de bebidas refrescantes las sustancias no autorizadas para el consumo humano en el mismo estado en que se encontrasen en el momento de su entrega o importación.

Se entiende por bebida alcohólica todo líquido apto para el consumo humano por ingestión que contenga alcohol etílico, y por bebida refrescante los productos líquidos definidos como tales en el Código Alimentario Español y sus reglamentaciones complementarias excepto:

- Las aguas en general, incluso las minerales o simplemente gaseadas con anhídrido carbónico.
- Los jarabes simples.
- Las gaseosas incoloras.

A los efectos de este apartado primero no tendrán la consideración de alimento el tabaco ni las sustancias no aptas para el consumo humano en el mismo estado en que fuesen entregadas o importadas.

Segundo.-Las materias naturales o productos elaborados, de cualquier origen, que por separado o convenientemente mezclados entre sí, resulten aptos para la alimentación animal.

No tendrán esta consideración las sustancias no autorizadas para el consumo animal en el mismo estado en que se encontrasen en el momento de su entrega o importación, salvo los aditivos permitidos.

Tercero.-Los animales, semillas y los materiales de origen animal o vegetal susceptibles, todos ellos, de ser habitual e idóneamente utilizados para la obtención o reproducción de los productos a que se refieren los apartados 1.º y 2.º anteriores directamente o mezclados con productos de origen distinto.

Esta Dirección General considera ajustada a Derecho la siguiente contestación a la consulta formulada por la Asociación Empresarial de Hidratos de Carbono y Afines:

Primero.-El tipo impositivo aplicable a las entregas e importaciones de hidratos de carbono será el general del 12 por 100.

No obstante, se aplicará el tipo del 6 por 100, cualquiera que sea el destino o utilización de los bienes que constituyan su objeto, a las entregas o, en su caso, importaciones de los siguientes bienes:

1.º Los productos, cualquiera que sea su origen, que por sus características, aplicaciones, componentes, envasado, etiquetado, preparación, presentación y estado de conservación sean susceptibles de ser habitual, idónea e inmediatamente utilizados para la nutrición humana o animal de acuerdo con el Código Alimentario y las disposiciones dictadas para su desarrollo, excepto las bebidas alcohólicas y refrescantes.

No se consideran aptos para ser inmediatamente utilizados para la nutrición humana o animal los productos que, con arreglo a la legislación vigente, no estén en condiciones de ser inmediatamente comercializados para ser adquiridos por los consumidores finales de los mismos y utilizados por dichos adquirentes para la alimentación humana o animal.

2.º Los productos de origen vegetal o animal que por sus características, aplicaciones, componentes, preparación, envasado, etiquetado, manipulación y estado de conservación sean susceptibles de ser habitual e idóneamente utilizados para la obtención de productos aptos para la alimentación humana o animal (distinto de las bebidas alcohólicas o refrescantes) de acuerdo con el Código Alimentario y las disposiciones dictadas para su desarrollo.

Segundo.-La determinación del tipo impositivo aplicable deberá efectuarse en función de las características objetivas de los bienes entregados o, en su caso, importados.

Por consiguiente, deberá aplicarse el mismo tipo impositivo a las entregas y a las importaciones de los mismos productos.

Madrid, 21 de octubre de 1986.-El Director general, Francisco Javier Eiroa Villarnovo.