

Consulta vinculant en relació amb la deduïbilitat de les despeses derivades de la contractació de publicitat efectuada mitjançant plataformes digitals.

Número de consulta	CV0184-2020
Data d'emissió	15/06/2020
Normativa	· Decret legislatiu del 5-6-2019 de publicació del text refós de la Llei 95/2010, del 29 de desembre, de l'impost sobre societats

Consulta

En aquest apartat es reproduïx la consulta sense les dades de la persona o l'entitat que la formula

ANTECEDENTS

El Sr. A, representant de la societat X:

EXPOSA

Que, d'acord amb el que disposa l'article 65 de la Llei 21/2014, del 16 d'Octubre, de Bases de l'Ordenament Tributari i l'article 25 del Reglament de desenvolupament de la mateixa, interessa formular la següent Consulta Tributària, els efectes de la qual serien aplicables en les operacions la naturalesa de les quals s'expressa en l'escrit de consulta, realitzades durant l'exercici 2020 i posteriors.

DESCRIPCIÓ DELS FETS

Que la societat X (en endavant, la societat) té com activitat principal l'entrenament personal per assolir objectius de millora en l'entrenament personal, social i professional. Tots els serveis que ofereix són online, motiu pel qual ha de treballar molt la seva presència a internet. És a dir, la societat ofereix un servei directe comunicant-se amb el client mitjançant una aplicació de missatgeria instantània, proporcionant un programa d'entrenament i alimentació. A més, els hi ofereix un assessorament constant sobre qualsevol dubte o necessitat del client.

Per tant, com a estratègia de màrqueting, la totalitat dels seus clients els capta fent campanyes publicitàries mitjançant una plataforma digital amb la finalitat de rebre demandes de "Coaching".

Dita plataforma permet que els anuncis publicitats només els puguin veure un número determinat i un tipus concret de persones.

Els anuncis d'aquest tipus de campanyes estan preparats per captar dades de clients potencials en les plataformes natives de la xarxa social. És a dir, segons les característiques de l'anunci, la plataforma calcula el nombre de persones a les quals la societat pot arribar i els resultats que pot obtenir.

D'aquesta manera la societat aconsegueix dos objectius fonamentals:

- La capacitat d'arribar al seu públic objectiu de manera ràpida i eficient;
- Maximitzar l'abast de la campanya. Aquesta fa referència al grau d'influència que tindrà l'anunci en l'audiència.

En aquest sentit, i per obtenir un major rendiment, dit proveïdor presta els següents serveis:

- Anàlisi de les característiques escollides (dona, home, edat...);
- Determinar el mercat on vol dirigir-se la societat;
- Circular, en les seves plataformes, els anuncis realitzats per la societat;
- Enviar notificacions sobre el rendiment de l'anunci durant la campanya i després d'aquesta.

Ara bé, la seva facturació es basa en un sistema de "subhasta" en el qual, els anuncis competeixen per les impressions. Quan es posa l'anunci en circulació, només es cobra per la quantitat de clics o d'impressions que rep dit anunci,

Així mateix, destaco que la societat abans de fer les campanyes publicitàries estableix un pressupost per cada un dels anuncis que desitja publicar.

En aquest sentit, si dit proveïdor no pot oferir els resultats que vol la societat a causa de les limitacions del pressupost, detenen el lliurament de l'anunci. Dit d'una altra manera, si no pot oferir els resultats esperats, no emetrà factura, i per tant la societat no haurà de pagar res.

Amb el qual, la plataforma li cobrarà a la societat en la mesura que s'aconsegueixin resultats pel conjunt d'anuncis que estan en circulació a les seves xarxes.

En conclusió i d'acord amb l'exposat prèviament, els serveis prestats per aquest proveïdor són essencials per a què la societat pugui informar, persuadir i aconseguir un comportament determinat de les persones que reben aquesta informació (el seu públic objectiu), amb la finalitat d'obtenir el major número possible de resultats en relació amb aquestes persones, i percebre un rendiment econòmic i comercial.

