



Poder Judicial de la Ciudad de Buenos Aires  
Fuero Contencioso Administrativo y Tributario

"2018 - AÑO DE LOS JUEGOS OLÍMPICOS DE LA JUVENTUD"

CÁMARA DE APELACIONES EN LO CAYT - SALA I

EA CARNEVALE Y CIA SA CONTRA GCBA SOBRE ACCION MERAMENTE DECLARATIVA

Número: EXP 600/2014-0

CUJJ: EXP J-01-00000611-0/2014-0

Actuación Nro: 11997799/2018

En la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, a los 30 días del mes de agosto de dos mil dieciocho, se reúnen en Acuerdo los Señores Jueces de la Sala I de la Cámara de Apelaciones en lo Contencioso Administrativo y Tributario de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires para dictar sentencia en los autos "EA CARNEVALE Y CIA SA CONTRA GCBA SOBRE ACCION MERAMENTE DECLARATIVA" (EXP 600/2014-0), y habiéndose practicado el sorteo pertinente resulta que debe observarse el siguiente orden: Fabiana H. Schafrik de Nuñez, Mariana Díaz y Carlos F Balbín.

A la cuestión planteada, la jueza Fabiana H. Schafrik de Nuñez dijo:

I. A fs. 1/6 E.A. Carnevale & Cía. S.A. por intermedio de su apoderado interpuso acción declarativa de certeza contra el Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (en adelante, GCBA) a efectos de que se declare si son exigibles los montos devengados en concepto de contribución por publicidad en la vía pública por el anuncio publicitario identificado con el padrón tributario N° 091561981.

Explicó que el día 21 de septiembre de 2009 efectuó una presentación en la Dirección General de Espacios Públicos solicitando la habilitación de una columna publicitaria doble faz ubicada en el predio del Centro Naval sobre avenida Cantilo.

Agregó que "*por exigencias de la Ley de Publicidad aplicable en ese entonces, era condición sine qua non -previo a otorgar la habilitación del cartel- dar el 'alta' del mismo en la AGIP*", razón por la cual, procedió a dar cumplimiento a lo dispuesto en fecha 29 de septiembre de 2009, lo que tramitó con los números 091561981 y 091561991 por ser un cartel doble faz.

Sostuvo que la Dirección General de Espacios Públicos nunca habilitó la instalación de la columna ni del cartel de publicidad respectivo, pero que sin perjuicio

de ello, la Administración Gubernamental de Ingresos Públicos (en adelante, la AGIP) “comenzó a devengar el canon bimestral por el impuesto por anuncios publicitarios, como si el cartel ya estuviese habilitado” (v. fs. 2.).

En este contexto, peticionó se declare si los tributos que se pretenden cobrar “deben ser abonados (existencia de la obligación tributaria) o si, como lo entiende esta parte, al no existir el hecho imponible de la publicidad que lo genera, los mismos no deben ser obitados, debiendo la Administración eximir el pago del mismo por las razones invocadas” (el resaltado pertenece al original -v. fs. 2 vta./3-).

Finalmente, invocó los requisitos para la procedencia de la acción y ofreció prueba.

II. A fs. 172/179 el Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires (en adelante, el GCBA) contestó el traslado de la demanda solicitando su rechazo con costas, escrito al que cabe remitirse por razones de brevedad.

III. Concluida la etapa probatoria, en fecha 8 de diciembre de 2016 se pusieron los autos para alegar (v. fs. 303), carga que fue cumplida por la parte actora a fs. 310/312 y a fs. 314/319 la demanda.

IV. A fs. 326 pasaron las actuaciones a resolver y a fs. 328/332 luce agregada la sentencia de primera instancia.

En dicha oportunidad, el juez de grado hizo lugar a la acción incoada por E.A. Carnevale & Cía. S.A y declaró la “ilegitimidad de la pretensión de cobro [de] contribuciones en relación a los registros del padrón tributario 'Contribuyente Anuncio N° 091561981' y 'Contribuyente Anuncio N° 091561991'” (conf. fs. 332 vta.).

