

**COMISION ARBITRAL
CONVENIO MULTILATERAL
DEL 18.8.77**

BUENOS AIRES, 21 de octubre de 2015.

RESOLUCIÓN C.A. N° 78/2015

VISTO el Expediente C.M. N° 1176/2013 “Fox Latín American Channel S.R.L. c/Provincia de Buenos Aires”, por el cual la firma de referencia interpone la acción prevista en el artículo 24 inc. b) del Convenio Multilateral contra la Disposición Delegada N° 3645/2013, dictada por la Agencia de Recaudación de la Provincia de Buenos Aires; y,

CONSIDERANDO:

Que la presentación se ha realizado cumplimentando las exigencias legales y reglamentarias en lo que hace a su aspecto formal, motivo por el cual corresponde su tratamiento.

Que la accionante informa que la actividad de la empresa es: (i) comercialización de señales a los operadores de sistema de televisión por cable, satelital y otros; (ii) comercialización de los espacios publicitarios a anunciantes, y (iii) la prestación de servicios a otras sociedades del Grupo tales como servicios creativos, servicios de marketing y servicios operativos.

Que la cuestión controvertida en estas actuaciones versa únicamente 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; que Fox asignó dichos ingresos a la jurisdicción del domicilio del adquirente del servicio, es decir, 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 el fisco 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 es infundada. El cliente y destinatario de la pauta publicitaria es la agencia de publicidad y/o anunciante y no el abonado de los cables operadores.

Que con relación a la comercialización de señal, asevera que de conformidad con las ofertas de distribución de señales de televisión realizadas por la firma a los operadores de cable, se advierte que Fox otorga a favor de los cableoperadores una autorización para distribuir su señal a los abonados de los cableoperadores. En virtud de ello, el negocio se erige sobre la base de los abonados al servicio de cable y por esto la tarifa que el cableoperador debe abonar a Fox se determina multiplicando la cantidad de

**COMISION ARBITRAL
CONVENIO MULTILATERAL
DEL 18.8.77**

suscriptores conectados por una suma de dinero.

Que por el contrario, la comercialización de espacios publicitarios es un negocio en donde los sujetos y objetivos comerciales difieren por completo del 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 en ningún momento surgen indicios ciertos o aparentes que permitan arribar a la conclusión de que Fox factura a los cables operadores por la programación y publicidad. Por el contrario, de la lectura de la cláusula “Programación”, solamente puede concluirse que Fox pretende que los cableoperadores respeten la integridad de la señal enviada por la misma, pero bajo ningún punto puede considerarse que facturó publicidad a los cableoperadores.

Que solicita la aplicación del Protocolo y expresa que hubo varios precedentes pero hasta el momento no hubo cuestionamientos respecto del criterio de asignación al “domicilio del adquirente” de los ingresos obtenidos por la cesión de espacios publicitarios. Dice que hubo inducción a error por parte de los fiscos; que hubo interpretaciones discordantes entre sí de los fiscos involucrados; y exteriorizaciones de criterios de los mismos que son incompatibles entre sí tales como inspección realizada por un fisco confirmando el criterio del contribuyente o contrariando el de otros fiscos involucrados. Por otra parte, denuncia el incumplimiento de la doctrina de la CSJN en el caso Argencard c/Provincia de Entre Ríos. Hace reserva del caso federal.

Que la representación de la Provincia de Buenos Aires, por su parte, dice que ARBA ha realizado un ajuste a la firma de referencia modificando el coeficiente de ingresos en lo que se refiere a la venta de publicidad, reasignando parte de los ingresos por la venta de publicidad, que el contribuyente asignaba casi en su totalidad a la Ciudad de Buenos Aires, a la Provincia de Buenos Aires, por constatarse claramente en esta jurisdicción la prestación del servicio de publicidad por parte del sujeto pasivo de referencia.

Que también ha resultado objeto de modificación el coeficiente de gastos, específicamente respecto de los conceptos: “sueldos y jornales”, “cargas sociales”, “gastos de viaje y estadía” y “depreciaciones bienes de uso”, en el entendimiento que los mismos fueron soportados en jurisdicción de la provincia de Buenos Aires, conforme lo establece el art. 4º del C.M. Señala que el ajuste efectuado por ARBA en el coeficiente de gastos ha quedado firme pues el contribuyente no ha incoado ningún agravio al respecto.

Que considera que Fox debe asignar los ingresos originados en la comercialización de espacios publicitarios al lugar de efectiva prestación de los servicios. Dice que no tiene duda que la actividad de venta de publicidad se efectúa en todas las jurisdicciones en las que el abonado al cable recibe la señal emitida por Fox: el servicio de publicidad se presta en el momento y lugar en donde se difunde la misma entre los abonados al sistema de televisión por cable, por lo que los ingresos obtenidos

**COMISION ARBITRAL
CONVENIO MULTILATERAL
DEL 18.8.77**

deben ser asignados al lugar de prestación del servicio, en el caso, a la Provincia de Buenos Aires. Existe sin dudas, entre las actividades de comercialización de señal y venta de publicidad, una analogía y similitud conceptual, proyectándose ambas actividades a todas las jurisdicciones provinciales.

Que con referencias al Protocolo Adicional, entiende que resuelto el caso, la Comisión debería evaluar el cumplimiento de los requisitos.

Que esta Comisión Arbitral observa que la cuestión controvertida traída a su consideración versa únicamente sobre la atribución de ingresos, ya que el fisco ha reasignado parte de los ingresos por la venta de publicidad, que el contribuyente atribuía casi en su totalidad a la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

Que al respecto, esta Comisión no tiene dudas que dicha actividad 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 efectúa con la venta de señal.

Que en cuanto al planteo que realiza la recurrente respecto a que se trata de una operación entre ausentes, en razón de que la operación se concreta mediante la emisión de una carta oferta, aceptada por la otra parte, en este caso concreto no tiene incidencia en la determinación de la jurisdicción a la que corresponde la atribución de los ingresos por las operaciones realizadas que se encuentran en discusión. Que ello es así por cuanto aún en ese caso, la Comisión tiene establecido por domicilio del adquirente aquél donde se presta efectivamente el servicio.

Que en lo relativo a la aplicación de las normas del Protocolo Adicional, no están acreditados los extremos exigidos para su procedencia, puesto que no se ha demostrado inducción a error y diferentes interpretaciones de los fiscos respecto a la situación fiscal de la firma de autos.

Que la Asesoría ha tomado la intervención que le compete.

Por ello,

LA COMISION ARBITRAL
Convenio Multilateral del 18/8/77
Resuelve:

ARTICULO 1° - No hacer lugar a la acción interpuesta por la firma Fox Latin American Channel S.R.L., contra la Disposición Delegada N° 3645/2013, dictada por la Agencia de Recaudación de la Provincia de Buenos Aires, conforme lo expuesto en los considerandos de la presente.

**COMISION ARBITRAL
CONVENIO MULTILATERAL
DEL 18.8.77**

ARTICULO 2° - Notificar a las partes interesadas y hacerla saber a las demás jurisdicciones adheridas.

**MARIO A. SALINARDI
SECRETARIO**

**ROBERTO ANIBAL GIL
PRESIDENTE**