



Universidad
Inca Garcilaso de la Vega

FACULTAD DE DERECHO Y CIENCIAS POLÍTICAS

Bases jurídicas que fundamentan la aplicación de regalías por el uso de

marcas en el Perú

TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL

Para optar el título profesional de Abogado

AUTOR

Menendez Del Carpio, Orlando Alfredo

(0009-0006-6076-8937)

ASESOR

Mg. Granda Yovera, Pamela

<https://orcid.org/0000-0002-0903-7729>

Lugar, 25 Agosto de 2023

Bases jurídicas que fundamentan la aplicación de regalías por el uso de marcas en el Perú

INFORME DE ORIGINALIDAD

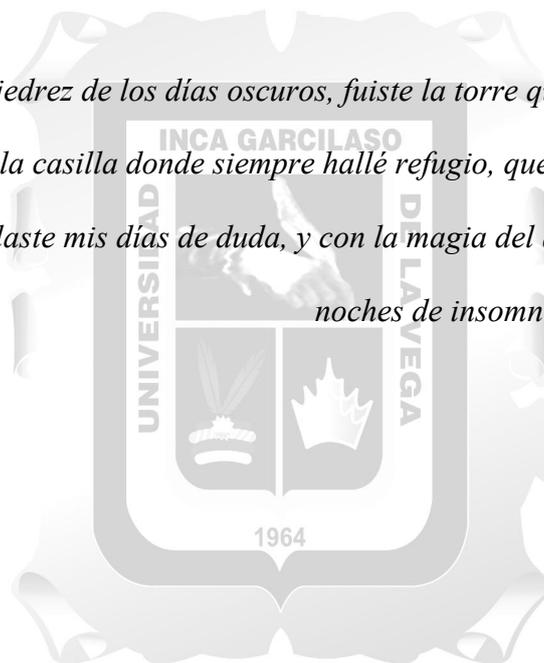


FUENTES PRIMARIAS

1	qdoc.tips Fuente de Internet	4%
2	hdl.handle.net Fuente de Internet	1%
3	legal.legis.com.co Fuente de Internet	1%
4	Submitted to Universidad Inca Garcilaso de la Vega Trabajo del estudiante	1%
5	cybertesis.unmsm.edu.pe Fuente de Internet	1%
6	repositorio.unan.edu.ni Fuente de Internet	1%
7	livrosdeamor.com.br Fuente de Internet	<1%
8	revistas.pucp.edu.pe Fuente de Internet	<1%

DEDICATORIA

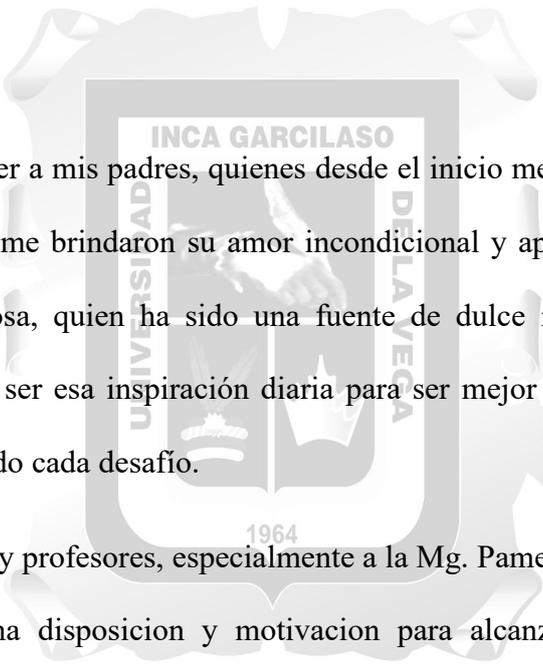
A ti, que en el ajedrez de los días oscuros, fuiste la torre que me guardó de jaques inesperados y la casilla donde siempre hallé refugio, que con la paciencia de un relojero ensamblaste mis días de duda, y con la magia del amor transformaste mis noches de insomnio en sueños de certeza.



Non nobis Domine non nobis sed Nomini tuo da gloriam.



AGRADECIMIENTO



Quiero agradecer a mis padres, quienes desde el inicio me inculcaron el valor de la educación y me brindaron su amor incondicional y apoyo inquebrantable. A mi amada esposa, quien ha sido una fuente de dulce inspiración y felicidad inagotable, por ser esa inspiración diaria para ser mejor y disfrutar del camino juntos, superando cada desafío.

A mis asesores y profesores, especialmente a la Mg. Pamela Granda, por su guía, paciencia, buena disposición y motivación para alcanzar niveles que jamás imaginé.

A mis amigos y compañeros de estudio, que compartieron conmigo largas horas de trabajo, desvelos y momentos de alegría.

RESUMEN Y PALABRAS CLAVE

Resumen: La presente investigación aborda la complejidad en comprensión y ejecución del derecho de Aduanas en relación con la aplicación de regalías en la valoración de mercancías importadas, específicamente aquellas que podrían integrar derechos sobre la propiedad creativa. Se centra en analizar el marco legal peruano, así como las normativas de la Organización Mundial del Comercio (OMC) junto con las de la Comunidad Andina de Naciones (CAN). El estudio se propone entender cómo se interpretan y aplican estas normativas en contextos judiciales y las consecuencias de no realizar una correcta aplicación. A través de una revisión documental y análisis de casos relevantes, se busca proporcionar claridad acerca de la relación entre la propiedad creativa y la valoración aduanera. Es imperativo que los importadores, estudiantes y personal relacionado discernan adecuadamente entre estos dos grandes temas para determinar con precisión los tributos aplicables a la importación, garantizando así una tributación justa y transparente.

Palabras clave: Derecho aduanero, propiedad intelectual, Valoración de mercancías importadas, tributación, normativa OMC, normativa CAN.

Legal foundations for the application of royalties for brand usage in Peru and their significance in customs declarations.

ABSTRACT AND KEYWORDS

This research addresses the complexity in the interpretation and application of customs law in relation to the application of royalties in the valuation of imported goods, specifically those that could incorporate intellectual property rights. It focuses on analyzing the Peruvian legal framework, as well as the regulations of the World Trade Organization and the Andean Community of Nations. The study aims to understand how these regulations are interpreted and applied in judicial contexts and the consequences of not carrying out a correct application. Through a documentary review and analysis of relevant cases, it seeks to provide clarity on the interaction between intellectual property and customs valuation. It is imperative that importers, students, and related personnel properly discern between these two major issues to accurately determine the applicable taxes on importation, thus ensuring fair and transparent taxation.

Keywords: Customs law, intellectual property, Valuation of imported goods, taxation, WTO regulations. ACN regulations (Andean Community of Nations)

ÍNDICE GENERAL

DEDICATORIA	I
AGRADECIMIENTO	II
RESUMEN	III
ABSTRACT	IV
INDICE GENERAL	V

CAPITULO I: MARCO TEORICO DE LA INVESTIGACION

1.1 Marco histórico	13
1.2 Bases teóricas	17
1.3 Marco legal	48
1.4 Antecedentes del estudio	55
1.5 Marco conceptual	58

CAPITULO II: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

2.1 Descripción de la realidad problemática	63
2.2 Formulación del problema general y específicos	68
2.3 Objetivo general y específicos	68

CAPITULO III: JUSTIFICACION Y DELIMITACION DE LA INVESTIGACION

3.1 Justificación e importancia del estudio	69
3.2 Delimitación del estudio	70

CAPITULO IV: FORMULACION DEL DISEÑO	
4.1 Diseño esquemático	71
4.2 Descripción de los aspectos básicos del diseño	72
CAPITULO V: PRUEBA DE DISEÑO	
5.1 Aplicación de la propuesta de solución	73
CONCLUSIONES	75
RECOMENDACIONES	78
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	80



INTRODUCCIÓN

La tarea de interpretar y aplicar el derecho aduanero en el contexto de la valoración de mercancías importadas es notablemente compleja y especialmente desafiante cuando se consideran los derechos de propiedad intelectual y cómo estos pueden influir en la determinación del valor en aduana de dichas mercancías. Además de las implicancias legales y económicas evidentes, surge un debate profundo sobre el papel de la propiedad intelectual en la tributación aduanera.

El presente trabajo se centra en analizar el marco legal del derecho aduanero peruano con especial atención en las normativas de la Organización Mundial del Comercio y la Comunidad Andina de Naciones, lo cual nos permitira conocer cómo los bienes producidos o insumos asociados a una marca y licencia, y que por lo tanto incorporan derechos de propiedad intelectual, afectan su valoración y los tributos correspondientes. Esta cuestión se intensifica al contrastarla la normatividad Supranacional generando una complejidad adicional en la determinación del valor en aduana.

El objetivo principal es entender e identificar los fundamentos juridicos para la aplicación de regalías por el uso de marcas en el Peru y cómo estas regulaciones influyen en las prácticas y políticas de valoración aduanera en Perú, con el objetivo de comprender cómo los jueces, tanto peruanos como supranacionales, interpretan y aplican estas normativas, con el fin coadyuvar a los estudiantes, importadores y publico en general a una mejor comprension del tema.

Para llevar a cabo este estudio, se propone la siguiente metodología:

1. Revisión Documental:

- Revisión de legislación: Un examen minucioso de las normativas establecidas por la Organización Mundial del Comercio y la Comunidad Andina de Naciones, además de las leyes peruanas pertinentes al derecho aduanero y la propiedad intelectual.

-Revisión de jurisprudencia: Un análisis de precedentes legales donde se haya interpretado y aplicado dichas regulaciones en contextos que guarden similitud con la temática propuesta.

2. Estudio de Caso:

- Se seleccionara un caso emblemático en el Perú en que la valoración aduanera de mercancías importadas, que cuenten con derechos de propiedad intelectual, haya sido objeto de debate o de particular relevancia.

- Un análisis para entender cómo se abordaron y aplicaron las normativas en cuestión y cuál fue su impacto en la determinación del valor en aduana.

Narrativa por Capítulos

Capítulo 1: Marco Teórico de la Investigación

En este primer capítulo, se presentara al lector un marco historico para luego explorar las bases teoricas jurídicas del derecho aduanero y la propiedad intelectual. Se expondrá un análisis de los conceptos jurídicos fundamentales y

las premisas teóricas que sustentan el presente estudio, continuaremos con el marco legal que realizará un escrutinio de las normativas vigentes, tanto a nivel internacional como nacional, destacando su evolución y relevancia jurídica. Se brindará, asimismo, una perspectiva de antecedentes de las prácticas y políticas aduaneras sentando así una base jurídica sólida para los capítulos subsiguientes.

Capítulo 2: Planteamiento del Problema

Este capítulo delinearemos el cruce entre los derechos sobre la propiedad creativa y la valoración aduanera de mercancías importadas, se expondrán situaciones jurídicas específicas y litigios reales que evidencian las complejidades y desafíos en esta materia. Mediante interrogantes puntuales y análisis judiciales, se demarcará con exactitud el problema jurídico que esta investigación pretende elucidar.

Capítulo 3: Justificación y Delimitación de la Investigación

En esta sección, se enfatizará la significancia jurídica y académica de nuestra investigación en el panorama legal contemporáneo. Se argumentará la imperante necesidad de abordar esta temática desde una óptica jurídica, dada su relevancia para el comercio internacional, el Estado peruano y las entidades privadas implicadas en la importación y valoración de mercancías. Además, se definirán los confines y alcances de la presente investigación, ofreciendo al lector una herramienta de comprensión de las materias que serán objeto de escrutinio.

Capítulo 4: Formulación de Diseño

Este capítulo, desarrolla la índole metodológica cualitativa no experimental, a través de esta investigación, se busca proporcionar al lector una ruta jurídica y académica claramente definida, que garantice una comprensión cabal y detallada de la materia abordada en el presente estudio.



CAPÍTULO I:

MARCO TEORICO DE LA INVESTIGACION

1.1 Marco histórico

El tema de regalías por uso de marcas en el Perú, al tener principalmente un componente susceptible de ser cuantificable, se enmarca en un proceso de determinación de valor y de un aspecto legal contractual con respecto al uso de marcas a nivel internacional.

La inclusión de las regalías y derechos de licencia en el valor en aduanas ha sido un tema de discusión desde la adopción en la Ronda de Tokio del GATT ("General Agreement on Tariffs and Trade" o Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio) en 1979, que entró en vigor en 1981.

El GATT (1947) fue un tratado multilateral, con el objetivo principal de impulsar el comercio global al disminuir o suprimir obstáculos comerciales en particular aranceles. Estableciendo las bases y métodos para establecer el valor aduanero de los bienes traídos del extranjero, y entre esos valores considerables, se encuentran las regalías y los derechos de licencia.

El Perú se convirtió en miembro de la Organización Mundial del Comercio (OMC) el 1 de enero de 1995, la misma fecha en que la OMC fue oficialmente establecida. Es importante mencionar que los países que eran miembros del GATT al finalizar la Ronda Uruguay en 1994 se transformaron de inmediato en miembros originarios de la OMC, por lo tanto, como Perú ya era miembro del GATT, se

transformó en miembro originario de la OMC en 1995. La Comunidad Andina de Naciones (CAN) nace en el año de 1969, fruto de una idea de integración regional andina en América Latina, impulsada por la aspiración de intensificar la colaboración económica y política entre los países vecinos, los países andinos comenzaron a considerar la posibilidad de una integración más estrecha, fue entonces cuando representantes de Bolivia, Colombia, Ecuador y Perú firmaron el Pacto de Cartagena, este tratado conocido inicialmente como el "Pacto Andino" sentó las bases para la creación de un área de intercambio libre entre las naciones integrantes, así como para la implementación de políticas económicas y sociales comunes, el objetivo principal era lograr un crecimiento más rápido, más armonioso y autónomo, a través de la unión y la colaboración económica y social.