Para así decidir, tuvo por acreditado que la columna publicitaria de la Av. Cantilo s/n –con dirección al norte– no contiene publicidad alguna en el período fiscal reclamado y concluyó que la actora no había desarrollado actividad publicitaria en el sentido definido por el artículo 1 de la Ley N° 2369 de Publicidad Exterior. De esta forma, señaló que el Gobierno carecía de derecho a percibir tributo alguno por tal concepto ya que, de lo contrario, incurriría en un injustificado enriquecimiento al no haberse configurado el hecho imponible definido en la norma citada.

V. Contra dicha sentencia, la parte demandada interpuso recurso de apelación a fs. 336, el que fue concedido a fs. 337 y fundado a fs. 345/348 vta.

Fundamentalmente, se agravio de que el *a quo* al sentenciar i) violó el principio de congruencia y resolvió *ultra petita* al fallar sobre el anuncio N° 091561991, ii) efectuó una incorrecta apreciación de la prueba en tanto a su juicio el informe confeccionado el 23 de julio de 2014 no acredita la inexistencia de actividad publicitaria ya que data de fecha posterior a la baja de los anuncios, iii) desconoció normativa aplicable al caso al soslayar que el artículo 343 del código fiscal t.o. 2011 no exigía que el anuncio esté habilitado o sea utilizado (v. fs. 347 vta.) para que se perfeccione el hecho imponible de la contribución discutida.

Finalmente, argumentó que los requisitos para la procedencia del cobro de la contribución por publicidad fueron cumplidos. Fundó lo anterior en la circunstancia de que el 24 de julio de 2014 la actora acompañó un nuevo contrato para la locación de un segundo cartel en una sola cara para el Centro de Graduados del Liceo Naval Miliar "Alte. Guillermo Brown".

VI. Sentado lo anterior, cabe recordar que los jueces no están obligados a pronunciarse sobre todos los argumentos esgrimidos por las partes, ni a hacer referencia a la totalidad de las pruebas producidas, sino que basta con que valoren las que sean "*conducentes*" para la correcta composición del litigio (conf. doctrina de Fallos 272:225; 274:486; 276:132 y 287:230, entre otros).

VII. Corresponde señalar preliminarmente que los argumentos vertidos en la expresión de agravios de la parte actora no alcanzan a cumplir lo establecido por el artículo 236 del CCAyT.

En efecto, éste dispone –en lo que aquí interesa– que "*el escrito de expresión de agravios debe contener la crítica concreta y razonada de las partes del fallo que el/la apelante considera equivocada*". En otros términos, la norma citada exige la existencia de una argumentación clara e idónea contra la validez del pronunciamiento apelado que permita refutar las argumentaciones allí contenidas.

Ello en virtud de que a quien intenta la revisión de un fallo o de una parte de éste no puede menos que exigírsele “*que diga por qué esa decisión judicial no lo conforma, poniendo de manifiesto lo que considera errores de hecho o de derecho, omisiones, defectos, vicios o excesos*” (v. PODETTI, J. Ramiro, Tratado de los Recursos, 2ª. ed. actualizada por Oscar Eduardo Vázquez, Ediar, Buenos Aires, 2009, p. 163/164).

En este contexto, adelanto que habrá de desestimarse el recurso esgrimido por el GCBA por hallarse desierto, en tanto la pieza jurídica bajo examen no alcanza a cumplir lo establecido por el citado artículo 236 del CCAyT por los fundamentos que a continuación expondré.

**VIII.** En primer lugar, el GCBA cuestionó la apreciación de la prueba efectuada por el *a quo*.

Al respecto, advierto que el magistrado de primera instancia al fundar su decisión, efectuó una exhaustiva valoración de los elementos probatorios aportados por las partes. En efecto, la circunstancia de que éste a su vez, haya incluido en su pronunciamiento –tal como destaca el GCBA en su escrito de apelación– un informe confeccionado en fecha posterior a la baja impositiva de los anuncios, de ninguna manera puede producir la consecuencia jurídica que pretende el recurrente, más si se tiene en cuenta que el referido informe es conteste con los restantes elementos probatorios reunidos en la causa.

