

**COMISIÓN PLENARIA
CONVENIO MULTILATERAL
DEL 18.08.77**

Buenos Aires, 17 de noviembre de 2016.

RESOLUCIÓN N° 30/2016 (C.P.)

VISTO:

Visto el Expte. C.M. N° 1176/2013 “Fox Latin American Channel S.R.L. c/Provincia de Buenos Aires”, en el que la firma interpone recurso de apelación contra la Resolución C.A. N° 78/2015; y,

CONSIDERANDO:

Que dicho recurso se ha presentado conforme a las exigencias formales previstas en las normas legales y reglamentarias, motivo por el cual corresponde su tratamiento (art. 25 del Convenio Multilateral).

Que la apelante señala que la cuestión controvertida en estas actuaciones versa sobre la atribución de ingresos en la comercialización de los espacios publicitarios. Expresa que el fisco impugnó la atribución de ingresos por la venta de publicidad efectuada por Fox. Aclara que la firma asignó dichos ingresos a la jurisdicción del domicilio del adquirente del servicio, es decir, a la empresa de publicidad que adquirió el servicio para promocionar su producto o el producto de un tercero al estar en presencia de contratos entre ausentes y existir sustento territorial en la jurisdicción del domicilio del adquirente para poder asignar a dicha jurisdicción el ingreso.

Que la vinculación de Fox con los adquirentes de espacios publicitarios se formaliza bajo la modalidad de los “contratos entre ausentes” (por vía telefónica, fax, correspondencia, intercambio de mails, etc.) y que esta actividad no tiene ninguna conexión con la cesión de derechos de exhibición de la señal a los cableoperadores. Asevera que la resolución apelada pretende dar idéntico tratamiento a situaciones diferentes (venta de señal y publicidad) que se realiza con distintos sujetos (cableoperadores y agencias de publicidad), por lo que sostiene que la postura fiscal convalidada por la Comisión Arbitral resulta infundada. El cliente y destinatario de la pauta publicitaria es la agencia de publicidad y/o anunciante y no el abonado a los cables operadores. La comercialización de espacios publicitarios es un negocio en donde los sujetos y objetivos comerciales difieren por completo del negocio de la venta de señal: en la venta de señal intervienen Fox en su condición de comercializador de la señal y los cableoperadores, los cuales a su vez venden la distribución de la señal a los suscriptores, mientras que, en la comercialización de la publicidad intervienen Fox en su condición de comercializador del espacio publicitario en la señal y las agencias publicitarias y/o las compañías interesadas en publicitar sus productos.

Que finalmente, sostiene que aun en la hipótesis de tratarse de contratos entre presentes, se concluye que la empresa asignó correctamente los ingresos por publicidad. Ello así, dado que tanto la empresa como la mayoría de los adquirentes de espacios publicitarios se encuentran domiciliados en la CABA (sin perjuicio de que también existen anunciantes en otras jurisdicciones); que el “derecho a la contraprestación” se origina con la orden de pedido de publicidad, enviada por el cliente que adquiere los

espacios publicitarios en su jurisdicción. Hace notar en particular que el nacimiento del derecho a cobrar la cesión de la publicidad no se encuentra supeditado a la certificación de que la misma efectivamente haya llegado al abonado del cable, lo cual, además, es de imposible verificación en el interior del país y donde es usual que los cableoperadores locales “pisen” la publicidad emitida en la señal, con publicidades locales; y el aprovechamiento económico de los servicios prestados por Fox, se localiza en cada jurisdicción en la cual posea domicilio el adquirente.

Que reitera la solicitud de aplicación del Protocolo Adicional y dice que hubo varios precedentes pero hasta el momento no hubo cuestionamientos respecto del criterio de asignación al “domicilio del adquirente” los ingresos obtenidos por la cesión de espacios publicitarios. Denuncia el incumplimiento de la doctrina de la CSJN en el caso” Argencard c/Provincia de Entre Ríos”. Hace reserva del caso federal.