Con la firma del Acuerdo de Cartagena, el Perú buscó potenciar su economía a través de la cooperación con sus vecinos andinos y a lo largo de los años, el Pacto Andino evolucionaría experimentando cambios, tanto en su estructura institucional como en su enfoque, transformándose eventualmente en la Comunidad Andina que conocemos hoy.

Esta entidad supranacional, ha trabajado en aras de la armonización de políticas, el impulso al comercio intrarregional y la consolidación de mecanismos de decisión conjunta, en los que Perú ha desempeñado un papel protagónico.

La CAN tiene un marco legal compuesto por tratados, decisiones, resoluciones y otros documentos legales que rigen su funcionamiento y las relaciones entre los países miembros. Es importante señalar que la CAN ha tomado diversas decisiones relacionadas con temas aduaneros, arancelarios y de comercio exterior; en el tema específico de regalías y su tratamiento en las aduanas, hay algunas

decisiones relevantes que abordan la inclusión de las regalías en el valor en aduanas para la determinación de derechos arancelarios como la decisión 486

Posteriormente el 2 de marzo de 1994 se ratifica en Perú el Acuerdo relacionado con la aplicación del Artículo VII del Acuerdo General sobre Tarifas Aduaneras y Comercio, conocido como Acuerdo sobre Valoración Aduanera de la Ronda Tokio.

El 1 de abril de 1994, De acuerdo con el Artículo 21 de este Acuerdo, Perú decide posponer su aplicación por un periodo de 5 años, haciendo que el Acuerdo empiece a tener validez en el país desde esta fecha.

El 15 de abril de 1994, En Marrakech, Marruecos, se firma el "Acuerdo que instituye la Organización Mundial del Comercio (OMC) y sus respectivos acuerdos comerciales del Acta Final de la Ronda de Uruguay.

El 1 de enero de 1995, Perú promulga la Resolución Legislativa No 26407, mediante la cual ratifica el Acuerdo de la OMC y sus acuerdos comerciales del Acta Final de la Ronda de Uruguay. Este Acuerdo establece criterios para la valoración de bienes importados.

EL 15 de julio de 1999, A solicitud del gobierno peruano, el Consejo General de la OMC aprueba la Decisión WT/L/307. Esta otorga a Perú una exención temporal sobre sus obligaciones en el marco del Acuerdo de Valoración en Aduana de la OMC, que va desde el 1 de abril de 1999 hasta el 1 de abril de 2000.

Finalmente, debido a estos acontecimientos, surge la necesidad de desarrollar y adoptar normas específicas para la correcta aplicación del Acuerdo relacionado con el Artículo VII del Acuerdo General sobre Tarifas Aduaneras y Comercio de

1994, y todas sus normas asociadas, en lo que concierne a la valoración de las importaciones para lo cual se realizó el DS No 186-99-EF con el cual las Decisiones del Comité de Valoración Aduanera de la OMC y los Instrumentos del Comité Técnico de Valoración en Aduana (Bruselas) se incorporan al marco legal del país.

Recién el 1 de enero de 2000: De acuerdo con las condiciones de la exención otorgada por la OMC, Perú comienza a aplicar el Acuerdo sobre Valoración Aduanera al 50% de los ítems tarifarios del Sistema Armonizado incluidos en la tarifa aduanera vigente.

Los funcionarios aduaneros y los importadores han tenido un largo camino hasta adecuar todo lo referente a valoración, la mayoría de los importadores no contemplaban el tema de las regalías incorporadas en el valor en aduana, aunque ya eran exigibles, por desconocimiento no se incorporaban al valor declarado, la mayoría de las grandes empresas que tienen esta característica han tenido operaciones desde antes de la entrada en vigor del acuerdo. Lamentablemente aun en la actualidad, un alto porcentaje de importadores no se encuentra plenamente versado en la temática referente al tratamiento de las regalías aduaneras. Esta deficiencia informativa, a menudo, desencadena en una falta de disposición por parte de los importadores a proporcionar, en su totalidad, la información contractual de pago de regalías o uso de marcas que en muchas ocasiones es adicional a la documentación de las operaciones de importación, muchas veces estos son plasmados en contratos que no son del conocimiento de las personas que ven el día a día de las importaciones y que en su mayoría son vistos por departamentos diferentes a los de logística. La omisión o el reporte inexacto de las regalías en el valor en aduana puede tener repercusiones jurídicas significativas, el

valor aduanero sirve como referencia para fijar los derechos de importación y otras tasas por tanto si se subestima o se omite deliberada o involuntariamente el componente de las regalías, ello puede conducir a una infracción aduanera contemplada en la Ley General de Aduanas (LGA) , lo que a su vez puede generar la imposición de sanciones administrativas o incluso la comisión de delitos aduaneros.

1.2 Bases teóricas

1.2.1 La propiedad industrial y el uso de marcas.

El derecho sobre la propiedad industrial es un segmento del derecho privado responsable de manejar los componentes tanto físicos como intangibles de la producción industrial, así como también se encarga de regular la competencia que surge en este contexto.

Los Signos Distintivos, que incluyen marcas y nombres comerciales, son activos no tangibles esenciales para distinguir bienes o servicios en el mercado.

¿Que debemos entender por marca?, pues una marca es cualquier signo capaz de diferenciar bienes o servicios en el mercado y debe ser susceptible de representación gráfica según indica la Decisión N° 486 de la CAN, las marcas comunican un cierto nivel de calidad, que los consumidores asocian con los bienes o prestaciones de una compañía, esta percepción puede guiar las decisiones de los consumidores que se basan en experiencias pasadas o en la

reputación de la marca, asumiendo que la calidad será consistente independientemente de dónde se adquiriera el producto o servicio.

Según Aaker (2002) la marca trasciende la esfera del marketing para convertirse en un activo central de la empresa, un vector no solo de reconocimiento sino también de competitividad y resiliencia en el mercado, la "identidad de marca" podría definirse entonces como el conjunto de valores y atributos que configuran la esencia de la marca, una manifestación del carácter de la empresa, una promesa implícita al consumidor que, cuando se ejecuta de manera coherente y convincente, crea una diferenciación sustancial en el mercado.

Al haberse establecido que las marcas acarrear un valor intrínseco que afecta la percepción del consumidor y, en última instancia, el rendimiento financiero, consecuentemente pueden llegar a ser un reflejo de la reputación de una empresa, condensando las percepciones positivas o negativas de los consumidores. Esta reputación puede estar basada en varios factores, como la calidad superior o el estatus social asociado con la marca, por ejemplo alguien podría optar por comprar una cartera "Louis Vuitton" no solo por su diseño sino también por el prestigio asociado con la marca, es importante destacar que esta función no es universal, ya que no todas las marcas logran alcanzar un alto grado de reconocimiento o estima.

Todo esto origina una conexión significativa y relevante con los clientes, ofreciendo soluciones que no solo son únicas sino también profundamente resonantes, con las necesidades y deseos de éste lo que desarrollara una "comunidad de marca" que al fomentar un sentido de pertenencia y participación extienda la influencia de la marca.

Algunas marcas, debido a su reconocimiento y valor inherente, tienen la capacidad de impulsar las ventas por sí mismas, incluso cuando se aplican a productos no relacionados con su oferta original. Un ejemplo es el uso de la marca BMW en indumentaria y accesorios, que las personas pueden estar motivadas a comprar debido a la fuerza y popularidad de la marca, más allá de su asociación con los autos deportivos de alta gama.

1.2.2 Clasificación de la Propiedad Industrial y Derechos Relativos.

La propiedad industrial, engloba aspectos como inventos, patentes, marcas, diseños industriales y denominaciones de procedencia; por otro, el derecho de autor, que protege creaciones literarias y artísticas, como libros, poesías, representaciones teatrales, películas, composiciones musicales, creaciones visuales como ilustraciones, pinturas, fotos y esculturas, así como diseño de edificios. (Otamendi, 2003).

La Clasificación de Niza, establecida por el "Arreglo de Niza" en 1957, es un sistema internacional que se utiliza para clasificar productos y servicios para el registro de marcas comerciales. Es administrado por la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI). Dicha clasificación consta de 45 clases en total (34 para productos y 11 para servicios) y su principal propósito es unificar las clasificaciones de marcas registradas, lo que facilita la búsqueda de marcas similares en registros de marcas, además de simplificar los trámites para el registro internacional. Las clases 1 a 34 abarcan los distintos tipos de productos, las clases 35 a 45 abarcan servicios, es importante que las empresas que buscan

registrar una marca comercial identifiquen correctamente la clase o clases correspondientes a sus productos o servicios, para asegurar una protección adecuada bajo la ley de marcas comerciales, además, la Clasificación de Niza se actualiza regularmente (generalmente cada quinquenio) para representar las variaciones en el mercado y la introducción de nuevos productos y servicios.

El titular de una marca tiene varios derechos, incluyendo el uso del signo, la capacidad de transferirlo, licenciarlo, prearlo y establecer prohibiciones sobre su uso, estos derechos permiten al titular controlar cómo y dónde se usa la marca, protegiendo así su integridad y valor en el mercado y los derechos conferidos por el registro de marcas tienen ciertos límites, como su duración (renovable cada 10 años), el agotamiento del derecho (no se puede restringir la reventa de productos ya introducidos en el negocio por el propietario o con su aprobación), y excepciones para usos informativos de buena fe.

1.2.3 Perspectiva económica de la propiedad intelectual y de las marcas.

Desde una perspectiva económica, las marcas pueden agregar valor a un producto o servicio, las regalías pueden considerarse como una compensación por el valor añadido que la marca aporta ya que las marcas son activos que aunque no tienen una presencia física concreta, pueden tener un valor considerable en los libros contables de una empresa. Empresas como Apple, Nike o Coca-Cola, por ejemplo, tienen marcas que valen miles de millones de dólares según estimaciones de valoración de marca, una marca representa una promesa al consumidor, y cuando los consumidores ven una marca que

reconocen y en la que confían esperan un cierto nivel de calidad y consistencia en el producto o servicio. Esta confianza puede llevar a una mayor lealtad del cliente y a la disposición de pagar precios más altos. Aparte de las ventas directas, una marca fuerte puede ser licenciada a otras empresas para su uso en productos relacionados, generando así ingresos adicionales. (Kapferer, 2012, p. 53)

Entramos pues a un terreno donde definimos el uso de marcas tiene un valor cuantitativo es decir que puede ser determinado y al estar incorporado en un bien, debería ser analizado para determinarse si debe ser tomado en cuenta a la hora de realizar el proceso de determinación de valor en aduanas en las importaciones.

1.2.4 Derechos exclusivos de la propiedad intelectual y marcaria.

Control, en el ámbito de la propiedad intelectual los titulares de derechos deben tener el control exclusivo sobre el uso de sus creaciones, lo que les permite licenciar el uso a terceros y recibir regalías como compensación. Como bien indica Ayn Rand sobre patentes y derechos de autor en su libro "Capitalismo: El ideal desconocido" (Rand, 1966, pp. 167-168) lo que defienden las patentes o derechos de autor no es la materialidad de una obra o invención, sino la esencia conceptual detrás de ella; de esta manera se restringe cualquier reproducción no consentida, asegurando que el uso de la creación no se efectúe sin la debida

autorización del titular. Rand sigue desarrollando que las patentes son el corazón de los derechos de propiedad y que si son vulneradas, la vulneración de todos los otros derechos de propiedad seguirán automáticamente. Aunque en cierta medida la protección de los derechos de autor protege lo que se considera fruto de la creatividad y la inventiva inherente a la persona propietaria de dicha marca o creación, en algunos aspectos como en la música puede cambiar por completo el curso del desarrollo musical de nuevas composiciones y géneros.

Es necesario el uso de teoría contractual y contratos específicamente detallados para la explotación de Derechos de propiedad intelectual como indica Jimenez (2027) “En civilizaciones modernas que estructuran la distribución de productos y servicios mediante el sistema de mercado, como en la que vivimos, es raro que alguien pueda llevar a cabo su plan de vida sin establecer acuerdos contractuales”. Esta teoría contractual sostiene que los contratos son acuerdos vinculantes entre partes, y ambas partes deben cumplir con sus obligaciones. Según Guerrero Gaitán (2014) El contrato de licencia, ampliamente utilizado en el ámbito internacional de transferencia tecnológica, se ha posicionado como una herramienta estratégica para el otorgamiento de derechos sobre bienes intangibles, desde invenciones no patentadas y secretos comerciales hasta patentes de invención y derechos de autor de software. Es crucial entender que la licencia no necesariamente se restringe a relaciones entre entidades ajenas; puede surgir dentro de un conglomerado corporativo, en acuerdos de coempresa o incluso entre entidades o individuos sin relación preexistente, su versatilidad ha cimentado la interrelación entre licenciamiento y transferencia tecnológica. Las regalías suelen estar mediadas por contratos de licencia, el derecho contractual es un pilar fundamental en las sociedades actuales.