Y en este sentido, me refiero por ejemplo, a la prueba informativa obrante a fs. 267. Cabe mencionar que en dicha oportunidad se ofició al Centro Naval para que informe “cuantas columnas han sido contratadas y cuantas han sido efectivamente colocadas a la fecha”, a lo que éste refirió “que la actora ha contratado la instalación de dos columnas y solo efectivizado la colocación de una.”

De esta manera, observo que lo argumentado por el GCBA en relación a este punto, no logra rebatir lo concluido por el juez de grado, en tanto desconoce el análisis holístico que el magistrado efectuó en su pronunciamiento, respecto de la prueba rendida en autos.

Por otro lado, a idéntica conclusión he de arribar en relación al planteo relativo a la interpretación normativa desarrollada en la instancia anterior (v. considerando V. iii.)

Ello es así, en tanto sin perjuicio del acierto o error en la elucidación efectuada por el magistrado *a quo*, lo cierto es que el marco normativo aplicado en dicha oportunidad, visto de cara a los agravios de la parte demandada, dan cuenta de que la sentencia de primera instancia debe ser confirmada en lo que fue materia del recurso que aquí se trata.

En efecto, y de conformidad con lo expuesto en párrafos precedentes, el magistrado de primera instancia a fin de concluir que no se encontraba configurado el hecho imponible del tributo en debate tuvo en consideración que la actora no había desarrollado actividad publicitaria.

En este sentido, surge de la sentencia impugnada que dicha conclusión fue consecuencia del análisis, tanto de lo dispuesto por el artículo 343 del código fiscal t.o. 2011, como de lo ordenado por el artículo 1º de la Ley N° 2396-GCBA/09.

De esta forma, y tal como fue señalado por el Sr. Fiscal ante esta Cámara, no cabe más que concluir que lo argumentado por el recurrente configura una mera discrepancia subjetiva con el pronunciamiento de grado, que en modo alguno logra rebatir la interpretación normativa efectuada sobre el alcance del artículo 1 de la referida ley de publicidad exterior y su relación con la hipótesis de incidencia tributaria discutida en las presentes actuaciones.

Seguidamente, advierto que es aún más débil la fundamentación del GCBA sobre la supuesta concurrencia de los requisitos para la procedencia del cobro de la contribución por publicidad.

En efecto, el GCBA fundó su pretensión en la circunstancia de que el 24 de julio de 2014 E.A. Carnevale & Cía. S.A. acompañó un nuevo contrato por 36 meses a partir del 1 de enero de 2013 para la locación de un segundo cartel en una sola cara para el **Centro de Graduados del Liceo Naval Militar** “Alte. Guillermo Brown”, a partir de lo cual, señaló que la empresa accionante habría colocado publicidad sin contar con el permiso o habilitación correspondiente, lo que –a su juicio– habría provocado el nacimiento de la obligación tributaria discutida.

Ahora bien basta con efectuar un breve análisis de los expedientes administrativos N° 1624147/2012 y N° 1176257-DGOEP-2009 para demostrar que no existen elementos concluyentes que me permitan colegir que el contrato transcrito tuvo por objeto la misma columna publicitaria doble faz identificada con los Nros. 091561981 y 091561991.

Por el contrario, ni siquiera intervinieron las mismas partes que acordaron en los restantes contratos obrantes en el expediente N° 1176257-DGOEP-2009.

En efecto, nótese que en dichas oportunidades la accionante celebró una serie de contratos de locación respecto de terrenos propiedad del **Centro Naval** – ubicado sobre Av. Intendente Cantilo entre arroyo Medrano y el Centro de Graduados del Liceo Naval–, mientras que en el contrato invocado por el GCBA, interviene en calidad de locador el **Centro de Graduados del Liceo Naval**, institución ubicada en el terreno lindante al Centro Naval y al Club Universitario de Buenos Aires (CUBA).

De esta forma, tengo para mí que la entereza de la resolución impugnada permanece incólume frente a la debilidad argumentativa con la que el demandado pretendió demostrar la procedencia de la contribución discutida.

