

## **Deducciones y Regalías**

### **¿Qué debemos tener en cuenta ;**

En las normas del impuesto a la renta se establecen diversas reglas y condiciones que debe cumplir un gasto o costo para ser deducibles. Sin embargo, durante los últimos años, la aplicación de dicha figura sobre materia de regalías ha sido motivo controversia, tanto para la administración como para el contribuyente, puesto que se debate en que situaciones dichos gastos o costos cumplen con el principio de causalidad o son solo un mecanismo elusivo para disminuir el pago del impuesto a renta.

#### **1. Regalías y la Administración Tributaria**

Los principales cuestionamientos de la Administración Tributaria<sup>1</sup> sobre las deducciones de pagos por regalías, giran en torno al uso desmedido de dicha figura por parte de las empresas en pro de sus accionistas.

De acuerdo con la normativa vigente, el Impuesto a la Renta (IR) sobre personas naturales domiciliadas grava con una tasa efectiva del 5% las rentas de capital, tales como las regalías, intereses o alquileres, lo cual a acreado la preferencia de muchos socios de obtener rentabilidad de sus empresas por alguna de estas rentas, con la finalidad principal de optimizar su rentabilidad, dejando de pagar la alícuota de tercera categoría (29.5% + 5% = 33%) y aplicando solamente una tasa efectiva de 5%.

Sin embargo, también ha traído consigo el incremento de casos de presentación de gastos por el uso de marcas (regalías) como gastos causales sin que estos tengan un impacto real sobre la actividad de la empresa y sean solo mecanismos para disminuir el pago del impuesto a renta.

#### **2. Reglas Generales**

Existen reglas básicas que deben tenerse en cuenta, para considerar estos pagos como gastos deducibles:

- 2.1. Cumplir con el principio de causalidad: Como hemos venido señalando para la deducción de un pago se debe probar que el gasto incurrido por la empresa está destinado a la generación de nuevas rentas o el mantenimiento de estas.
- 2.2. Fehaciencia de la adquisición: La operación realizada por la empresa, contenida en el respectivo comprobante de pago, deberán corresponder a operaciones reales.
- 2.3. Razonabilidad del pago: El valor de lo pagado al socio deberá cumplir con las reglas del valor de mercado, es decir, es por lo menos razonable, y de ser el caso, las reglas de Precios de Transferencia.

#### **3. Reglas Especiales**

A fin de establecer si el desembolso por concepto de regalías, que se vincula con el uso de una marca o propiedad intelectual, a un socio (o a cualquier otra persona), puede dar lugar a una deducción de gastos, es necesario considerar lo siguiente.

- 3.1. Relevancia de la Marca: El giro o actividad en el que se use la marca debe ser relevante para la determinación del precio al cliente. Por ejemplo: Si nos encontramos ante una empresa minera el pago de la regalía por el uso de una marca del sector inmobiliario no sería deducible. En otras palabras, la presencia de la marca es un factor importante en la decisión del cliente de comprar los productos o servicios que la empresa ofrece.

---

<sup>1</sup> Véase en: RTF N.º 5946-1-2019, RTF N.º 06137-9-2020, RTF N.º 7401-3-2021 e RTF N.º 03384-1-2021.

- 3.2. Reconocimiento de la Marca: La marca debe presentar reconocimiento de forma paralela o previa al negocio. Por ejemplo, no por el hecho de que a un socio se le ocurra llamar a una empresa MINIS S.A, este nombre constituye una marca por la cual el accionista pueda cobrar. Se supone que la marca preexiste y debe ser reconocida por el mercado de manera previa al contrato.
- 3.3. Autoría de la marca: Existen casos en donde la marca genera un valor directo a sus accionistas (titulares de la marca), sin embargo, al examinar la vida de la marca, se puede observar que su desarrollo, explotación, gastos de publicidad, entre otros, fueron desarrollados por la empresa y no por el socio. En consecuencia, en base al principio de causalidad, aun cuando la marca esté a nombre del socio o se cambie con posterioridad, resulta claro que no corresponde de dicha regalía.

Dado lo anteriormente expuesto, es esencial verificar, en cada caso específico, que el pago por el uso de una marca cumpla con los requisitos de causalidad, esté debidamente sustentado e refleje la autoría de los socios en relación con la regalía; además de presentar relevancia y reconocimiento de la marca en el mercado, ya que, aunque pueda parecer atractivo para el accionista obtener dinero a un costo tributario aparentemente bajo, esto puede tener consigo consecuencias negativas, éste es el tipo de casos en que “lo barato sale caro”.

4. ¿Cuánto me cuesta no probar la causalidad de un pago por regalías?

Si en tu declaración, deduces un pago por regalías y resulta que la empresa no puede acreditar la causalidad de dicho comprobante en una fiscalización, esta será afectada de:

Aumento de la Base de Participación de Utilidades de Trabajadores	5 al 10%
Aumento de base de Impuesto a la Renta de Tercera Categoría	29.5%
Multa por declarar datos falsos – IR de Tercera Categoría	50% del 29.5%
Pérdida del crédito fiscal	18%
Multa por declarar datos falsos – IGV	50% del 18%
Impuesto a la renta a la Distribución Indirecta de Utilidades	5%