1.2.5 Regulacion a Nivel nacional de los derechos de propiedad intelectual y

marcas:

El derecho de propiedad intelectual, reconocido por su carácter exclusivo y su capacidad de ser defendido contra terceros, este es gestionado en Perú por el INDECOPI (Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual). Esta entidad autónoma es responsable de la regulación del sistema que concede, protege y fomenta estos derechos, brindando orientación y certeza legal a individuos y empresas interesados en procesar registros de propiedad industrial y obtener títulos de derechos de autor, el Derecho de Propiedad Intelectual se desglosa en Derecho de Propiedad Industrial y Derecho de Autor; el proceso de registro de una marca en el Perú comienza idealmente con una búsqueda fonética o figurativa en INDECOPI, seguida de la presentación formal de la solicitud, posteriormente la marca es publicada y se abre un período para posibles oposiciones. INDECOPI también realiza un análisis propio para garantizar la distintividad de la marca y evitar confusiones o engaños en el mercado y si surgen conflictos con marcas existentes pueden resolverse mediante la no reivindicación de ciertos productos/servicios o acuerdos de coexistencia, aunque INDECOPI tiene la última palabra si considera que podría haber un perjuicio para el mercado.

Para proteger una marca en el extranjero, se puede optar por registrarla en cada país de interés o utilizar el Sistema de Madrid, que permite una solicitud

internacional unificada, aunque cada país decidirá sobre la protección en su territorio.

La protección legal completa y el derecho exclusivo de uso de una marca se logran únicamente a través de su registro oficial, aunque una marca puede ser utilizada sin registro, la protección legal plena se establece mediante la inscripción, otorgando la titularidad al primer solicitante, la protección de una marca se limita a los productos o servicios específicos para los cuales está registrada.

1.2.6 Usos no autorizados y su relación con la competencia justa:

Las empresas deben competir en igualdad de condiciones y el uso no autorizado o la falsificación de marcas va en contra de la competencia justa, según McCarthy (2004) el uso no autorizado de una marca famosa puede ocasionar la pérdida del poder distintivo de la misma, esto se conoce como dilución. La dilución de marca es un concepto legal diseñado para proteger la singularidad y el reconocimiento de una marca famosa, incluso cuando no hay confusión, competencia ni probabilidad de confusión con otra marca. La noción se fundamenta en la percepción de que ciertas marcas tienen un poder distintivo y un valor asociado que puede ser diluido o debilitado por el uso no autorizado, incluso si ese uso se da en productos o servicios no relacionados o en contextos donde no hay confusión.

1.2.7 Naturaleza Jurídica de las Regalías:

Determinar la naturaleza jurídica de algo suele ser un ejercicio académico y práctico que ayuda a establecer las reglas, derechos y obligaciones aplicables a esa entidad o situación. Es un modo de encuadrar y entender fenómenos dentro del sistema legal, siguiendo ese orden de ideas la "naturaleza jurídica" es un concepto utilizado en el derecho para referirse a la esencia o característica fundamental de una entidad, relación o situación bajo el prisma del ordenamiento jurídico, es el grupo de atributos y cualidades que definen y distinguen un fenómeno, institución o entidad en el mundo del derecho.

La naturaleza jurídica de las regalías en aduanas se refiere al carácter y reconocimiento legal que se les da a estas en el contexto del comercio global y aduanero, al influir en el valor aduanero de las mercancías impactan en el cálculo de los aranceles y otros impuestos aduaneros.

Esta naturaleza jurídica en el ámbito aduanero por tanto es doble ya que implica:

Derecho de propiedad intelectual: al ser pagos relacionados con la aplicación de derechos sobre la propiedad creativa. su naturaleza jurídica se deriva de leyes de propiedad intelectual, y

Componente del valor en aduana: derivadas principalmente de la Decisión 486 de la CAN (Régimen Común sobre Propiedad Industrial).

1.2.8 Valoración Aduanera

El valor en aduana es un concepto clave en el ámbito del Derecho aduanero, se refiere al valor asignado a los bienes traídos del extranjero para establecer los aranceles e impuestos aplicables a dichas mercancías al cruzar una frontera. Este valor es la base sobre la que se calculan los derechos aduaneros y otros impuestos relacionados con la importación de bienes.

El valor en aduana difiere del valor comercial, mientras que el valor en aduana es establecido por la autoridad aduanera, siguiendo el Sistema de Valoración en uso actualmente de la OMC, el valor comercial es el que se presenta en la factura internacional de compra-venta, reflejando el precio acordado tras la negociación entre las partes. Es relevante mencionar que, en ciertas ocasiones, el precio mostrado en la factura puede coincidir con el valor determinado en aduana (Ortega 2012)

La determinación del valor en aduana es regida por principios y métodos establecidos en el Acuerdo sobre Valoración Aduanera de la Organización Mundial del Comercio (El Acuerdo). También el Reglamento Comunitario de la CAN de la decisión 571 respecto a la determinación del valor en Aduana de los bienes ingresados al Área Aduanera Comunitaria, lo adopta, y también define la venta como la transferencia de titularidad de un bien a cambio de un valor o compensación económica.

Entramos pues a un terreno donde definimos que la propiedad intelectual específicamente el uso de marcas tiene un valor cuantitativo es decir que puede ser determinado y al estar incorporado en un bien, este bien al adquirir dicho incremento de valor debido al uso de dicha marca debería considerarse al momento de realizar el proceso de cálculo del valor ante aduanas pero para ello

necesitamos definir la composición del Valor en Aduanas y así tener una perspectiva clara de cómo se calcula dicho valor.

1.2.8.1 Composición del Valor en Aduana

El valor en Aduanas se compone de VALOR FOB, aduaneramente se considera como el valor de la mercadería sin gastos para su exportación hacia el país de destino, el FLETE que es el costo del transporte principal hacia el destino” convenido y el costo SEGURO que puede ser el monto de la prima tramitada con el Broker de Seguros del importador, o un monto de tabla de acuerdo a la clasificación arancelaria del producto que se está importando, la suma de estos tres elementos nos da el VALOR EN ADUANAS O VALOR CIF (COST + INSURANCE + FREIGHT), es sobre este valor es que se computan los derechos de aduana de las mercancías a importarse, es la Base Imponible.

1.2.8.2 Metodos de Valoracion:

Existen seis métodos de valoración, de los cuales el método principal es el primer método o “Del Valor de Transacción” que es el que se utiliza casi en la totalidad de las operaciones de importación.

Este método desarrolla que el valor en aduana, corresponde al valor de transacción, que representa el monto efectivamente abonado o que se abonará o pagará por los bienes importados. El fundamento de este método de valoración

radica en los Artículos 1 y 8 de El Acuerdo, que enfatizan el precio pagado o a pagar por las mercancías importadas con los ajustes pertinentes.



Fuente Elaboracion propia.

Analizando lo que indica la norma podemos concluir que para que se cumpla este metodo es necesario :

a) que no haya limitaciones en la transferencia o uso de los bienes por parte del comprador, salvo aquellas que:

i) sean impuestas o requeridas por la legislación o entidades del país importador;

ii) restrinjan la zona geográfica en la que se pueden reventa los productos; o

iii) no tengan un impacto significativo en el valor de los bienes.

b) que la venta o el costo no estén sujetos a ninguna condición o compensación cuyo valor no pueda establecerse en relación con los productos a evaluar;

c) que ninguna porción de los ingresos de la reventa, o de cualquier transferencia o uso posterior de los bienes por parte del comprador, regrese al vendedor, ya sea directa o indirectamente, a menos que se pueda realizar la adecuada corrección según lo estipulado en el artículo 8; y

d) que no haya relación entre el comprador y el vendedor o que, si la hubiera, el valor de la operación sea admitido para propósitos aduaneros de acuerdo con lo establecido en el párrafo 2.

Vemos que la importación debe ser el resultado de una venta para aplicar este método si no hay venta no se puede aplicar, por ejemplo para el caso de envío de mercancías sin valor comercial o muestras donde no hay uso de divisas este método nos posible de aplicar.

1.2.8.3 SUNAT y el impulso recaudatorio, control sobre Regalías y derechos de Licencia.

Para Zolezzi (2013) en los países industrializados, los impuestos aduaneros tienen poco impacto en las finanzas estatales, y estas naciones, hogar de importantes titulares de marcas y patentes, prefieren reducir barreras fiscales para comercializar sus artículos. Sin embargo para los países en desarrollo, los ingresos de las aduanas son cruciales para sus presupuestos; ¿Pero esto aplica a la realidad peruana? Creemos que si, según el “Análisis del rendimiento de Tributos 2021” del MEF tenemos que en 2021, los ingresos fiscales del Gobierno Central alcanzaron los S/ 139,947 millones, marcando una subida real del 44.4% en comparación con 2020. Desglosando esta cifra, los tributos internos brutos sumaron S/ 118,775 millones, mientras que los ingresos aduaneros contabilizaron S/ 40,996 millones. En 2022 los Ingresos Tributarios del Gobierno Central experimentaron un aumento, llegando a S/ 157,777 millones, lo que representa un crecimiento real del 4.5% en comparación con

2021. Analizando los componentes principales, se observa que la recaudación total de tributos internos fue de S/ 136,817 millones, mientras que los ingresos procedentes de aduanas alcanzaron los S/ 46,585 millones. La Sunat esta cumpliendo y esforzandose cada vez mas en su fin recaudador de velar por los intereses de fisco y prima a la hora de realizar las gestiones propias de su funcion en Aduanas, balanceando esto con el rol de facilitador del comercio.

ANALISIS DE RENDIMIENTO DE TRIBUTOS 2021		
INGRESOS FISCALES DE GOBIERNO CENTRAL	139,947,000,000.00	
los tributos internos	118,775,000,000.00	
Ingresos Aduaneros	40,996,000,000	
ANALISIS DE RENDIMIENTO DE TRIBUTOS 2022		
INGRESOS FISCALES DE GOBIERNO CENTRAL	157,777,000,000.00	4.5% mayor con respecto a 2021
los tributos internos	118,775,000,000.00	
Ingresos Aduaneros	46,585,000,000	

1964

Fuente Elaboracion propia.

En el ámbito fiscal peruano, uno de los ajustes aduaneros que ha ganado significativa relevancia concierne a los cánones o derechos de licencia, conocidos comúnmente como "regalías". Recientemente, la Administración aduanera peruana, o SUNAT, ha demostrado un interés particular en fortalecer las medidas de control sobre transacciones comerciales que comprenden pagos realizados a entidades extranjeras no domiciliadas.

Esta estrategia tiene la finalidad de establecer si dichos desembolsos deben ser considerados dentro de la base imponible que se utiliza para calcular los impuestos aplicables a los bienes importados, a través de este enfoque, la SUNAT busca garantizar la adecuada aplicación de los tributos en operaciones internacionales, con el fin de mantener la integridad del sistema fiscal del país.

Opiniones Consultivas de la Organización Mundial de Aduanas (OMA)

La SUNAT también considera las circunstancias presentadas en una serie de supuestos que se reflejan en las Opiniones Consultivas del Comité Técnico de Valoración de la OMA y verifica si se cumplen los indicios especificados en el Comentario N° 25.1 de la OMA, este documento proporciona orientación sobre cómo interpretar y aplicar el artículo 8.1 c) del Acuerdo, especialmente cuando se paga un canon o derecho de licencia a un tercero no vinculado al vendedor.

De acuerdo con el artículo, los cánones y derechos de licencia relacionados con las mercancías importadas se deben sumar al precio pagado, siempre que no estén ya incluidos. En el comercio internacional, es común que un comprador/importador pague un canon a un tercero, distinto al vendedor de las mercancías. Estos pagos suelen surgir de acuerdos de licencia que autorizan al licenciante a obtener ingresos por el uso de su propiedad intelectual.

Para determinar el valor según el artículo 8.1 c), es esencial revisar todos los documentos relevantes, como los acuerdos de licencia y contratos de venta. Se deben considerar dos preguntas clave: si el canon está relacionado con las

mercancías y si se paga como condición de venta. Los canones están relacionados cuando las mercancías incorporan la propiedad intelectual cubierta por la licencia. Un factor decisivo para determinar si el canon se paga como condición de venta es si el comprador no podría adquirir las mercancías sin hacer ese pago.

En esencia, todos estos aspectos se revisan con el objetivo de confirmar la presencia de los cuatro requisitos mencionados previamente, con el objetivo de justificar plenamente la procedencia del ajuste aduanero. Estos requisitos son que la regalía esté relacionada con las mercancías objeto de valoración, no forme parte del valor aduanero declarado, sea pagada como una condición de venta, y pueda añadirse al precio de importación de las mercancías valoradas mediante datos objetivos y cuantificables, para mantener la equidad y precisión en el proceso de importación.

En la opinión consultiva 4.11 del Comité Técnico de Valoración de la OMC. en resumen se indica:

Que un fabricante “M” y un importador “I” están Vinculados con la cia. “C” (casa matriz), dueña de los derechos de una marca presente en una prenda deportiva. No se menciona un canon en el contrato de venta entre “M” e “I”, sin embargo “I” tiene que pagar un canon a “C” por el uso de la marca que consta en un acuerdo separado entre ellos. ¿este canon es una condición de la venta? y ¿está relacionado con el valor de las prendas?.

El Comité Técnico de Valoración en Aduana opina que, aunque el canon no esté mencionado en el contrato de venta, sigue siendo una condición de venta porque “I” no puede usar la marca sin pagar el canon. A pesar de no haber un contrato

escrito, "I" todavía está obligado a pagar el canon a la matriz "C". Por lo tanto, estos pagos por el uso de la marca están vinculados al valor de las prendas y deben sumarse al precio realmente pagado o por pagar.