En concordancia, y de conformidad a lo expuesto al comienzo del presente voto, corresponde declarar desierto el recurso del GCBA contra la resolución de fs. 328/332.

**VIII.** Finalmente, atento a la forma en que se resuelve corresponde rechazar el agravio del GCBA relativo a la inclusión del anuncio N° 091561991 en lo sentenciado por el *a quo*.

Ello, en tanto probada la inexistencia de actividad publicitaria (v. considerando VII.) respecto del cartel doble faz, la conclusión que se propicia en el presente considerando configura una derivación razonada de lo acreditado en autos.

Por lo expuesto, en caso de compartirse este voto, propongo al acuerdo que: **i)** se declare parcialmente desierto el recurso interpuesto, y se lo rechace en lo restante; **ii)** se confirmen las costas a la demandada vencida (arts. 62 CCyT), y, **iii)** se impongan en la alzada en el orden causado por no haber mediado contradicción.

A la cuestión planteada, la jueza Mariana Díaz dijo:

**I.** Los antecedentes relevantes de la causa han quedado adecuadamente relatados en los puntos I a V del voto de la jueza Fabiana H. Schafrik de Nuñez y a ellos me remito a fin de evitar reiteraciones innecesarias.

**II.** Con relación al agravio de la demandada, referido a la incorrecta valoración de la prueba producida en autos, considero oportuno efectuar las siguientes consideraciones.

**II. a.** Al momento de resolver, el juez de grado tuvo por acreditado que los anuncios publicitarios en cuestión *“no cont[enían] publicidad alguna en el período fiscal reclamado y que ambos (...) se encuentran dados de baja con fecha 11 de diciembre de 2012”*, por lo que consideró que *“el tema medular a dilucidar en la causa es si el GCBA tiene facultad para reclamar el crédito pretendido o, si por el contrario, no existe hecho imponible generador de dicha obligación tributaria”* (fs. 331 vuelta).

En esa línea, concluyó que *“no habiendo la actora desarrollado actividad publicitaria alguna en el sentido definido por la ley, el Gobierno accionado carecía entonces de derecho a percibir tributo alguno por tal concepto ya que, de lo contrario habría incurrido en un injustificado enriquecimiento”* (fs. 332).

En consecuencia, hizo lugar a la demanda *“declarando la ilegitimidad de la pretensión de cobro contribuciones en relación a los registros del padrón tributario ‘Contribuyente Anuncio N° 091561991’ y ‘Contribuyente Anuncio N° 091561981’”* (fs. 332 vuelta).

**II. b.** Al respecto, corresponde señalar que en el artículo 343 del Código Fiscal (T.O 2011), se establece que *“[l]a 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”*.

A continuación, se indica que *“[e]l hecho imponible se perfecciona con independencia de su habilitación o condición de ser utilizado”*.

Por otra parte, en el artículo 354 se determina –para lo que aquí interesa– que *“están exentos del pago de este gravamen (...) [l]os 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”*.

De modo que, el legislador estableció como regla el pago de la contribución en cuestión para aquellos sujetos a quienes se permita el desarrollo de actividad publicitaria (mediante la concesión de un permiso cf. arts. 19 a 22 de la ley N°2396 de Publicidad Exterior) y puso en cabeza del contribuyente, un procedimiento facultativo y reglado para eximirlo –sólo en ciertos casos y por determinado plazo– del pago de aquella.

Frente al marco normativo descripto, asiste razón al GCBA en cuanto a que la prueba producida en autos resulta insuficiente a fin de acreditar la improcedencia del cobro pretendido en las ejecuciones fiscales N°1109328/0 (por los períodos detallados a fs. 2) y N°1106135/0 (por los períodos detallados a fs. 1).

Es que, la invocada falta de habilitación del anuncio en la que funda la accionante su pretensión, no la eximiría por sí de la obligación de pago de la contribución por publicidad, toda vez que dicha formalidad es exigida a fin de que los anuncios publicitarios cumplan con las condiciones de instalación requeridas en la ley de publicidad exterior de conformidad con las disposiciones del Código de Planeamiento Urbano y es un trámite independiente de aquél establecido para la obtención del permiso.

