

§ 6 RESOLUCION NUMERO 4/1994, DE 25 DE ABRIL, DE LA DIRECCION GENERAL DE TRIBUTOS, SOBRE LOCALIZACION DE LOS SERVICIOS DE PUBLICIDAD EN EL IMPUESTO SOBRE EL VALOR AÑADIDO. (BOLETÍN OFICIAL DEL ESTADO DE 26 DE ABRIL).

Visto el escrito presentado por la Federación Nacional de Empresas de Publicidad, en el que se plantea el problema relativo a la localización de los servicios de publicidad en el Impuesto sobre el Valor Añadido.

Resultando que, con fecha 20 de octubre de 1986, se dictó por este Centro directivo una Resolución a consulta vinculante formulada por diversas Asociaciones de publicidad, publicada en el Boletín Oficial del Estado de 4 de noviembre siguiente.

Resultando que, en el punto quinto de dicha Resolución se establece un criterio interpretativo para la localización de los servicios publicitarios directamente relacionados con bienes inmuebles cuyo tenor literal no se deduce claramente de los considerandos de la Resolución que se refieren a dichos servicios y que ha podido llevar a un error en la aplicación del Impuesto sobre el Valor Añadido en esta cuestión.

Procede, por tanto, aclarar este criterio para subsanar posibles confusiones en su comprensión y publicar también en el Boletín Oficial del Estado esta aclaración para su general conocimiento.

Considerando que, el artículo 22, número 1 del Reglamento aprobado por Real Decreto 2028/1985, de 30 de octubre, dictado en desarrollo de la Ley 30/1985, de 2 de agosto, del Impuesto sobre el Valor Añadido, establecía que los servicios directamente relacionados con bienes inmuebles se entenderán realizados en el lugar donde radiquen dichos inmuebles.

Considerando que, de acuerdo con lo dispuesto en el artículo 22, número 5, apartado 3º del mismo Reglamento, los servicios publicitarios prestados a empresarios o profesionales se entenderán realizados en el lugar donde radique la sede de la actividad económica o el establecimiento permanente del destinatario de dichos servicios.

Considerando que, el punto quinto de la referida Resolución de 20 de octubre de 1986 decía textualmente que "los servicios publicitarios directamente relacionados con bienes inmuebles (vallas publicitarias y otros análogos) se considerarán prestados en todo caso en el lugar donde radiquen los bienes inmuebles a que se refieran, cualquiera que sea el lugar donde radiquen o residan la empresa titular del medio publicitario, las agencias mediadoras de publicidad o el cliente o anunciante."

Considerando que, estos "servicios publicitarios directamente relacionados con bienes inmuebles" deben entenderse, de acuerdo con los criterios generales de interpretación del Impuesto y con las reglas de localización contenidas en los preceptos aludidos anteriormente, como los servicios de arrendamiento o de cesión de bienes inmuebles por cualquier título para utilizarlos con fines publicitarios, que deberán efectivamente localizarse en el lugar donde radiquen dichos bienes inmuebles. Sin embargo, el servicio de publicidad, prestado por el arrendatario o cesionario de dichos bienes utilizando los mismos como soporte, debe seguir en su localización la regla propia de los servicios de publicidad: el lugar donde radique la sede o establecimiento del destinatario del servicio.

Considerando que, el artículo 70, uno, 1º y 5º c) de la Ley 37/1992, de 28 de diciembre, del Impuesto sobre el Valor Añadido, que ha derogado y sustituido a la Ley 30/1985, citada precedentemente, mantiene los mismos criterios que esta última en cuanto a la localización de los servicios relacionados con bienes inmuebles y de los servicios de publicidad,

Esta Dirección General considera lo siguiente:

Primero.- Continúan siendo válidos los criterios interpretativos contenidos en la Resolución de este Centro, de fecha 20 de octubre de 1986 (Boletín Oficial del Estado de 4 de noviembre de 1986), sobre la localización de los servicios publicitarios y de los prestados por las agencias de publicidad que actúen en nombre propio, incluso después del 1 de enero de 1993, fecha de entrada en vigor de la Ley 37/1992, de 28 de diciembre.

Segundo.- No obstante, debe entenderse que el criterio de localización de los servicios publicitarios directamente relacionados con bienes inmuebles (vallas, marquesinas, cabinas telefónicas y análogos, que tienen la consideración de bienes inmuebles), contenido en el punto quinto de la referida Resolución, se refiere a los servicios relacionados con bienes inmuebles (arrendamiento, cesión, etc.) que se destinan a fines publicitarios, a los que se aplicará el criterio de localización indicado del lugar donde radican dichos bienes inmuebles.

Sin embargo, los servicios de publicidad prestados a un empresario o profesional, utilizando como soporte un bien inmueble o los considerados como tales, sólo estarán sujetos al Impuesto sobre el Valor Añadido cuando los mencionados destinatarios tengan su sede o establecimiento permanente en el territorio de aplicación del Impuesto; en otro caso, no estarán sujetos a dicho Impuesto.

Tercero.- Dado que el tenor literal del mencionado punto quinto de la Resolución de 20 de octubre de 1986 ha podido inducir a aplicar a los servicios de publicidad con soporte de un bien inmueble el criterio relativo al lugar donde radiquen dichos bienes inmuebles, la aclaración contenida en el punto segundo anterior sólo será aplicable, en su caso, a partir de la publicación de la presente Resolución, sin que proceda exigir a los sujetos pasivos que hubiesen aplicado anteriormente el criterio de localización de los bienes inmuebles la modificación de sus declaraciones tributarias sobre la base de dicha aclaración.

Madrid, 25 de abril de 1994, EL DIRECTOR GENERAL DE TRIBUTOS: Eduardo Abril Abadín.