Que en respuesta al traslado corrido, la representación de la provincia de Buenos Aires señala que de una lectura detallada del recurso de apelación se advierte que el mismo no introduce ningún elemento ni agravio distinto a los planteados en oportunidad de acudir ante la Comisión Arbitral, motivo por el cual lo alegado no logra conmover lo resuelto.

Que de las constancias obrantes en el expediente administrativo, surge que a través de los cableoperadores que toman la señal del satélite establecido por la firma de marra, Fox Latin American Channel autoriza a los primeros a distribuir entre sus abonados, tanto la señal de cable como la publicidad, por lo cual los ingresos obtenidos por la venta de publicidad –a los efectos del cálculo del coeficiente de ingresos– deben ser distribuidos entre las distintas jurisdicciones en las cuales se encuentren ubicados dichos cableoperadores, siguiendo idéntico criterio que el utilizado por la firma para atribuir los ingresos obtenidos por la comercialización de señales, es decir, al lugar de efectiva prestación del servicio.

Que concluye –en síntesis– que existen circunstancias que avalan la posición de la provincia de Buenos Aires que fuera aprobada por la Comisión Arbitral, ellas son: sin lugar a dudas Fox en el ejercicio de su actividad presta un servicio de publicidad; tal servicio es prestado en cada uno de los cabezales o partidos o provincias en que las señales por ella generadas son recibidas; por aplicación del régimen del Convenio Multilateral en la distribución de la base imponible del contribuyente deben participar cada una de las jurisdicciones en las que el contribuyente proyecte su actividad y no solamente la CABA donde se localizan las agencias adquirentes de los espacios publicitarios.

Que con respecto al pedido de aplicación del Protocolo Adicional, Fox Latin American Channel SRL no ha demostrado la inducción a error por parte de los fiscos involucrados, requisito contenido en la RG n° 3/2007 que se encuentra vigente -no obstante los fallos de la CSJN que no han tenido la virtualidad de derogar la aplicación de la misma- Por lo tanto, a pesar de que la jurisdicción propicia la aplicación del Protocolo Adicional, interpreta que no se cumplimentan los requisitos normativos para su procedencia.

Que esta Comisión Plenaria observa que los argumentos esgrimidos por Fox Latin American Channel SRL no logran conmover lo decidido por la Comisión Arbitral.

Los ingresos por la venta de publicidad, el contribuyente los atribuía casi en su totalidad a la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, y no cabe duda que la actividad que los genera constituye un servicio cuya efectiva prestación se desarrolla en las jurisdicciones en las que el abonado al cable por el que se transmite la señal de Fox recibe la respectiva señal. Que ello significa que la prestación del servicio que provee la firma se realiza en ese lugar, puesto que hasta ese momento, el servicio sólo existe de una manera virtual.

Que en consecuencia, es razonable que los ingresos así generados sean distribuidos de la misma manera que como se hace con los ingresos provenientes de la venta de señal.

Que no procede la aplicación del Protocolo Adicional por no encontrarse reunidos los requisitos establecidos en la Resolución General N° 3/2007.

Que la Asesoría ha tomado la intervención que le compete.

Que esta resolución corresponde a una decisión adoptada en la reunión de Comisión Plenaria realizada el 29 de septiembre de 2016.

Por ello,

LA COMISION PLENARIA
Convenio Multilateral del 18/8/77
Resuelve

Artículo 1º.- No hacer lugar al recurso de apelación interpuesto por la firma Fox Latin American Channel S.R.L. contra la Resolución (CA) N° 78/2015, conforme a lo expuesto en los considerandos de la presente.

Artículo 2º.- Notificar a las partes interesadas mediante copia de la presente, hacerlo saber a las demás Jurisdicciones adheridas y archivar las actuaciones.

ENRIQUE OMAR PACHECO
PROSECRETARIO

FABIAN BOLEAS
PRESIDENTE