En la opinion consultiva 4.8 del Comité Técnico de Valoración de la OMC. en resumen se indica:

Que "I", un importador, acuerda con el titular de licencia "L" de un país "X", pagar un canon por cada par de zapatos con la marca de "L". "L" proporciona diseños relacionados con esa marca. "I" tiene un contrato separado con el fabricante "M" en el país "X" para comprar zapatos con la marca de "L", y suministra a "M" los diseños de "L". "M" no posee una licencia de "L", y en su contrato de venta con "I" no hay estipulación sobre el pago de un canon. Ninguno de los tres actores, "I", "L" y "M", tiene una relación vinculante entre sí.

El Comité Técnico de Valoración en Aduana opina: "I" debe pagar un canon para usar la marca, pero esto se debe a un contrato separado y no tiene relación con la venta de zapatos para su exportación. "I" compra los zapatos a "M" bajo un contrato diferente, y el pago del canon no es una condición de esa venta. Por lo tanto, el canon no se sumará al precio que "I" realmente pagó o pagará por los zapatos. Sin embargo, hay otra cuestión por resolver sobre si los diseños proporcionados por "L" son gravables conforme al artículo 8.1 b).

Aunque el Acuerdo y sus Notas interpretativas no ofrecen una respuesta directa a esta pregunta, se puede inferir que cada categoría de elementos tiene sus propios preceptos.

La Nota interpretativa para el artículo 8.1 b) ii) sugiere que si un importador compra estos elementos a un vendedor no vinculado y paga un precio específico

por ellos, ese precio será su valor. Sin embargo, si estos componentes fueron fabricados por el importador o una entidad relacionada, su valor se determinará por el costo de producción.

En resumen, según el Acuerdo, el valor de herramientas y matrices, mencionado en el artículo 8.1 b) ii), incorpora el valor del diseño incluido en ellas, independientemente de si el diseño se realizó en el país de importación. Este diseño es parte del costo total de adquisición o producción.

Vemos pues que es fundamental para la valoración establecer si existe o no vinculación aduanera.

Si no se encuentra una "vinculación aduanera" en una operación comercial, resulta arbitrario y abusivo aplicar las conclusiones de una Opinión Consultiva a esa situación. Según esta Opinión, las transacciones de productos con licencia realizadas por productores no se encuentran sujetas a una condición de venta, ya que los acuerdos de fabricación son independientes del Contrato de Licencia. Por lo tanto, no sería adecuado realizar el ajuste aduanero.

En cuanto a la valoración de las regalías como una condición de venta, según el Acuerdo del Valor de la OMC, la SUNAT como parte de su estrategia intentara determinar y establecer una conexión fáctica y jurídica entre las relaciones contractuales mencionadas. Sin embargo, la ausencia de vinculación directa entre el fabricante (vendedor de las mercancías) y el titular de la licencia (receptor de la regalía) complica esta perspectiva, especialmente cuando la autorización concedida por los titulares de licencias a los fabricantes está orientada principalmente a salvaguardar la calidad y reputación de la marca, no a

imponer condiciones comerciales directas, además, se destaca la autonomía en las relaciones legales entre poseedores de licencias, importadores y productores, sugiriendo que los convenios de licencia y los pactos de producción operan autónomamente. Esta autonomía cuestiona la validez de considerar el pago de regalías como una condición de venta, argumentando que no hay participación cruzada en las negociaciones de los contratos, ni directrices en el Contrato de Licencia relacionadas con la fabricación, ni exigencias del fabricante respecto al pago de regalías. Nuevamente recordamos que ante estos hechos la carga de la prueba esta en el importador y por lo tanto si no tiene bien estipulados sus contratos sin dejar atisbo de duda de vinculacion directa o indirecta este puede ser pasible de ajuste ante la minima duda razonable de la administracion.

Posición de la SUNAT respecto a la valoración de las mercancías importadas y los pagos relacionados con derechos de licencia o regalías de empresas vinculadas

La posición de la mencionada en cuanto a la valoración es de permanente escrutinio y sus consideraciones toman en cuenta la naturaleza compleja de las transacciones comerciales internacionales, especialmente aquellas que involucran a compañías vinculadas, consorcios corporativos globales y empresas multinacionales que operan en Perú.

La SUNAT reconoce que las empresas peruanas que forman parte de grupos empresariales internacionales, a menudo realizan pagos al exterior, incluidas las regalías por la manufactura o comercialización de productos con marcas

registradas, estos pagos se regulan generalmente mediante contratos marco que detallan las obligaciones del importador, la duración de estas obligaciones, los derechos del cedente, cómo se calculan las regalías, las causas de terminación del contrato, y las marcas específicas involucradas. La SUNAT dentro de sus facultades puede examinar estos contratos y pagos en detalle para asegurar que reflejen transacciones comerciales legítimas y no esquemas creados para evitar impuestos.

La SUNAT es cada vez mas consciente de que una gran proporción del comercio internacional se realiza entre compañías vinculadas, lo que abre la posibilidad de que los precios se fijen de manera artificial para obtener ventajas fiscales mediante precios de transferencia. Estos precios de transferencia se refieren a los costos acordados o pactados para la transacción de servicios, productos, o préstamos entre empresas vinculadas directa o indirectamente. La regulación de estos precios ayuda a prevenir la transferencia indebida de ganancias para eludir obligaciones fiscales. En el Perú, las regulaciones sobre precios de transferencia se implementaron desde 2006, fueron introducidas a la Ley del Impuesto a la Renta, aprobado por Decreto Legislativo N.º 744, El propósito de implementar los precios de transferencia bajo la supervisión de SUNAT es simplificar el proceso de transferencias de activos entre empresas subsidiarias de un mismo grupo corporativo. La razón de esta normativa en Perú se relaciona con la variabilidad de los costos y ganancias entre los diversos sectores económicos. Esto facilita una asignación de costos más eficaz para los activos transferidos y previene la doble imposición.

Si bien la vinculación no es un obstáculo para validar los precios, sí requiere un escrutinio más detallado para asegurar que los precios reflejen un valor de mercado justo y que no se manipulen para evadir impuestos.

En este contexto, la SUNAT utiliza los estudios de precios de transferencia como una herramienta para analizar la rentabilidad y los precios establecidos en las transacciones entre compañías vinculadas. Aunque en el pasado la legislación peruana prohibía el uso de estos estudios para la valoración aduanera, esa restricción ha sido eliminada, reconociendo la utilidad de estos estudios para determinar valores de transacción auténticos.

En países donde las recaudaciones aduaneras y tributarias son manejadas por entidades diferentes existe una relación compleja entre la valoración aduanera y la imposición tributaria en el sentido de que aumentar el valor de importación incrementa los ingresos aduaneros pero puede disminuir los tributarios, mientras que disminuir este valor tiene el efecto contrario, en Perú esto no aplica.

"Si se establece que la relación aduanera de vinculación ha influido en el costo de los productos importados, la SUNAT busca "corregir" estos valores para reflejar la verdadera naturaleza de la transacción comercial. Esto es parte de su mandato para asegurar una recaudación fiscal adecuada y prevenir la evasión fiscal, garantizando que todas las empresas operen en un campo de juego nivelado y conforme a la ley.

En el contexto de un Contrato de Licencia, es posible que las partes involucradas no tengan una relación aduanera directa. Esta complejidad se amplía cuando un tercer sujeto se involucra, especialmente si el poseedor del permiso de licencia no es el productor directo de los bienes en la transacción internacional, sino que

esta función se realiza a través de un proceso de tercerización o subcontratación, dentro de este escenario, dos relaciones contractuales distintas coexisten: por un lado, el Contrato de Licencia entre la importadora y el titular del derecho de licencia y, por otro lado, los acuerdos de fabricación o provisión entre la entidad importadora y los productores externos. El primero establece los términos relacionados con el uso de las marcas y las regalías a pagar, mientras que el segundo se refiere a los detalles de la producción y compra de los bienes

1.2.9 El criterio jurisprudencial en Ajustes por Regalías del Tribunal

FISCAL

El criterio jurisprudencial en Ajustes por Regalías que resalta la Sala de Aduanas del Tribunal Fiscal se basa en la lógica comercial y en la equidad. No se puede aplicar una tarifa única o un cálculo de ajuste estandarizado a todas las importaciones bajo un contrato de licencia, especialmente considerando que los términos del contrato y las circunstancias comerciales pueden variar considerablemente de un caso a otro. Además, la temporalidad de las ventas, la naturaleza de las mercancías, las condiciones del mercado y otros factores relevantes deben ser considerados al determinar si un pago de regalías o derechos de licencia debe ser agregado al valor aduanero de las mercancías importadas.

Si la SUNAT decide proceder con un ajuste aduanero, debe justificar su decisión a través de una evaluación robusta y detallada que tenga en cuenta:

1. La relación contractual específica entre el licenciante y el importador, y cómo esta relación afecta las condiciones de la venta de las mercancías importadas.
2. La estructura y términos de pago de las regalías o derechos de licencia, y si estos pagos están intrínsecamente ligados a las mercancías que se están importando y vendiendo.
3. La temporalidad de los pagos de regalías en relación con las ventas de las mercancías importadas.

Una aplicación mecánica de los ajustes, sin considerar las particularidades del caso, podría llevar a valoraciones aduaneras infladas e injustas, lo que resultaría en cargas tributarias adicionales para el importador y posibles distorsiones en el comercio. Además, tal enfoque generalizado podría ser visto como contrario a los principios de justicia fiscal y posiblemente en desacuerdo con los compromisos internacionales del país respecto a valoración aduanera, tal como se establece en acuerdos bajo la Organización Mundial del Comercio (OMC) y otras entidades relevantes.

Por tanto, es imperativo que la SUNAT ejerza prudencia, diligencia y una consideración completa de todas las circunstancias relevantes antes de proceder con cualquier ajuste aduanero relacionado con pagos de regalías o derechos de licencia.

1.2.10 El procedimiento de la duda razonable de SUNAT

En el marco de la legislación peruana, cuando hay incertidumbres sobre la valoración en aduana de las importaciones, la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT) está compelida a seguir el procedimiento de Duda Razonable. Este proceso es crucial ya que proporciona al importador la oportunidad de defender su caso, ofreciendo explicaciones adicionales y pruebas para confirmar que el valor declarado es, de hecho, el total pagado por las mercancías, ajustándose según sea necesario conforme al Acuerdo del Valor de la OMC.

El procedimiento de Duda Razonable es el mecanismo adecuado para resolver estas incertidumbres, y cualquier ajuste realizado fuera de este proceso se considerará inapropiado. En casos donde se determina que las regalías o licencias son una "condición de venta", declarar un valor provisional en el momento de la importación es recomendable, ya que permite ajustes basados en condiciones que se definirán en el futuro, asegurando así que el valor en aduana refleje la totalidad de los costos pertinentes.

A diferencia de los procedimientos de fiscalización post-despacho, que se enfocan en la verificación general de cumplimiento y la prevención de delitos e infracciones, el procedimiento de Duda Razonable se centra específicamente en determinar el valor en aduana de una importación específica, a través de un diálogo informativo con el importador. Este procedimiento es obligatorio para la SUNAT y es fundamental cuando se analizan los valores en aduana declarados,

especialmente cuando se considera la inclusión de regalías como parte del valor de las mercancías importadas.

Los tribunales han confirmado la obligatoriedad de este procedimiento, destacando que es mandatorio para la SUNAT, se inicia cuando hay dudas sobre el valor declarado y requiere la presentación de documentos justificativos, si este no se sigue, cualquier ajuste propuesto se considerará no conforme a la ley y, por lo tanto, inválido.

El valor de transacción de las mercancías puede ser ajustado bajo ciertas condiciones establecidas en el Acuerdo del Valor de la OMC. La verificación de estas condiciones, especialmente si una regalía o licencia debe incluirse en el valor de importación, es compleja y requiere un análisis detallado, considerando también la naturaleza de las relaciones contractuales y comerciales involucradas.

En un escenario donde los actores comerciales no están vinculados y las relaciones contractuales son autónomas, no se puede presumir una "condición de venta" basada en el pago de regalías. Además, los métodos de cálculo utilizados por la SUNAT para los ajustes aduaneros han sido cuestionados por no reflejar la realidad económica de las transacciones.

Si las regalías se basan en el volumen de ventas de los bienes licenciados, la SUNAT no debería ajustar proporcionalmente el total de pagos de regalías, esto se debe a que los productos comprados en un año no necesariamente se venden en ese mismo año. Así, la SUNAT debe rastrear las operaciones de importación, identificando compras y declaraciones aduaneras, y relacionarlas con las ventas. Cualquier ajuste aduanero sin esta trazabilidad es improcedente. A pesar de este criterio claro, hubo casos en 2014 (RTF N° 6513-A-2014 y 6514-A-2014)

donde la Sala no especificó cómo calcular el ajuste aduanero, lo que difiere de decisiones previas. Es esencial que la Sala mantenga una posición coherente, proporcionando seguridad jurídica sobre los ajustes aduaneros relacionados con regalías.

En los casos de última instancia como los de la sala de Aduanas es que de acuerdo a la normatividad Andina se debe realizar una interpretación Pre Judicial al Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina.

1.2.11 El tribunal de Justicia de la Comunidad Andina

El Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina actúa como la entidad judicial suprema y constante de la Comunidad Andina, con un carácter que trasciende las fronteras nacionales, su propósito principal es definir, garantizar y brindar una interpretación coherente del derecho andino en los países integrantes. Por esta razón, soluciona las discrepancias que puedan presentarse entre las naciones integrantes, entre estos países y las entidades comunitarias, o entre los países y los individuos o entidades legales.

Los Jueces nacionales están facultados a solicitar una interpretación Pre Judicial al Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina tal como lo estipula el Estatuto de dicho Tribunal en sus artículos 122 y 123.