NORMATIVA APLICABLE

Llei 95/2010, del 29 de desembre, de l'impost sobre societats.

ANTECEDENTS APLICABLES

L'article 9.3 de la Llei 95/2010, del 29 de desembre, de l'impost sobre Societats (en endavant, Llei de l'IS), estableix que "En el mètode de determinació directa, la base de tributació es calcula corregint el resultat comptable, determinat d'acord amb les normes que preveu la Llei 30/2007, del 20 de desembre, de la comptabilitat dels empresaris i el Pla general de comptabilitat, amb l'aplicació dels preceptes que estableix el capítol IV d'aquesta Llei (...)"

L'article 19.1 de la Llei de l'IS, determina que, "els ingressos i les despeses s'imputen en el període impositiu en què es meritin, d'acord amb les regles que estableix el Pla general de comptabilitat, atenent el corrent real de béns i serveis que aquells ingressos i despeses representen, amb independència del moment en què es produeixi el corrent monetari o financer, respectant l'adequada correlació entre els uns i els altres"

Així mateix, l'apartat 2 del citat article estableix que les despeses que no s'hagin comptabilitzat en el compte de resultats o en un compte de reserves no són fiscalment deduïbles.

Per tant, en la mesura que les despeses de publicitat compleixen les condicions legalment establertes en termes d'inscripció comptable i de meritació, seran fiscalment deduïbles de la base de tributació de l'Impost sobre Societats i en la mesura que no existeixi cap limitació a la seva deducció.

L'article 13.1.f) de la Llei de l'IS, preveu la limitació de l'1% de la base de tributació positiva mitjana de l'exercici corresponent i dels dos exercicis anteriors, per totes aquelles despeses generades en concepte de:

- Relacions públiques amb clients o proveïdors;
- Usos i costums que s'efectuïn al personal de l'empresa;
- Promocionar la venda de béns i la prestació de serveis.

D'acord amb l'exposat en la descripció dels fets, entenem que les despeses derivades de les campanyes publicitàries realitzades mitjançant la xarxa social, constitueixen una despesa fiscalment deduïble de la base de tributació de l'Impost sobre Societats, sense que existeixi limitació alguna a la seva deducció. En cap moment la societat ha tingut com a objectiu promocionar la venda dels seus serveis mitjançant descomptes, cupons, mostres gratuïtes, concursos o sortejos.

MANIFESTACIÓ EXPRESSA

Es manifesta expressament que al moment de presentació de la present consulta, no es té coneixement de que s'estigui tramitant un procediment o recurs administratiu relacionat amb el règim, la classificació o la qualificació tributària que li correspongui al cas aquí plantejat.

QÜESTIÓ PLANTEJADA

1. És correcta la nostra interpretació exposada en els antecedents aplicables? És a dir, les despeses generades en concepte de publicitat són fiscalment deduïbles de la base de tributació de l'Impost sobre Societats?

Resposta

En relació amb la qüestió sobre la possibilitat de deduir les despeses suportades per realitzar campanyes publicitàries mitjançant plataformes digitals, el Decret legislatiu del 5-6-2019 de publicació del text refós de la Llei 95/2010, del 29 de desembre, de l'impost sobre societats, en l'article 9.3, estableix com s'ha de determinar la base de tributació de l'impost mitjançant el mètode de determinació directa. L'article en qüestió disposa el següent: "3. En el mètode de determinació directa, la base de tributació es calcula corregint el resultat comptable, determinat d'acord amb les normes que preveu la Llei 30/2007, del 20 de desembre, de la comptabilitat dels empresaris i el Pla

general de comptabilitat, amb l'aplicació dels preceptes que estableix el capítol IV d'aquesta Llei, sense perjudici del que estableix l'article 26."

Registreu-vos a LesLleis.com per
accedir al contingut complet d'aquesta pàgina.