

BASE DE DATOS DE Norma DEF.-

Referencia: NFC088746

DGT: 18-04-2024

N.º CONSULTA VINCULANTE: V0798/2024

SUMARIO:

IAE. Régimen de las actividades. Elementos tributarios. Superficie de los locales. Superficie del showroom. Una empresa comercializadora al por mayor se encuentra dada de alta en los siguientes epígrafes de la Secc. 1.ª de las Tarifas: Epígrafe 613.2 «Comercio al por mayor de tejidos por metros, textiles para el hogar y alfombras»; Epígrafe 615.2 «Comercio al por mayor de muebles» y Epígrafe 615.3 «Comercio al por mayor de aparatos electrodomésticos y ferretería». Desarrolla su actividad al por mayor en un único local y la superficie total de este local asciende a 4.745 metros cuadrados, siendo la mayor parte destinada a oficinas. De dicho total, hay una superficie diferenciada de 1.665 metros cuadrados destinadas a lo que comúnmente se conoce en el ámbito empresarial como un *showroom* que cuenta con las siguientes características: Es un espacio diferenciado de las oficinas donde se encuentran depositadas al menos una referencia de los productos o la mercancía que comercializa al por mayor. Como norma general, se encuentra al menos un producto de cada referencia, mientras que el resto de la mercancía se encuentra ubicada en otros almacenes de titularidad y gestionados por empresas terceras contratadas (proveedores logísticos independientes). El *showroom* sirve de apoyo al catálogo online que la empresa oferta a sus clientes mayoristas. Es decir, los clientes pueden visitar el *showroom* y visualizar personalmente los productos, para que les ayude a la toma de decisiones sobre la compra de ese producto. Por tanto, podría entenderse que este espacio también tiene una función de muestrario para los clientes. Se encuentra ordenado con una presentación cuidada de los productos que allí se ubican. Es un espacio de acceso restringido y no está abierto al público en general. Solo es de acceso a clientes mayoristas o intermediarios profesionales, sin que ningún particular ni cliente no autorizado pueda tener acceso al mismo. No está destinado a una venta directa e inmediata (ya que los clientes que lo visitan únicamente lo hacen como apoyo para una adquisición posterior) ni tampoco se permite el acceso al público en general al *showroom*. Esto es lo mismo que ocurre en los almacenes gestionados por terceros (en los cuales no se puede hacer una venta directa e inmediata de las mercancías ni tampoco se permite el acceso al público en general). El cliente no puede adquirir en ese mismo momento la mercancía depositada en el *showroom*, sino que será la empresa la encargada de enviarle los productos (es decir, no se puede realizar la venta directa e inmediata de la mercancía, en el mismo sentido que ocurre en los almacenes gestionados por terceros y a diferencia de lo que podría ocurrir en los expositores de cualquier tienda abierta al público). De acuerdo con la regla 14 de la Instrucción, se aplica el porcentaje del 55 por 100 a las superficies de los locales afectos a la actividad que estén destinadas efectivamente al almacenamiento, guarda o depósito de toda clase de mercancías. Y, por el contrario, no tienen tal consideración de almacén o depósito aquellas superficies de locales que tengan un uso o destino distinto al simple almacenamiento o depósito (por ejemplo, las destinadas a atención al público, oficinas administrativas, centros de cálculo y similares). En el ámbito empresarial se denomina *showroom* a una sala de exposición o exhibición, un espacio donde el vendedor o fabricantes exponen sus novedades a los compradores. Esta empresa dispone de una superficie diferenciada dentro del local destinada a *showroom*, y en él se encuentra al menos un producto de cada referencia (el resto de la mercancía se encuentra ubicada en otros almacenes) y está ordenado con una presentación cuidada de los productos que allí se ubican. Sirve de apoyo al catálogo online o en papel que la sociedad oferta a sus clientes mayoristas, ya que los clientes mayoristas o intermediarios profesionales, pueden visitar el *showroom* y visualizar personalmente los productos. De esta forma, ayuda a la toma de decisiones sobre la compra de los productos. Sobre la base de que la actividad en cuestión se ejerce en un local único, la superficie del local donde se ubica el *showroom* no puede tener la consideración de almacén, dado que la actividad de almacenamiento o depósito es conceptualmente diferenciable de la actividad de exhibición o muestra de productos que se ejerce en dicho espacio. En dicha superficie la sociedad no se limita al almacenamiento, guarda o depósito de los productos que comercializa, sino que realiza operaciones de gestión de venta de dichos productos, por tanto, habrá de computarse la superficie correspondiente al *showroom* conforme a las normas contenidas en la regla 14ª.1. F) de la Instrucción, sin que le sea de aplicación la reducción de la superficie correspondiente a los almacenes y depósitos de todas clases.

PRECEPTOS:

RDLeg. 2/2004 (TRLHL), arts. 78 a 91.

RDLeg. 1175/1990 (Tarifas e Instrucción IAE), Tarifas, Secc. 1.ª, Epígrafes 613.2, 615.2 y 615.3 e Instrucción regla 14.

Descripción sucinta de los hechos:

La sociedad consultante es una empresa comercializadora al por mayor. Se encuentra dada de alta en los siguientes epígrafes, todos ellos de la sección primera de las Tarifas:

Epígrafe 613.2 "Comercio al por mayor de tejidos por metros, textiles para el hogar y alfombras".