1.2.12 Casos peruanos sobre condición de venta no aparente y no vinculación

El año 2019 se resolvió mediante Casación N° 07891-2019 un caso realmente muy interesante en que la posición de una compañía relativamente grande y muy famosa localmente por ofrecer prendas de vestir de algodón de buena calidad a un precio razonable se vio afectada por el pago de regalías y la correspondiente sanción por la omisión de la declaración de las mismas, a esta empresa la denominaremos “ T ”

En una operación de había solicitado fabricar a un proveedor extranjero prendas con personajes licenciados de Disney, Warner y Harrow.

La empresa “ T ” contaba con acuerdo de licencia con Disney en los siguientes términos:

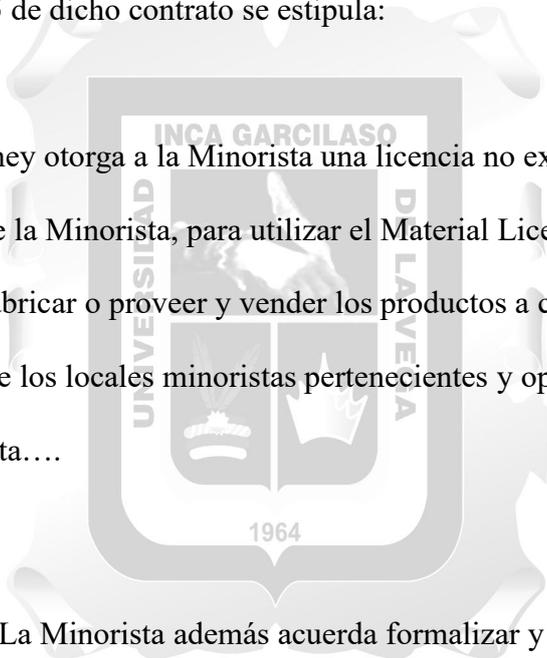
- Tasa de regalías : Anual por el Periodo 01 de Julio de 2007 al 30 de Junio de 2008 sobre ventas internas sería igual al 9% de las mismas
- Pago: el pago sería mensual durante la vigencia del contrato
- Fecha de pago: 15 días después del mes culminado.
- Restricciones de fecha de comercialización des Julio de 2007 hasta fines de Junio de 2008
- Se incluía cláusula de promoción de los productos por un monto del 2% de las ventas netas.
- Se tenía que consignar los derechos de autor en el producto ® Disney
- Disposición especial:

Cualquier violación o incumplimiento de las disposiciones contenidas en esta cláusula 3.2 será considerado un incumplimiento sustancial por parte de la

Minorista y sin limitar ninguno de los demás derechos o recursos de Disney, Disney tendrá derecho a dar por terminado inmediatamente este Contrato enviando a la Minorista una notificación escrita. [...]

En el año 2008 suscribe un nuevo contrato de licencia de Derechos de Autor

En el numeral 5 de dicho contrato se estipula:

- 
- 5.1 Disney otorga a la Minorista una licencia no exclusiva, a exclusivo cargo de la Minorista, para utilizar el Material Licenciado para diseñar, crear, fabricar o proveer y vender los productos a consumidores en y a través de los locales minoristas pertenecientes y operados por la Minorista....
 - 5.6 [...] La Minorista además acuerda formalizar y cumplir las disposiciones de las licencias de terceros que correspondan y pagar puntualmente todas las regalías y otros derechos adeudados en concepto de cada una y todas las tecnologías de patentes utilizadas en o en relación con los productos

En el numeral 8 de dicho contrato sobre aprobaciones se estipula:

- 8.1 Conceptos: Antes de la producción comercial de cualquier Producto, la Minorista le presentará a Disney para su revisión y aprobación escrita, todos los conceptos, todos los trabajos artísticos preliminares y finales propuestos [...].
- 8.6 Responsabilidad de la Minorista por el cumplimiento de los Fabricantes: La Minorista permanecerá siendo totalmente responsable del cumplimiento de su parte y de los Fabricantes que designe (según se define más abajo) respecto de los procedimientos de aprobación bajo el presente, aún cuando Disney acepte presentaciones para aprobación directamente de los proveedores designados por la Minorista para conveniencia de la Minorista.

Sobre el particular debemos comentar que la posición de “ T ” es que el pago de regalías no correspondía debido a que el pago de las regalías solo procede cuando el vendedor o alguna viculado a este los exige. Recordemos que el vendedor en este caso es un tercero, que este proveedor nunca exigió dicho pago y que no se encontraba en vinculación con Disney, Warner y Harrow.

Alegan que no procedería ningún ajuste ni sanción por incorrecta declaración del valor en Aduanas.

Si bien es discutible que exista una delimitación de vinculación entre el fabricante y Disney, podría ser en efecto realidad que no la hay, pero en el mundo de los negocios y conglomerados empresariales pueden surgir diversas estrategias de diversificación de negocios y también podríamos encontrar empresas perfectamente estructuradas sin aparente vinculación que operen como una extensión anónima del circuito o modelo de negocio de los

franquiciantes, mas alla de las hipotesis que se pudieran suscitar al respecto y que no menciona el tribunal, cabe si hacer aquí la siguiente pregunta:

¿Los productos importados se hubieran podido adquirir de no mediar la compra de lo intangible? La respuesta evidente es NO.

En este caso tenemos que se cumple:

- El pago de la regalia esta relacionado con la mercancia que se valora.
- El pago de la regalia no estaba sumado a la declaracion de valor en aduanas.
- Existe una condicion de venta de dicha mercancia, y en general dentro de toda la operación que incluye entre otros la supervision control y reporte del uso del intangible.
- El pago de regalías se basa en datos cuantificables y no se encuentra incluido en el precio realmente pagado o por pagar.

Lo mas interesante de este caso es que en la fecha que se efectuaron las declaraciones imputadas, en la Res. 846 que es el Reglamento Comunitario de las Decision 571- Valor en Aduana de las Mercancias Importadas, Art. 2 (parrafo 3) decia que sobre la condicion de venta del bien que, “Solo se considerara cumplida”, cuando si alguna empresa vinculada al vendedor o el vendedor exigen al que compra, que se efectue el pago.

Esta “Exigencia” era a criterio de la defensa del Importador “ T ” la llave de salida para solicitar la anulacion de todas las multas e imputaciones por mala declaracion.

El importador “ T ” estaba argumentando que se había aplicado una norma retroactivamente y que se estaban vulnerando sus derechos por interpretación incorrecta del mencionado Art. 26,

El Artículo 26 fue actualizado por la Resolución 1684 y paso a ser el Art. 28 como se detalla a continuación:

Para evaluar los incisos a) y b) precedentes, se deberá tomar en cuenta lo señalado en el Comentario 25.1 del Comité Técnico de Valoración en Aduana.

A tales efectos se considerará que la condición de venta no necesariamente debe estar prevista de manera expresa en un contrato sino que ésta pueda probarse con los elementos de hecho de las operaciones comerciales.

Cuando el método de cálculo del importe de un canon o de un derecho de licencia se refiera al precio de la mercancía importada, se presumirá, salvo prueba en contrario, que el pago de dicho canon o derecho de licencia está relacionado con la mercancía que se valora.

Pero la pregunta que podría suscitarse es ¿se afectó realmente el derecho del importador al realizar utilizar “retroactivamente” una norma en perjuicio de este?

Antes de responder esta interrogante recordemos que el importador no pudo acreditar que podría adquirir las mercancías sin realizar el pago de la licencia.

Esto ya de por sí fundamenta sólidamente la hipótesis del tribunal de condición.

Además se puede afirmar que de una manera tácita o implícita Disney condiciona la venta del producto final comprado a un proveedor “tercero”, a un pago de regalías, no existiendo manera física de que el proveedor pudiera entregar el bien terminado que incorpora los diseños de Disney por los cuales necesariamente recibe regalías, al importador “T” y se configura claramente una condición, cumplimiento, consecuencia y una ejecución supervisada en cuanto a muestra para la entrega del producto final que realiza el licenciante al

fabricante mediante el Importador “ T” es decir existe una condicion de venta practicamente en cada etapa del proceso.

Es por ello que podemos afirmar que no se afecto el derecho del importador y que el ajuste es conforme a la regulacion vigente en el momento de la importacion.

Mediante la Casacion N° 07891-2019 Se declaro infundado el recurso de casación, el Importador “ T ” fue afectado economicamente con los derechos dejados de pagar y el doble de los mismos como multa por la mala declaracion.

1.3 Marco legal

El uso y explotación de marcas en el Perú no es solamente un asunto comercial, sino que también está regido por una serie de fundamentos jurídicos que garantizan un adecuado ejercicio y protección a los titulares de marcas. Para entender el panorama legal de las regalías por el uso de marcas en el Perú, es fundamental considerar tanto la legislación interna como los acuerdos supranacionales a los que el país se adhiere, en particular las normativas de la Comunidad Andina de Naciones (CAN).

Haciendo un esquema del proceso de aplicación de regalías por el uso de marcas en el Perú, vemos pues que forma parte del proceso de valoracion Aduanera

Tenemos como principales fuentes de valoracion Aduanera:

- Acuerdo sobre Valoración de la Organización Mundial del Comercio (OMC);
- Decisión 571 - Valor en Aduana de las Mercancías Importadas

- Resolución 1648 de la CAN que actualiza el reglamento de las D 571
- El DS N° 186-99-EF que reglamenta la valorización según el Acuerdo OMC
- El Tratado de Creación del Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina

Vemos entonces que la valoración aduanera y la inclusión de regalías están influenciadas por estándares y recomendaciones internacionales, y tiene como propósito cardinal instituir un sistema de valoración en aduana que sea equitativo y no distorsivo, rechazando expresamente la adopción de valores arbitrarios o ficticios.

Estos tratados y acuerdos son instrumentos de derecho internacional que, una vez ratificados y en vigor, forman parte del derecho interno con un rango suprallegal, su función principal es consolidar y ampliar las relaciones comerciales del Perú con otros Estados, estableciendo un marco normativo claro y estable para el intercambio de bienes, servicios e inversiones.

1.3.1 Adiciones al Acuerdo del Valor OMC (1994) El Artículo 8

Este artículo señala las adiciones al valor en Aduanas indica se debe añadir:

c) los cánones y tarifas de licencia vinculados a las mercancías a valorar que el comprador deba desembolsar de manera directa o indirecta como requisito para la venta de esos productos, siempre y cuando tales cánones y tarifas no se encuentren incorporados en el precio efectivamente abonado o a abonar.

Sin embargo también señala:

2. Las sumas añadidas al precio efectivamente abonado o a abonar, conforme a este artículo, solo podrán establecerse con base en información objetiva y mensurable.

Pero ¿Qué es un cánon? El canon se define como el monto acordado que se abona regularmente según lo convenido y en el tiempo acordado por el uso de un derecho otorgado en propiedad intelectual, lo que permite actividades como vender, representar o fabricar un producto bajo una licencia. En contraste, el "Derecho de Licencia" es el permiso otorgado para realizar tales actividades utilizando activos protegidos de propiedad intelectual, como marcas o patentes. Este derecho es otorgado por el titular, denominado licenciante, a un receptor, llamado licenciatario, según lo pactado en un contrato de licencia; es importante notar que este derecho no implica una transferencia de propiedad, sino una autorización para usar el activo de una manera específica.

El Acuerdo Relativo a la Aplicación del Artículo VII del Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio, ofrece directrices sobre cómo se deben considerar los cánones en la valoración aduanera, especialmente en relación con derechos de propiedad intelectual como patentes, marcas comerciales y derechos de autor como sigue a continuación:

“Los cánones y derechos de licencia podrán comprender, entre otras cosas, los pagos relativos a patentes, marcas comerciales y derechos de autor. Sin embargo, no se añadirán los derechos de reproducción de las mercancías en el país de importación”.

Para ajustar el valor de transacción por concepto de cánones y derechos de licencia, deben cumplirse tres condiciones:

1. Estos cánones y derechos no deben estar ya incluidos en el precio pagado o por pagar.
2. Deben estar directamente relacionados con las mercancías que se importan.
3. Deben abonarse como una condición para la venta de dichas mercancías.

Cada operación que involucre el pago de regalías por el importador debe ser evaluada individualmente para determinar si es aplicable este ajuste de valor.

1.3.2 Comunidad Andina de Naciones (CAN):

Según lo estipulado en el numeral 2 del artículo 26 del Anexo de la Resolución 846 Reglamento Comunitario de la Decisión 571- Valor en Aduanas de las Mercancías Importadas las licencias o Cánones se adicionaran “Precio realmente pagado o por pagar” si:

- “Está relacionado con la mercancía a valorar”.
- “Es una condición de venta de esa mercancía”.
- “Se basa en datos objetivos y cuantificables”.
- “No está incluido ya en el precio pagado o por pagar”.

Sigue desarrollando que para determinar la condición de venta, no es esencial un contrato explícito, sino que puede demostrarse con pruebas basadas en las prácticas comerciales reales. Si el cálculo de un canon o licencia se basa en el

precio de la mercancía importada, se asumirá que dicho pago está vinculado a esa mercancía, a menos que se demuestre lo contrario. Esto quiere decir que la carga de la prueba siempre recaera en el importador por lo que es menester de que para todas sus transacciones puedan tener una trazabilidad y orden documentario, para que ante una eventual fiscalización toda la documentación, de orden comercial y contable, relacionada con la operación de importación sea coherente y guarde una relación fehaciente.

