

El derecho del inversionista a la recuperación del capital invertido

OPINIÓN



ROGER ZAVALA RODRÍGUEZ

Socio en Rebaza, Alcázar & De Las Casas

En nuestro país las normas tributarias establecen que todo inversionista no domiciliado que compra acciones en una empresa nacional y luego las vende, está obligado a tributar sobre su "ganancia de capi-

tal", la cual resulta de restar del valor de venta de las acciones, el monto que gastó en la compra ("costo de adquisición").

Mediante el "costo de adquisición" se le reconoce al inversionista su derecho a la "recuperación del capital invertido". Sin embargo, la Sunat lo desconoce cuando el inversionista no utiliza medios de pago a través de la banca peruana; o, si posteriormente, la empresa nacional elimina las acciones al reducir su capital social. En este último caso la lógica de la Sunat es: como se eliminaron las acciones emitidas por la empresa local, entonces, también debe eliminarse el gasto que realizó el inversionista cuando las adquirió.

Sobre lo primero, el texto actual



de la Ley N° 28194 (Ley para la Lucha contra la Evasión y para la Formalización de la Economía) eliminó la prohibición absoluta que existía para reconocer gastos si no estaban "bancarizados" en el Perú, pues se entendió que el control de la evasión y el fraude tributario no eran incompatibles con el uso de medios de pago en el extranjero, siempre

que se verifique la veracidad del gasto. El proyecto de ley y el Diario de Debates correspondiente muestran que este fue el propósito del cambio legal.

Respecto a lo segundo, la Sunat no advierte que una cosa es el capital invertido para la adquisición de las acciones en un determinado momento, y otra muy distinta es el capital social de la empresa nacional que puede reducirse, eliminando acciones en un momento posterior al de la adquisición. El capital invertido depende del inversionista; el capital social y su eventual aumento o reducción, depende de la empresa nacional. En tal sentido, la pérdida del derecho del inversionista a la recuperación del capital que

invierte, como consecuencia de la decisión de la empresa nacional de reducir su capital social con eliminación de las acciones, es mezclar manzanas con naranjas.

El hecho que la ley le reconozca al inversionista el derecho a recuperar el capital que pagó para la compra de acciones en empresas nacionales, incentiva la inversión. Pero si luego, cuando él quiere monetizar su inversión, la Sunat la desconoce con interpretaciones irrazonables, para generarle una mayor (e irreal) ganancia de capital y, por tanto, una mayor tributación, el incentivo legal desaparece. Para promover la inversión, de nada sirven reglas claras, si no van acompañadas de interpretaciones razonables.

SUNAT LOS CALIFICA COMO EMPRESARIOS

Influencers deben pagar Impuesto a la Renta con tasa de 29.5%

También se considerarán influencers a las personas que reciban pagos por parte de plataformas por mostrar anuncios en sus videos, o quienes muestran contenido en páginas con precio de acceso.

GABRIEL O'HARA SALINI
gohara@diariogestion.com.pe

La Sunat emitió un nuevo informe en el cual señaló que los influencers están sujetos al pago del impuesto a la renta (IR) de tercera categoría, sujeto a una tasa del 29.5% de las utilidades generadas.

Según indica el informe, "las actividades de los influencers comprenden actividades publicitarias cuyo desarrollo genera ingresos que constituyen, para fines de la Ley del Impuesto a la Renta, rentas de tercera categoría por servicios comerciales o de índole similar".

Anteriormente, el Tribunal Fiscal había emitido un pro-



Ratificado. Tribunal Fiscal emitió pronunciamiento similar anteriormente.

EL DATO

Ganancias. A finales del 2021, se estimaba que los influencers con más de 1 millón de seguidores ganan US\$ 50,000 por "post", según indica la agencia Crehana. Influencers más pequeños pueden generar hasta US\$ 10,000 por publicación.

nunciamiento similar, en el cual dicho ente indicó que sus servicios significan "toda una organización de trabajo", lo cual hacía que sus ingresos calificaran como aquellos que recibiría una empresa.

Sin embargo, dicha resolución se emitió en un caso específico, por lo que era posible que otros influencers no encajen dentro de dicho supuesto, explica Jorge Dávila,

socio del estudio Olaechea.

Más supuestos

El informe, sin embargo, tiene un impacto adicional, ya que expande la idea de lo que se considera normalmente un "influencer".

La idea tradicional de un influencer es de aquel que recibe el pago, sea en bienes o dinero, de un auspiciador para colgar contenido en sus redes. Sin embargo, ahora se incluye dentro de la definición a aquellas personas naturales que reciban dinero de plataformas digitales como YouTube por introducir publicidad en sus videos.

Adicionalmente, se considera como influencers a personas que reciben dinero de sus seguidores con la finalidad de acceder a contenido de manera anticipada o a otro que usualmente es reservado, como sucede en páginas como Patreon o inclusive OnlyFans.

Dávila señala que "si bien (la Sunat) se enfoca en los influencers, (el criterio para calificarlos como generadores de renta de tercera categoría) podría aplicarse a personas que muestran contenido en plataformas con precio de acceso en los cuales también se verifica que se organizan con la finalidad de obtener ganancias de manera sistemática".

PERISCOPIO ECONÓMICO

PRIMER CUATRIMESTRE Exportación textil crece en 38%

Las exportaciones textiles registraron un crecimiento de 38% en el primer cuatrimestre del año en relación al mismo período del 2021, alcanzando ventas por US\$ 418 millones. El 68% de las exportaciones fueron destinadas a los



ALLENQUINTANA

Estados Unidos, según el gremio, que explica que los mayores consumidores son "millennials".

CUENCA DEL RÍO CHILLÓN Mincetur apoyará a afectados por zinc



DIANA CHÁVEZ

El 13 de junio se dio un derrame de zinc en la parte alta de la cuenca del río Chillón. Ahora, el Mincetur señaló que buscará apoyar a los prestadores turísticos de la zona mediante la creación de un programa de empleos temporales enfocados en la limpieza de la zona, así como su mantenimiento.

LEY 31497 Recortan plazo para renovación de marcas

Se publicó la Ley 31497, la cual indica que los plazos máximos para renovación de marcas no pueden durar más de 60 días. Asimismo, el plazo de duración de las renuncias totales y parciales, así como modificaciones a registros, no podrán tardar más de 90.



LINDA CHIRINA