Epígrafe 615.2 "Comercio al por mayor de muebles"

Epígrafe 615.3 "Comercio al por mayor de aparatos electrodomésticos y ferretería"

La consultante desarrolla su actividad al por mayor en un único local. La superficie total de este local asciende a 4.745 metros cuadrados, siendo la mayor parte destinada a oficinas. De dicho total, hay una superficie diferenciada de 1.665 metros cuadrados destinadas a lo que comúnmente se conoce en el ámbito empresarial como un showroom.

El espacio destinado a showroom por la consultante cuenta con las siguientes características:

- Es un espacio diferenciado de las oficinas donde se encuentran depositadas al menos una referencia de los productos o la mercancía que la consultante comercializa al por mayor. Como norma general, se encuentra al menos un producto de cada referencia, mientras que el resto de la mercancía se encuentra ubicada en otros almacenes de titularidad y gestionados por empresas terceras contratadas por la consultante (proveedores logísticos independientes).

- Sirve de apoyo al catálogo online o en papel que la consultante oferta a sus clientes mayoristas. Es decir, los clientes de la consultante pueden visitar el showroom y visualizar personalmente los productos, para que les ayude a la toma de decisiones sobre la compra de ese producto. Por tanto, podría entenderse que este espacio también tiene una función de muestrario para los clientes.

- Se encuentra ordenado con una presentación cuidada de los productos que allí se ubican.

- Es un espacio de acceso restringido y no está abierto al público en general. Solo es de acceso a clientes mayoristas o intermediarios profesionales, sin que ningún particular ni cliente no autorizado por la consultante pueda tener acceso al mismo.

- No está destinado a una venta directa e inmediata (ya que los clientes que lo visitan únicamente lo hacen como apoyo para una adquisición posterior) ni tampoco se permite el acceso al público en general al showroom. Esto es lo mismo que ocurre en los almacenes gestionados por terceros (en los cuales no se puede hacer una venta directa e inmediata de las mercancías ni tampoco se permite el acceso al público en general).

- El cliente no puede adquirir en ese mismo momento la mercancía depositada en el showroom, sino que será la consultante la encargada de enviarle los productos (es decir, no se puede realizar la venta directa e inmediata de la mercancía, en el mismo sentido que ocurre en los almacenes gestionados por terceros y a diferencia de lo que podría ocurrir en los expositores de cualquier tienda abierta al público).

Cuestión planteada:

Si el espacio destinado a showroom tiene la consideración de almacén, debiéndose, en ese caso, computar el 55 por ciento de la superficie para el cálculo de la cuota del Impuesto sobre Actividades Económicas.

Contestación:

El Impuesto sobre Actividades Económicas se regula en los artículos 78 a 91 del texto refundido de la Ley Reguladora de las Haciendas Locales (TRLRHL), aprobado por el Real Decreto Legislativo 2/2004, de 5 de marzo, y en el Real Decreto Legislativo 1175/1990, de 28 de septiembre, por el que se aprueban las Tarifas y la Instrucción del citado impuesto.

La regla 14ª.1. F) de la Instrucción para la aplicación de las Tarifas del Impuesto sobre Actividades Económicas establece, a efectos del elemento tributario superficie de los locales, un cómputo distinto de la superficie de la zona según tenga consideración de almacén o no.

Según el apartado 5º de la letra b) de la citada regla de la Instrucción, se tomará como superficie "el 55 por 100 de la superficie de los almacenes y depósitos de todas clases".

De acuerdo con lo anterior, se aplica el porcentaje del 55 por 100 a las superficies de los locales afectos a la actividad que estén destinadas efectivamente al almacenamiento, guarda o depósito de toda clase de mercancías. Y, por el contrario, no tienen tal consideración de almacén o depósito aquellas superficies de locales que tengan un uso o destino distinto al simple almacenamiento o depósito (por ejemplo, las destinadas a atención al público, oficinas administrativas, centros de cálculo y similares).

En el ámbito empresarial se denomina showroom a una sala de exposición o exhibición, un espacio donde el vendedor o fabricantes exponen sus novedades a los compradores.

En el caso objeto de consulta, la entidad consultante dispone de una superficie diferenciada dentro del local destinada a showroom. Según los datos aportados en el escrito, en él se encuentra al menos un producto de cada referencia (el resto de la mercancía se encuentra ubicada en otros almacenes) y está ordenado con una presentación cuidada de los productos que allí se ubican. Sirve de apoyo al catálogo online o en papel que la consultante oferta a sus clientes mayoristas, ya que los clientes de la consultante, clientes mayoristas o intermediarios profesionales, pueden visitar el showroom y visualizar personalmente los productos. De esta forma, ayuda a la toma de decisiones sobre la compra de los productos.

De acuerdo con los datos suministrados, y sobre la base de que la actividad en cuestión se ejerce en un local único, la superficie del local donde se ubica el showroom no puede tener la consideración de almacén, dado que la actividad de almacenamiento o depósito es conceptualmente diferenciable de la actividad de exhibición o muestra de productos que se ejerce en dicho espacio.

En dicha superficie la consultante no se limita al almacenamiento, guarda o depósito de los productos que comercializa, sino que realiza operaciones de gestión de venta de dichos productos.

Por tanto, habrá de computarse la superficie correspondiente al showroom conforme a las normas contenidas en la regla 14ª.1. F) de la Instrucción, sin que le sea de aplicación la reducción de la superficie correspondiente a los almacenes y depósitos de todas clases.

Lo que comunico a Vd. con efectos vinculantes, conforme a lo dispuesto en el apartado 1 del artículo 89 de la Ley 58/2003, de 17 de diciembre, General Tributaria.

Fuente: Sitio web del Ministerio de Hacienda y Función Pública.