1.3.3 Cánones y derechos abonados a terceros Según la OMA, Comentario 25.1

Según el artículo 8.1 c) del Acuerdo, especialmente cuando un canon o derecho de licencia se paga a un tercero no asociado al vendedor, se requiere que dichos cánones y derechos de licencia relacionados con las mercancías valoradas, que no estén incluidos en el precio pagado o por pagar y que el comprador deba abonar como condición de venta, se añadan al precio de las mercancías importadas.

Es común que en el comercio internacional, los cánones o derechos se paguen o pudieran pagarse a terceros, distintos del vendedor de las mercancías importadas, esto generalmente implica un contrato de venta con el vendedor y un acuerdo de licencia con un tercero y a veces, el vendedor también tiene un acuerdo de licencia con el licenciante; para determinar el valor según el mencionado artículo es crucial revisar todos los documentos relevantes como los acuerdos de licencia y el contrato de venta, en dichos documentos principalmente en el acuerdo de licencia se detallan los derechos otorgados, las condiciones entre las partes y los

detalles del pago, mientras que el contrato de venta aborda los términos relacionados con la exportación de las mercancías importadas.

Por lo general estos cánones o derechos no están incluidos en el precio que realmente debe ser pagado, a un tercero, quedando pendiente la cuestión de determinar si el canon o derecho de licencia está relacionado con las mercancías valoradas y si se paga como condición de venta de las mismas.

Un canon o derecho de licencia se considera relacionado con las mercancías cuando estas incorporan o se fabrican utilizando la propiedad intelectual cubierta por la licencia, lo que es de ayuda para determinar si se debe pagar como condición de venta es si el comprador podría comprar las mercancías sin pagar estos cánones o derechos; todo indicaría que podría tratarse de *Conditio sine qua non*, y constituye entonces una condición de venta cuando se paga a un tercero asociado al vendedor, pero cada situación debe analizarse individualmente.

La evidencia más clara sería una declaración explícita en los documentos de venta que indique que el canon o derecho es una condición de venta. Sin embargo, los documentos pueden no ser tan explícitos, especialmente cuando se paga a un tercero no vinculado al vendedor, en tales casos otros factores deben ser examinados para esta determinación.

La imposibilidad de adquirir las mercancías sin pagar los cánones o derechos debe ser determinada y se basa en una revisión exhaustiva de los detalles vinculados a la venta e ingreso, considerando también la conexión entre el contrato de licencia y el acuerdo de compra. Algunos factores a considerar son referencias al canon o derecho de licencia en el contrato de venta, referencias a

la venta de mercancías en el acuerdo de licencia, posibilidad de rescisión del contrato de venta por incumplimiento del acuerdo de licencia, cláusulas que restringen la fabricación o venta si no se realizan los pagos, y cláusulas que permiten al licenciante gestionar la producción o la venta más allá del control de calidad.

Nuevamente cada caso debe ser evaluado en sus propios méritos, considerando todos los elementos relacionados.

1.3.4 Ajuste Aduanero por regalías.

Un ajuste aduanero por concepto de regalías procede bajo ciertas condiciones estipuladas en el literal c) del numeral 1 del artículo 8 del Acuerdo del Valor de la OMC, indicando que para la correcta determinación, deben añadirse al precio realmente pagado o por pagar, entre otros ajustes, los cánones y derechos de licencia (regalías) relacionados con las mercancías que se valoren, siempre que el comprador deba pagarlos directa o indirectamente como condición de venta y que estos no estén incluidos en el precio realmente pagado o por pagar.

Recordemos que para que un ajuste aduanero sea legalmente procedente, deben cumplirse tres circunstancias clave: la regalía debe estar relacionada con las mercancías que se valoren, no debe estar incluida en el precio pagado o por pagar, y el comprador debe pagarla, como condición de venta, directa o indirectamente; además, existe un cuarto criterio que a nuestro parecer es el más importante: la regalía debe poder ser determinada mediante datos objetivos y cuantificables.

En este contexto, la SUNAT presta especial atención a una serie de consideraciones al analizar este tipo de operaciones comerciales, estas incluyen la naturaleza de la regalía, la base sobre la que se calcula, y cómo se relaciona específicamente con las mercancías importadas, estas medidas aseguran una evaluación adecuada de los ajustes aduaneros y mantienen la integridad del sistema fiscal, en su proceso de calificar un pago por regalía como condición de venta de mercancías importadas, examina una serie de elementos en las operaciones comerciales donde se realizan pagos de regalías al exterior; uno de los primeros aspectos es la existencia de un Contrato de Licencia entre el titular de la marca incorporada en las mercancías importadas y el importador que compensa ese uso o explotación. Esto a nuestro entender es crucial para establecer la base legal del pago de regalías, además la SUNAT como segundo paso verifica la vinculación entre las partes en el Contrato de Licencia, conforme a los términos del Acuerdo del Valor de la OMC. Esto implica evaluar la relación entre el importador y el titular de la marca o cualquier otra parte relacionada, determinar si son empresas vinculadas o miembros de una familia de empresas y un tercero ejerce control sobre ellas podrían ser muchos los escenarios de vinculación.

Otra situación evaluada es cuando el titular de la marca no es el mismo que vende las mercancías licenciadas, en estos casos, se verifica si existe un acuerdo de suministro entre el importador y las compañías que fabrican dichas mercancías con el fin de determinar si los pagos pueden considerarse directamente asociados con las mercancías importadas.

Verifica también de haber Contrato de Licencia y acuerdos de fabricación, si un incumplimiento en el dicho contrato afecta los acuerdos de fabricación si lo

hubiera puede ser indicativo de la importancia del pago de regalías en la relación comercial total.

1.4 Antecedentes del estudio

1.4.1 Antecedentes Internacionales

Según concluye Quimba (2015) El análisis y uso de la valoración aduanera facilita el monitoreo del valor en aduana de las importaciones a consumo que no incluyan cánones o licencias al momento de nacionalizar los productos. La legislación tanto nacional como internacional proporciona un marco legal para la valoración de bienes importados, establecido por entidades oficiales que regulan el comercio internacional con sus países asociados, buscando promover un comercio equitativo y honesto.

Sempértegui (2015) indica sobre valoración en Aduanas: "Un grupo de métodos técnicos diseñados para definir, con la máxima exactitud posible, el valor monetario de las mercancías en cualquier nación, con el objetivo de imponer cargas tributarias aduaneras a esos productos" (p. 23).

Desde la perspectiva de la gestión empresarial, es crucial integrar la valoración aduanera de las mercancías importadas en la planificación estratégica anual de las empresas por consiguiente, una empresa que aspire a consolidar su infraestructura corporativa debe prestar atención no solo a la fiscalidad nacional, sino también manejar con competencia los aspectos tributarios relacionados con el comercio internacional. Al fundamentar técnicamente de manera adecuada el valor aduanero de las mercancías que se importan, se debería lograr una menor objeción por parte de las autoridades aduaneras al aceptar el valor declarado para

la imposición de impuestos ad valorem y otros tributos correspondientes con las regalías.

Giro (2016) La revisión posterior a la importación, en el ámbito de auditoría, es un proceso implementado para aumentar la recaudación fiscal y evaluar el grado de cumplimiento de los importadores. Considerando la rápida expansión del comercio internacional de bienes y la implementación del Acuerdo de Valoración de la OMC, las autoridades aduaneras están compelidas a llevar a cabo algún tipo de control o auditoría después de la importación.

1.4.2 Antecedentes Nacionales

No se tienen muchos antecedentes disponibles para el presente trabajo de investigación, pero al ser un tema que involucra varios aspectos como el legal, económico e incluso contable es menester realizar consultas y verificación de artículos y tesis relacionadas directa o indirectamente al tema tenemos pues a continuación una relación de estudios consultados

Mendoza (2017) concluye que, en el primer método de valoración, la carga de la prueba es responsabilidad del importador, demostrar que el valor aduanero que ha presentado a la Administración coincide con el valor de transacción estipulado en el Acuerdo del Valor de la OMC, esto incluye a las regalías.

Para Ordoñez (2009) Los derechos intelectuales se consideran una clase distinta de derechos personales con una naturaleza intrincada que combina aspectos patrimoniales y morales. Estos derechos protegen a los creadores de obras en los

ámbitos artístico, científico y literario, así como a los inventores y descubridores, otorgándoles una posesión inalienable sobre los vínculos no tangibles que tienen con sus creaciones e invenciones, así como el disfrute de los beneficios económicos que estas generen.

Para Castillo Huaman (2021) las discrepancias originadas por el manejo inadecuado de la información en la declaración o por la aplicación errónea de los métodos para valorar las mercancías importadas resultan en modificaciones en los costos de importación. Esto incide directamente en el costo, influenciando el precio de venta de los productos. Por esta razón, el importador resulta perjudicado dado que esto impacta en las ganancias esperadas.

- La jurisprudencia en la incidencia tributaria de la cesión de uso de marca comprendido en el catálogo de esquemas de alto riesgo fiscal
- Opiniones consultivas del Comité Técnico de Valoración en Aduana de la OMA
- Nota interpretativa al Art.8 Acuerdo Relativo a la Aplicación del Art. VII del Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio de 1994 OMC

1.5 Marco conceptual

Para abordar el estudio de las regalías aduaneras en Perú y sus fundamentos jurídicos, repercusión en los derechos aduaneros que percibe el Estado, es menester elaborar un marco conceptual apegado a la normativa vigente.

La declaración de regalías aduaneras es un área que involucra tanto el derecho aduanero como el de propiedad intelectual. Debemos tener presente los siguientes conceptos para poder comprender mejor el desarrollo de la investigación.

1. Principio de Valoración Aduanera: Basado en el Acuerdo de Valoración de la OMC, el valor en aduana de las mercancías importadas generalmente se basa en el precio de transacción, que es el precio pagado o por pagar. Las regalías pueden o no estar incluidas en este precio, dependiendo de si son una condición de venta.

2. Regalías y Licencias: Se debe considerar si los derechos de autor o los permisos de uso tienen conexión con los bienes que se están valorando y si son una condición de la venta de esas mercancías para exportación al país de importación.

3. Condición de Venta: Es un área clave en la valoración aduanera. Si el pago de regalías es un requisito para la venta de los bienes, esos pagos pueden necesitar ser agregados al precio de transacción para determinar el valor aduanero.

4. Distinguir entre Tipos de Regalías: No todas las regalías se relacionan directamente con el valor de las mercancías. Por ejemplo, las regalías pagadas por derechos de distribución en un país específico pueden no afectar el valor físico o funcional de las mercancías.

5. Doble Tributación: Una preocupación en el ámbito internacional es que las regalías sean gravadas tanto en el país de origen (como ingreso) y en el país de destino (como parte del valor en aduana). Los acuerdos bilaterales o tratados pueden ayudar a abordar estos problemas.

6. Transparencia y Documentación: Desde una perspectiva práctica, tener una documentación clara sobre cómo se determinan y calculan las regalías es esencial para garantizar que se aborden adecuadamente en el contexto aduanero.

Basándonos en el Artículo 13° de la Ley General de Aduanas - Ley N° 1053, es preciso comprender que el valor aduanero sirve como base para el cálculo de los derechos aduaneros. Las regalías, vinculadas con la operación de venta de la mercancía importada, pueden integrar este valor.

Al influir en el cálculo del valor en aduana, las regalías impactan directamente en los ingresos fiscales aduaneros que el Estado peruano recaba de las importaciones. Una valoración inadecuada podría traducirse en una merma de ingresos tributarios. Es imperativo, conforme a la legislación peruana, que las regalías y pagos conexas se declaren con precisión y transparencia en el trámite aduanero, analizar las consecuencias legales y fiscales establecidas en la normativa peruana para aquellos que no consideren debidamente las regalías en el valor en aduana, incluyendo las sanciones consagradas en la Ley General de Aduanas y su Reglamento.

Es necesario reflexionar sobre cómo una adecuada declaración de regalías respalda los ingresos aduaneros del Estado peruano, asegurando la percepción adecuada de aranceles y tributos, en salvaguarda de los ingresos estatales, la jurisprudencia o decisiones administrativas que ilustren cómo la omisión o inadecuada declaración de regalías ha repercutido en los derechos aduaneros.

-Consecuencias legales: resalta el riesgo que corren los importadores al no estar al tanto del marco jurídico vigente. El desconocimiento o negligencia en este ámbito puede resultar en sanciones, multas o incluso litigios. Es esencial que los

importadores estén bien informados y actúen conforme a la ley para evitar tales consecuencias.

-Impacto económico: Aquellos que no cumplan con sus obligaciones podrían enfrentar costos adicionales, desde multas hasta el pago retroactivo de regalías. Además, la incorrecta declaración impacta negativamente la recaudación aduanera y puede perjudicar económicamente a los titulares de derechos de marcas o patentes.

-Reputación de los importadores: El incumplimiento de las obligaciones legales no sólo tiene consecuencias tangibles, sino también intangibles. Las empresas que no cumplen con sus obligaciones relativas a regalías pueden ver su imagen dañada, lo que puede afectar sus relaciones con proveedores, clientes y con la administración pública.