A igual conclusión cabe arribar en cuanto a la alegada ausencia de actividad publicitaria en el anuncio durante los períodos por los que se pretende el cobro de la contribución cuestionada.

Ello así, toda vez que no encontrándose siquiera acreditado que –ante el supuesto de *“anuncio publicitario libre”*– la parte actora hubiese iniciado el trámite legalmente estipulado para gozar de la exención prevista en el artículo 354 del Código Fiscal, la mera invocación de ausencia de publicidad, no alcanza para eximirla del pago de la contribución pretendida.



Menos aún, cuando la prueba en la que se funda el pronunciamiento impugnado refiere a períodos posteriores a aquellos por los que se pretende el cobro de la contribución aludida así como también posteriores a la fecha de baja de los anuncios (v. fs. 330/330 vuelta y fs. 58 y 73 del expediente administrativo N°1624147/12).

Por último, resta señalar que la parte actora tampoco probó la inexistencia o denegación del referido permiso –sindicado por la norma fiscal como hecho imponible– respecto del anuncio publicitario en cuestión.

Por todo ello, corresponde hacer lugar al recurso de apelación del GCBA, revocar la sentencia de grado y, en consecuencia, rechazar la demanda.

**III.** Las costas de todo el proceso, en atención al modo en que se resuelve, serán a cargo de la actora vencida (cf. arts. 62 y 249 del CCAyT).

**IV.** Por los argumentos dados, voto por: **i)** hacer lugar al recurso de apelación interpuesto por el GCBA, revocar el pronunciamiento de grado y, en consecuencia, rechazar la demanda imponiendo las costas de todo el proceso a la parte actora, vencida (cf. arts. 62 y 249 del CCAyT).

A la cuestión planteada, el juez Carlos F. Balbín dijo:

**I.** Adhiero, en lo sustancial, al voto de la jueza Fabiana H. Schafrik de Nuñez.

**II.** Cabe recordar que, al acoger la pretensión, el *a quo* sostuvo que, si bien la actora había obtenido el alta impositiva, los anuncios “... nunca se han materializado como actividad publicitaria, de manera tal que no se advierte el presupuesto básico establecido por el artículo 1° de la Ley N° 2396 que define la publicidad exterior como ‘toda actividad publicitaria que se desarrolle y se perciba en el espacio público’. De ello resulta palmario que el hecho imponible en cuestión necesariamente está condicionado (...) por un presupuesto fáctico o ‘hecho’, que consiste justamente en la efectiva existencia del anuncio publicitario” (consid. III, fs. 332).

Ahora bien, la posición del GCBA sentada en su contestación de demanda es que "... el alta en la contribución de anuncios publicitarios efectuada por el actor, generó la obligación en cabeza del contribuyente de abonar el gravamen respectivo" (fs. 176 vta./177). Se apoya, además, en el art. 343 *in fine* del Código Fiscal (t.o. 2011), según el cual "[e]l hecho imponible se perfecciona con independencia de su habilitación o condición de ser utilizado". Este argumento es retomado, de forma escueta, en la expresión de agravios, donde se insiste en que dicha previsión abona la posición de la Ciudad. La recurrente señala que "[a] pesar que la normativa fiscal no exige que el anuncio esté habilitado o sea utilizado, para el sentenciante, ello no es esencial" (fs. 347 vta.).

A mi juicio, la sola invocación de ese artículo no basta para invalidar el razonamiento del juez de grado. Es plausible interpretar que, cuando la norma señala que la falta de habilitación no obsta al nacimiento de la obligación tributaria, tenga en miras la posibilidad de que el contribuyente desarrolle la actividad gravada de manera irregular. No podría objetarse que ese supuesto esté alcanzado por el tributo, pues de otro modo se estaría colocando a quien publicita sin cumplir con los recaudos legales en mejor situación que quien obra conforme a derecho. Sin embargo, que el hecho imponible pueda existir en tales condiciones no implica que efectivamente se produzca. Y es en este punto donde la recurrente omite hacerse cargo de un argumento central del fallo apelado, cual es que –según el *a quo*– no se ha materializado actividad publicitaria alguna (más allá de la existencia o no de habilitación o permiso a tal efecto).