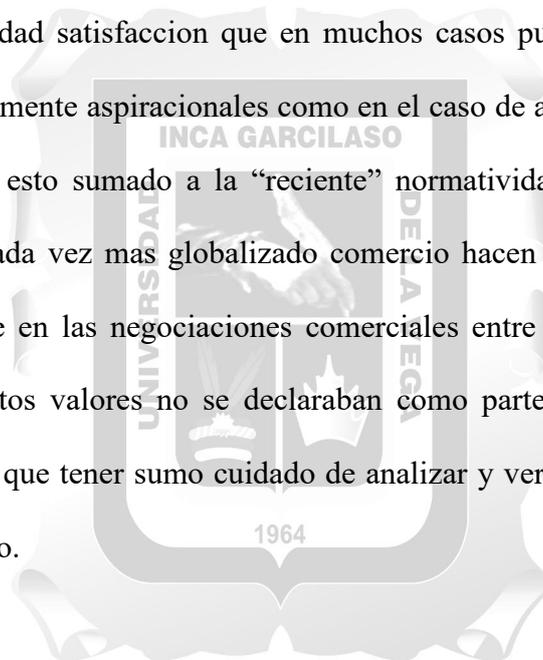
-Efectos en el comercio internacional: En un mundo globalizado, la reputación de un país en cuanto al respeto de derechos de propiedad intelectual es vital. Si las empresas extranjeras sienten que sus derechos no están protegidos en el Perú, podrían reconsiderar sus operaciones comerciales en el país

-Interpretaciones Pre Judiciales del Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina: Estas interpretaciones proporcionan un marco legal y directrices sobre cómo se deben aplicar las regalías en el contexto andino. Sirven como referencias para entender la perspectiva regional sobre el tema.

-Sentencias emitidas por la Sala de Aduanas del Tribunal Fiscal: Estas decisiones judiciales actúan como un termómetro para evaluar cómo se ha interpretado y aplicado la normativa sobre regalías en el Perú. Son vitales para

entender cómo se ha materializado el marco jurídico en casos reales, ofreciendo una visión más concreta del estado de la aplicación de regalías en el país.

De esta manera, facilitando la comprensión de los efectos reales y potenciales relacionados con la aplicación de regalías en el uso de marcas y su declaración aduanera en el Perú. Como se ha podido apreciar hasta el momento la evolución que ha habido en el concepto asociado a marcas la continuidad en el tiempo la reputación y diferenciación obtenidas por algunas de ellas hace que sea de interés de muchos importadores comercializar productos que se asocien a los niveles de calidad satisfacción que en muchos casos puede tener fundamentos reales o simplemente aspiracionales como en el caso de algunas marcas que solo venden status, esto sumado a la “reciente” normatividad en torno a ello y al cambiante y cada vez más globalizado comercio hacen pues que esto tome un papel relevante en las negociaciones comerciales entre los países y si bien es cierto antes estos valores no se declaraban como parte del valor en Aduanas ahora tenemos que tener sumo cuidado de analizar y verificar cuando si forman parte del mismo.



CAPITULO II:

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

2.1 Descripción de la realidad problemática

El enfoque principal de este trabajo de investigación, es conocer las bases jurídicas que fundamentan la aplicación de regalías en el uso de marcas en el Perú, particularmente en cuanto a la entrada de bienes que podrían incurrir en pagos por regalías, cánones también llamados derechos de licencia. Este aspecto es fundamental ya que, según el método de valoración "valor de transacción", estas regalías pueden, en ciertas condiciones, añadirse al precio de las mercancías, afectando el valor en aduanas y, por ende, los tributos de importación y costos. A menudo, las empresas importadoras omiten declarar este valor adicional ya sea por desconocimiento de la compleja normatividad o por omisión, un fenómeno por el cual creemos que es importante esta investigación.

En el panorama aduanero peruano, se observa una intensa discusión en torno a cómo las regalías se integran al valor aduanero y cómo esto impacta en la determinación de los derechos aduaneros a pagar. Esta controversia tiene raíces en varias complicaciones, por un lado se encuentra la intrincada normativa que regula esta materia, que además tiene un carácter supranacional, lo que agrega una capa adicional de complejidad, a esto se suma la carencia de experiencia y capacitación en la implementación de dichos incrementos por regalías, lo que ha llevado a ambiguas interpretaciones y aplicaciones en el ámbito práctico.

Si bien el Tribunal Fiscal ha buscado arrojar luz sobre este asunto, no fue sino hasta dos mil ocho cuando se publicaron algunas resoluciones que buscan clarificar la situación. Pero aún con estos esfuerzos, persisten zonas grises en el tema. Es notable la ausencia de información detallada acerca de la correcta aplicación y declaración de regalías y en qué montos, vemos que desde la creación del tribunal andino el año dos mil hasta el año dos mil trece el Perú no realizó ninguna consulta es decir trece años sin realizar un avance, es después de acciones de incumplimiento que los jueces han empezado a remitirse al Tribunal en busca de interpretaciones prejudiciales que sirvan de guía en sus sentencias. Asimismo, no se ha realizado un estudio exhaustivo que determine cuáles son las bases jurídicas que fundamentan la aplicación de regalías en el uso de marcas en el Perú, lo que sería esencial para una declaración aduanera más eficiente.

Durante el siglo XX, se establecieron varios tratados y organizaciones para regular y proteger la propiedad intelectual a nivel internacional, por ejemplo, la Convención de Berna para la Protección de Obras Literarias y Artísticas (1886) y el Acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio (ADPIC) de 1994, establecido por la OMC, un hito en la protección internacional de los derechos de propiedad intelectual. Este acuerdo cubre diversas categorías, incluyendo: derechos de autor y derechos conexos, marcas, patentes, diseños industriales, indicaciones geográficas, topografías de circuitos integrados y protección de información no divulgada, como los secretos comerciales.

Surge pues la obligación de respetar dichos derechos que pueden representar el simple reconocimiento al autor o alguna compensación económica por dicho uso.

En el contexto del comercio global y, específicamente, en el proceso de importación, se observa una marcada tendencia entre los importadores a enfocarse en las actividades comerciales propias de su rubro. Sin embargo, hay un aspecto crucial que suele pasarse por alto: el pago de regalías por el uso de marcas reconocidas al momento de declarar las mercancías en la aduana.

Este desconocimiento no solo representa una deficiencia en el proceso de importación, sino que también podría acarrear sanciones y multas significativas para los importadores. Aunque la Aduana tiene la potestad de fiscalizar las operaciones de importación hasta cinco años después de su realización, la magnitud de operaciones registradas sobrepasa su capacidad operativa. Como resultado, grandes importadores han sido notificados para regularizar sus pagos omitidos, lo que evidencia la falta de información y conocimiento en este aspecto crucial de la importación.

De esta problemática nace la necesidad de establecer una base sólida de conocimiento sobre la aplicación de regalías por el uso de marcas en el Perú y su relevancia en la declaración aduanera.

La formación y el conocimiento que tienen las empresas en Perú sobre el pago de regalías puede variar ampliamente. Algunas empresas podrían estar bien informadas y cumplir adecuadamente, mientras que otras, especialmente las más pequeñas, podrían no estar al tanto. Las empresas locales que no cumplan con el pago correcto de regalías podrían enfrentar sanciones significativas, lo que podría afectar la economía local y la viabilidad de los negocios. Dada esta variabilidad en la manifestación del problema en los distintos niveles, es esencial

abordar la educación y la concientización de manera integral, teniendo en cuenta las particularidades de aspecto legal de este tema.

Uno de los motivos primordiales es la ausencia de conocimiento por parte de los importadores sobre la legislación vigente relacionada con el pago de regalías. Si no están al tanto de sus obligaciones legales, es probable que no cumplan adecuadamente. Las leyes y regulaciones que rigen la propiedad intelectual, las marcas y las regalías pueden ser complejas y difíciles de interpretar, lo que lleva a errores o a omisiones en su aplicación.

A veces, los acuerdos comerciales entre el propietario de la marca y el importador pueden no ser claros en cuanto a la aplicación y el monto de las regalías, llevando a confusiones o malentendidos y podrían asumir, erróneamente, que las malas prácticas aceptadas en un país son aplicables en otro, también en algunas organizaciones podría prevalecer una cultura de evasión o de no darle importancia a aspectos legales y regulatorios, lo que podría llevar a la omisión del pago correcto de regalías.

El no abordar adecuadamente el problema de la incorrecta aplicación del abono de derechos por la utilización de marcas en las declaraciones aduaneras puede tener una serie de efectos y consecuencias legales negativas para los importadores. Los importadores que no cumplan con sus obligaciones relacionadas con el pago de regalías podrían enfrentar multas y sanciones significativas. Estas sanciones pueden impactar gravemente la salud financiera y operativa de las empresas.

Las empresas que son identificadas y sancionadas por no cumplir con sus obligaciones pueden sufrir daños en su reputación, lo que podría afectar sus relaciones comerciales y la percepción de los clientes.

Además de las sanciones económicas, las empresas podrían enfrentarse a procedimientos legales que pueden resultar costosos y consumir tiempo y recursos.

Las mercancías de importadores que estén bajo investigación o que tengan historial de no cumplimiento pueden enfrentar retrasos en la aduana, afectando la logística y la cadena de suministro. Si un gran número de importadores no paga las regalías adeudadas, esto representa una pérdida significativa de ingresos para el Estado, afectando su capacidad de financiar servicios públicos y otros proyectos.

Las empresas que cumplen adecuadamente con todas sus obligaciones podrían encontrarse en desventaja frente a aquellas que evaden el pago de regalías, ya que estos costos se reflejan en el precio final del producto. La falta de pago adecuado de regalías puede desincentivar la creatividad y la salvaguarda de los derechos intelectuales, ya que las empresas podrían percibir que no se respeta ni se recompensa adecuadamente el uso de sus marcas.

Las empresas propietarias de las marcas que no reciben las regalías adecuadas pueden reevaluar o terminar sus relaciones comerciales con importadores que no cumplan. En áreas donde la importación es una actividad económica clave, las sanciones y los procedimientos legales contra importadores pueden afectar de manera adversa la economía de la región. Si no se aborda este problema, puede generar un clima de inseguridad jurídica donde las empresas no tengan claro

cuáles son sus obligaciones y derechos, lo que podría desincentivar la inversión y el comercio.

2.2 Formulación del problema general y específicos

¿Cuáles son los Fundamentos Jurídicos para la aplicación de regalías por el uso de marcas en el Perú?

2.3 Objetivo general y específicos

2.3.1 Objetivo general

- Explicar los Fundamentos Jurídicos para la aplicación de regalías por el uso de marcas en el Perú.

2.3.2 Objetivo Específicos

- Estudiar la regulación jurídica de marcas en el Derecho de la Propiedad Industrial en el Perú.
- Analizar la aplicación de las regalías por el uso de marcas en el Perú y en el Acuerdo de Valoración de la Organización Mundial de Comercio.
- Evaluar la jurisprudencia del Tribunal Fiscal peruano y del Tribunal Andino sobre el tema materia de investigación.

CAPITULO III:

JUSTIFICACION Y DELIMITACION DE LA INVESTIGACION

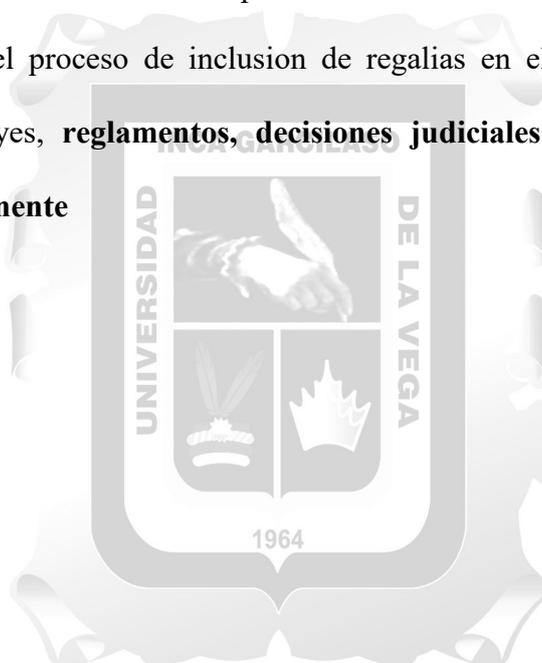
3.1 Justificación e importancia del estudio

La pregunta central que motiva esta investigación es: ¿Cuales son los Fundamentos Juridicos para la aplicación de regalías por el uso de marcas en el Perú?, y tal como se ha visto, en el desarrollo de la misma, este tema presenta varios matices o capas de complejidad al ser incorporado en la valoración aduanera el valor pagado por el uso de marcas. Consideramos que existe una justificación practica pues consideramos que es apremiante que exista un trabajo en el cual se detalle de manera simple y unificada la metodología y criterios adoptados por los multiples actores y autoridades que dilucidan este tema en el quehacer del derecho aduanero y el comercio internacional. El consultar la legislación y centralizarla metodologicamente al comparar casos tipo pueda servir de hoja de ruta y ayudar a dilucidar las dudas que se presentan cuando se quiere estudiar el tema. Este trabajo esta dirigido a todas aquellas personas que en su quehacer diario o academico desean obtener el conocimiento de los metodos criterios y normativa relacionada, fundamentos juridicos de la aplicación de regalías en el valor aduanero y tal vez pueda tener una utilidad

metodologica que podra servir de base para futuras investigaciones, cuando por el transcurrir, las normas se actualicen en el tiempo.En el aspecto académico pretendemos contribuir a los estudios que se puedan iniciar tanto para los estudiantes del derecho aduanero y a los que estudian el comercio exterior.