El art. 343 del Código Fiscal, al definir el hecho imponible de la contribución por publicidad, dice que "[l]a 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 ...".

Por su parte, el art. 351 señala, en cuanto aquí interesa, que "[e]l impuesto se devengará desde el momento mismo de la colocación del anuncio". A su vez, el art. 352 establece que la Administración Gubernamental de Ingresos Públicos (AGIP) puede "... realizar altas de oficio cuando detecte anuncios publicitarios pendientes de empadronamiento...".

De los pasajes transcritos se desprende que la sentencia de grado, al vincular el hecho imponible con una efectiva actividad publicitaria (en el caso, la colocación de anuncios), encuentra sustento en diversas disposiciones legales.

Es posible que el tributo se torne exigible incluso antes de que se despliegue de manera efectiva la actividad publicitaria. El propio Código Fiscal prevé que “[l]os pagos (...) se efectuarán por adelantado y son condicionantes de la concesión del permiso...” (art. 346). Nótese que la expresión “por adelantado” da cuenta de que el hecho imponible se perfeccionaría con posterioridad.

Cierto es que el art. 354, al regular las exenciones, introduce en su inciso 5º el caso de “[l]os 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...”. A mi juicio, este inciso contempla la posibilidad de que el contribuyente obtenga el permiso correspondiente y que, de no utilizarlo, pueda solicitar que se lo libere transitoriamente del pago del tributo.

Según esta lectura, la obtención del permiso obligaría al pago de la contribución, más allá de si el aviso es efectivamente colocado. De allí que, una vez que el contribuyente se encuentra en condiciones de publicitar, si no lo hace debe solicitar la exención a efectos de liberarse de esa obligación.

En el presente caso, sin embargo, la demandada no otorgó los permisos (conf. informe de fs. 70 del expediente administrativo 1624147/2012). Si bien estos fueron solicitados, lo cierto es que se excedió largamente el plazo previsto para la resolución administrativa (90 días hábiles desde el inicio del expediente, conf. art. 22.d de la ley 2936), sin que esta se dictara, y sin que el GCBA adujera ninguna razón para esa demora.

Como ya fue señalado, es posible que aún sin permiso, el contribuyente se encuentre alcanzado por el tributo. Sin embargo, ello exigiría que aquél desarrolle la actividad gravada.

En este punto, se presentan dudas en razón de que la actora ya contaba con una columna publicitaria en el predio del Centro Naval. Según alega, su intención era instalar una segunda columna y colocar allí los anuncios publicitarios en cuestión.

Como la demandada nunca otorgó los permisos correspondientes, este proyecto no se habría llevado a cabo.

Cierto es que la actora no acredita si durante el período en cuestión desarrolló actividad publicitaria en la columna que ya se encontraba emplazada en el predio; ni si, en su caso, pagó los tributos correspondientes (más allá de que señala, en términos genéricos, que por el cartel preexistente “se abonan los cánones correspondientes”, fs. 1 vta.). Tampoco brinda precisiones sobre si esa columna contaba con las habilitaciones y permisos exigibles. De todas maneras, es necesario tener presente que esta acción se circunscribe a la presunta deuda correspondiente a los anuncios identificados en el padrón tributario con los números 091561981 y 091561991.

En suma, no existen elementos que permitan concluir que el hecho imponible efectivamente se produjo. Máxime cuando esa es la conclusión del juez de grado, sin que la demandada presentara argumentos dirigidos a rebatir ese aspecto –por cierto, central– de la sentencia. En efecto, en lo que se refiere a la configuración del hecho imponible, la recurrente se limita a aducir que “el alta en la contribución de anuncios publicitarios efectuada por el actor” generó la obligación de abonar el gravamen y que el hecho imponible se perfecciona con independencia de su habilitación o condición de ser utilizado (fs. 176 vta./177). Sin embargo, como ya se explicó, estas consideraciones, por sí solas, resultan inadecuadas para invalidar el razonamiento del juez de grado.

Por estas razones, considero que el recurso debe ser declarado parcialmente desierto.

**III.** Sentado lo anterior, corresponde analizar si el juez de grado resolvió más allá de lo pretendido por la actora y, de esa manera, violó el principio de congruencia.

La demandada funda esta objeción en que, al promover la demanda, la contraparte solicitó el dictado de una sentencia declarativa de certeza únicamente respecto del registro 091561981.

Si bien es cierto que el objeto de la pretensión no ha sido formulado con precisión, a mi juicio ello no basta para sostener que la sentencia haya transgredido el principio de congruencia.

Adviértase que en el escrito de demanda se indica que "... se tramitó el alta en AGIP y por ser el cartel doble faz, se les dio el alta respectiva con el número 091561981 y 091561991 respectivamente" (fs. 1 vta.). Dadas las características de los anuncios, el alta en el padrón tributario fue solicitada de manera simultánea y, luego, la baja también se peticionó mediante una misma nota (conf. fs. 26 del expediente administrativo 1624147/2012). El argumento invocado entonces por la contribuyente fue que la administración nunca autorizó la colocación de esos avisos. Luego, en las mismas actuaciones, la firma precisó –también respecto de ambos números de padrón– que ante la falta de resolución por parte de la Dirección General de Espacios Públicos, "la columna nunca se montó y el cartel nunca se colocó" (fs. 33 vta.).

Si bien el artículo 269 del CCAyT establece que la demanda debe contener la petición en términos claros y positivos y, por su lado, los artículos 145 y 147 del citado código señalan que las decisiones de los jueces deben recaer exclusivamente sobre las pretensiones deducidas en el juicio, considero que la aplicación del principio de congruencia no puede derivar en un excesivo rigor formal que limite el alcance de la pretensión de un modo tal que altere su sustancia.

En este sentido, se ha expresado que "no existirá incongruencia cuando se decida sobre una pretensión que, aunque no fue formal o expresamente ejercitada, estaba implícita o era consecuencia inescindible o necesaria de los pedimentos articulados o de la cuestión principal debatida en el proceso" (Gozaíni, Osvaldo Alfredo, "El principio de congruencia frente al principio dispositivo", LL, 20/06/2007, p. 1).

Por lo expuesto, corresponde rechazar este agravio.

**IV.** Finalmente, corresponde confirmar la imposición de costas dispuesta en la sentencia apelada, por aplicación del principio de la derrota (art. 62 del CCAyT). Las de esta instancia se distribuyen en el orden causado, por no haber mediado contradicción.

En mérito de las consideraciones vertidas, normas y jurisprudencia citadas y habiendo dictaminado el Ministerio Público Fiscal; el Tribunal **RESUELVE**:  
**I.** Declarar parcialmente desierto el recurso interpuesto, y rechazarlo en lo restante; **II.** Confirmar las costas a la demandada vencida (arts. 62 CCAyT), y, **III.** Imponer las costas de la alzada en el orden causado por no haber mediado contradicción.

Regístrese, notifíquese por secretaría a las partes y al Sr. Fiscal de Cámara en su despacho y, oportunamente, devuélvase.

Mariana Díaz  
Jueza de Cámara  
Contencioso Administrativo y Tributario  
Ciudad Autónoma de Buenos Aires

Fabiana H. Schafrik de Nuñez  
Jueza de Cámara  
Contencioso Administrativo y Tributario  
Ciudad Autónoma de Buenos Aires

Carlos F. Balbín  
Juez de Cámara  
Contencioso Administrativo y Tributario  
Ciudad Autónoma de Buenos Aires

Cámara Contenciosa Adm. y Tributaria  
Ciudad Autónoma de Bs. As. SALA I  
Registrado en el Libro de **DEFINIVAS**  
.....bajo el No. **202**.....  
Folio **107**.....del Tomo **I**.....Conste.

Yanina Kaminovich  
Prosecretaria Letrada de Cámara