3.2 Delimitación del estudio (solo delimitación espacial)

La investigación se centrará en las bases jurídicas que rigen la aplicación de regalías por el uso de marcas en el Perú, enfocándose en su interacción entre la falta de informacion de los importadores hacia la administracion aduanera (SUNAT) en el proceso de inclusion de regalias en el valor en aduanas, Se examinarán leyes, **reglamentos, decisiones judiciales y administrativas, y doctrina pertinente**



CAPITULO IV: FORMULACION DEL DISEÑO

4.1 Diseño esquemático

En el estudio de investigación que finalizamos, adoptamos un diseño no experimental, Siguiendo a Patton(2015) los diseños no experimentales, comunes en la investigación cualitativa, son valiosos por su capacidad para capturar la complejidad de las situaciones reales y las percepciones humanas en su estado natural. La riqueza de los datos cualitativos proviene de la profundidad y detalle con que se exploran los fenómenos, más allá de las mediciones cuantitativas y la manipulación de variables que caracterizan a los diseños experimentales. Para él, la clave del diseño no experimental es su flexibilidad y adaptabilidad, permitiendo a los investigadores sumergirse en el contexto real y obtener una comprensión significativa del fenómeno investigado. Este concepto refleja el enfoque de Patton de la investigación cualitativa, y su preocupación por el rigor y la credibilidad en el estudio de los fenómenos complejos sin la necesidad de controlar o manipular variables como en los diseños experimentales. No manipulamos variables y nos centramos en observar y recopilar la normativa relevante. Posteriormente, esta fue analizada a través de un diseño descriptivo transversal simple con un enfoque explicativo de relación causa-efecto.

4.2 Descripción de los aspectos básicos del diseño

El propósito central de este estudio es explorar las Bases jurídicas que fundamentan la aplicación de regalías por el uso de marcas en el Perú y su importancia en la declaración aduanera, enfocándonos especialmente en la importancia que estas tienen en la Valoración aduanera, siempre dentro del marco de la legislación actual. Se eligió un enfoque cualitativo para lograr una comprensión más profunda de la temática. Además, en línea con Campbell y Stanley (1963), el estudio tiene un carácter descriptivo. Dentro del trabajo, se incluyen ciertas perspectivas personales con la intención de enriquecer el debate académico y tal vez añadan valor y contexto a lo ya presentado, lo que podría inspirar futuras investigaciones.

Diseño Descriptivo Simple = Observación+Descripción

CAPITULO V: PRUEBA DE DISEÑO

5.1 Aplicación de la propuesta de solución

Para responder a la indagación propuesta, se llevó a cabo el siguiente protocolo:

Primero, se recolectó información relativa a la Propiedad Intelectual sus orígenes y normas nacionales considerando normativa local como referencias internacionales. Esta data se obtuvo de investigaciones previas, literatura especializada y a través de visitas en línea y a Bibliotecas físicas.

La base de estudio se compuso de dos componentes: en primer lugar, la doctrina, legislación y decisiones Prejudiciales de la CAN relacionadas con la aplicación de Regalías en el valor de aduana en contextos internacionales; en segundo lugar, se consideró a académicos y jueces expertos en Derecho Aduanero.

La población está constituida por la doctrina, legislación y jurisprudencia relativa a valoración y tratamiento de derechos de propiedad intelectual como fundamentos jurídicos que regulan la aplicación de regalías por el uso de marcas en el Perú.

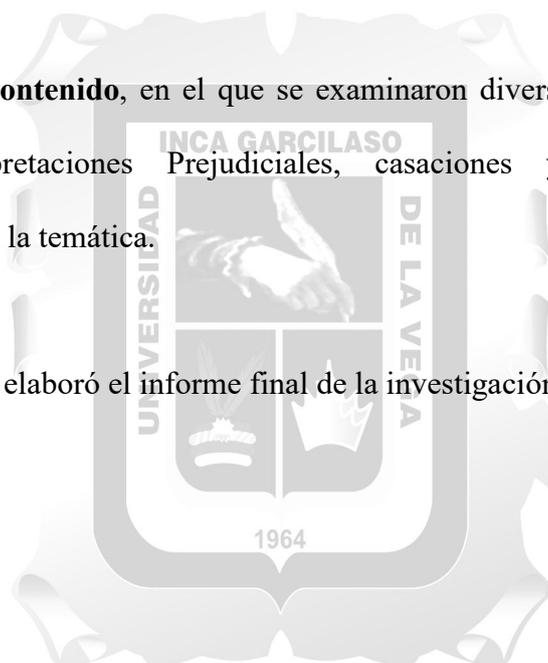
La muestra, está constituida por los libros, tesis, artículos científicos elegidos por el investigador. La muestra es de tipo *no probabilístico*.

Las técnicas utilizadas para recolectar información comprendieron:

a) Análisis Documental: En esta sección, se llevó a cabo una revisión meticulosa de bibliografías y otros recursos pertinentes para obtener la información crucial para el estudio. Esta estrategia implicó la identificación, adquisición y consulta de materiales relevantes que contribuyeran al propósito investigativo. Se emplearon diversas técnicas de recolección y análisis de información paráfrasis y resumen de artículos el procedimiento se centró en seleccionar y recoger información esencial y pertinente al tema investigado.

c) Análisis de contenido, en el que se examinaron diversos textos, artículos de derecho, Interpretaciones Prejudiciales, casaciones y otros documentos relacionados con la temática.

Para concluir, se elaboró el informe final de la investigación.



CONCLUSIONES

Los Fundamentos Jurídicos para la aplicación de regalías por el uso de marcas en el Perú se encuentran regulados por los lineamientos de Valoración de la OMC y que son adoptados por la CAN y que forman parte del ordenamiento jurídico suprallegal del Perú al igual que las interpretaciones Prejudiciales del Tribunal de Justicia de la CAN.

La mala aplicación de regalías por el uso de marcas en el Perú en la declaración aduanera por desconocimiento o simple evasión puede tener consecuencias económicas para las empresas que se inicien en las importaciones y que no tengan los conocimientos necesarios para realizar sus operaciones con la trazabilidad documentaria contractual y contable requeridas.

El respeto al Derecho de propiedad intelectual es muy importante para el desarrollo económico del País, muchas empresas han cometido errores en las declaraciones debido al uso y costumbre errada y se evidencia una falta de comunicación de los departamentos legales de las mismas en compartir la información de los contratos de regalías con las partes involucradas a realizar las declaraciones aduaneras de las mismas.

El INDECOPI es el autónomo del Perú que juega un papel crucial en lo referente a proteger los derechos de propiedad intelectual su función es esencial para asegurar

un entorno de mercado equitativo y transparente, lo que contribuye a una economía sana y a una sociedad justa en Perú.

La Sunat esta cumpliendo con la labor de fiscalización de aplicación de las Regalías apoyándose en la normatividad supranacional y la jurisprudencia del Tribunal Fiscal y Andino.

Las interpretaciones Pre Judiciales del Tribunal Andino sirven de guía normativa para la correcta aplicación del derecho en temas de Propiedad intelectual como de Valoración Aduanera y los Jueces Peruanos de última instancia están obligados a solicitarla para desarrollar sus sentencias en arreglo a las mismas con el fin de asegurar una interpretación y aplicación uniformes de las normas comunitarias, garantizando así la coherencia y la justicia dentro del bloque regional.

Las Interpretaciones Prejudiciales tienen el propósito de analizar la doctrina de valoración aduanera, emitiendo pronunciamientos sobre aspectos generales en lugar de emitir opiniones sobre casos específicos. Esto permite que actúen como una guía, proporcionando claridad y dirección en situaciones en las que existan dudas acerca de una normativa o cuando su aplicación no esté clara. Así, sirven como referente para resolver casos similares que presenten interrogantes en el ámbito de la valoración aduanera.

Queda una posibilidad abierta de realizar nuevas investigaciones en el ámbito del Derecho y Económico sobre el porcentaje que estas regalías representan en la recaudación fiscal y su impacto real versus la cantidad de horas hombre que tiene

que invertir SUNAT para el esfuerzo administrativo de seguimiento, sustentacion y imputaciones que tengan a bien realizar.



RECOMENDACIONES

Como posible solución al problema de desconocimiento de la aplicación de las regalías por el uso de marcas en el Perú o su incorrecta aplicación, se presentan algunas propuestas que podrían contribuir a la solución del problema:

Es imperativo que los importadores se interioricen en la normativa aduanera y busquen asesoría jurídica especializada, garantizando así el cumplimiento cabal de sus obligaciones y evitando contingencias legales que puedan afectar su operatividad y reputación en el mercado peruano.

Desarrollo por parte de SUNAT de programas de capacitación para importadores, particularmente para las PYMEs, enfocados en la correcta adición de derecho o canones en las declaraciones aduaneras.

Revisar y simplificar los procedimientos y formularios aduaneros para hacer más comprensible y sencilla la declaración de regalías.

Aumentar la capacidad operativa de la Aduana para supervisar y asegurar el acatamiento de los deberes relacionados con regalías. Esto podría incluir la adopción de tecnologías modernas para la revisión automatizada de declaraciones.

Lanzar campañas de sensibilización a nivel nacional que destaquen la importancia y las consecuencias de no declarar adecuadamente las regalías.

Revisar y actualizar las normativas vigentes para eliminar cualquier ambigüedad o interpretación errónea sobre la aplicación de regalías.

Implementar líneas de atención y plataformas en línea donde los importadores puedan consultar dudas o buscar aclaraciones sobre el pago de regalías.

Considerar la posibilidad de otorgar incentivos o beneficios a aquellas empresas que demuestren un historial limpio y consistente en el pago correcto de regalías.

Fortalecer acuerdos con otros países para compartir información y prácticas sobre el manejo de regalías, lo que puede ayudar a estandarizar y mejorar las prácticas a nivel internacional.



REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

Aaker, D. A. (2002). *Construir marcas poderosas*. DEUSTO.

Aguila Grados, C., & Gallardo Michelot, M. (2011). *El ABC del Derecho Propiedad Intelectual*. San Marcos.

Álvarez Amézquita, D. F., Salazar, Ó. E., & Padilla Herrera, J. C. (2015). Teoría de la propiedad intelectual. Fundamentos en la filosofía, el derecho y la economía. *Civilizar Ciencias Sociales y Humanas*, 15(28), 61-76. Recuperado el 27 de septiembre de 2023, de http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1657-89532015000100006&lng=en&tlng=es.

Girón Motta, C. M. (2006). *Función de la SAT en la aduana* [Tesis de Licenciatura, Contador Público y Auditor]. Facultad de Ciencias Económicas, Universidad de San Carlos de Guatemala.

Guerrero Gaitán, M. (2014). Los contratos de transferencia internacional de tecnología. América Latina, Estados Unidos y la Unión Europea (1st

ed.). Universidad del Externado.

<http://www.jstor.org/stable/j.ctv13vdfp2>

Hettinger, E. C. (1989). Justifying Intellectual Property. *Philosophy & Public Affairs*, 18(1), 31–52. <http://www.jstor.org/stable/2265190>

Jiménez, F. (2017). La teoría del derecho de contratos y su relación con la dogmática. *Revista Chilena de Derecho*, 44(2). <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-34372017000200395>

Kapferer, J.-N. (2012). *The New Strategic Brand Management*. Kogan Page Publishers.

McCarthy, J. Thomas, Dilution of a Trademark: European and United States Law Compared (November-December 2004). *Trademark Reporter*, Vol. 94, p. 1163, November-December 2004, Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=1350045>

Mendoza, H. (2017). La carga de la prueba en el procedimiento aduanero de duda razonable. [Tesis de maestría, Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Facultad de Derecho y Ciencia Política, Unidad de Posgrado]. Repositorio institucional Cybertesis UNMSM.

https://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12672/6661/Mendoza_lh.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Ministerio de Economía y Finanzas. (2021). *Análisis del rendimiento de los tributos 2022*.

https://www.mef.gob.pe/contenidos/tributos/doc/Analisis_rendimiento_tributos_2021.pdf

Ministerio de Economía y Finanzas. (2022). *Análisis del rendimiento de los tributos 2022*.

https://www.mef.gob.pe/contenidos/tributos/doc/Analisis_rendimiento_tributos_2022.pdf

Ordoñez Torres, J. J. F. (2009). *Impacto de las medidas de control en la declaración de los cánones y derechos de licencia (regalías) como parte del valor en aduanas* [Tesis de Magíster, Economía con Mención en Comercio Exterior]. Unidad de Postgrado, Facultad de Ciencias Económicas, Universidad Nacional Mayor de San Marcos.

<https://cybertesis.unmsm.edu.pe/handle/20.500.12672/2311>

Ortega, L. E. (2012). 100 Casos de Valoración Aduanera (1a ed.). Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria - Instituto de Administración Tributaria y Aduanera.

Otamendi, J. (2003). Derecho de Marcas. Editorial LexisNexis - Abeledo-Perrot.

Quimba Verdesoto, F. A. (2015). La valoración aduanera y su incidencia en los sistemas de control de los derechos de licencia o cánones en las importaciones a consumo en el distrito Guayaquil – marítimo, como parte del valor en aduana durante el período 2009 – 2013 (Trabajo de titulación). Tutor: Rendón Pérez, J. B. MSc. Guayaquil.
<http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/8353>

Rand, A. (1966). Capitalismo: El ideal desconocido. Signet

Rothman, J. E. (2007). The questionable use of custom in intellectual property. *Virginia Law Review*, 93(8), 1899-1982. <http://www.jstor.org/stable/25050402>

Salas Gómez, M. C., & Bartolo Guillermo, M. A. (2022). La jurisprudencia en la incidencia tributaria de la cesión de uso de marca comprendido en el catálogo de esquemas de alto riesgo fiscal. *Revista Lidera*, (17), 37-41.
<https://revistas.pucp.edu.pe/index.php/revistalidera/article/view/26672>