

Sunat sancionará falta del RUC en oferta de bienes y servicios desde el 2024

Mediante la *Resolución 000020-2023-SUNAT/70000*, publicada el 28 de junio del 2023, se dispuso que la **Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (Sunat)** aplique la facultad discrecional de no sancionar a los contribuyentes por no consignar el número de RUC en la documentación mediante la cual se oferte bienes y/o servicios, en el periodo comprendido entre el 1 de julio y el 31 de diciembre del 2023.

La referida infracción, tipificada en el *numeral 9 del artículo 173 del Código Tributario*, fue establecida por el *Decreto Legislativo N°1524*, que modificó el *Decreto Legislativo 943 – Ley del Registro Único de Contribuyentes*, disponiendo que el número de RUC debe ser consignado en toda la documentación mediante la cual se oferten bienes y/o servicios, incluidos aquellos casos en los que la oferta se realice utilizando plataformas digitales de comercio electrónico, redes sociales, páginas web, correos publicitarios, aplicaciones móviles, entre otros.

En consecuencia; si bien la obligación señalada sí entró en vigencia el pasado mes de julio, la **Sunat**, en uso de sus facultades, ha decidido no aplicar sanciones por su incumplimiento dentro del plazo indicado, con el objeto de permitir que los contribuyentes puedan adecuarse a las nuevas obligaciones. Es decir, las sanciones recién se aplicarían desde el 2024.

Facultades de Indecopi

La obligación establecida mediante el **Decreto Legislativo N°1504**, también podría tener consecuencias en el ámbito de la competencia desleal, desde el Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (Indecopi).

En efecto, el *artículo 17 del Decreto Legislativo N°1044, Ley de Represión de la Competencia Desleal*, señala, en relación a los actos de competencia desleal desarrollados mediante la actividad publicitaria, que las acciones contra el principio de legalidad *“consisten en la difusión de publicidad que no respete las normas imperativas del ordenamiento jurídico que se aplican a la actividad publicitaria”* y que *“constituye una inobservancia de este principio el incumplimiento de cualquier disposición sectorial que regule la realización de la actividad publicitaria respecto de su contenido, difusión o alcance”*.

En ese sentido, Indecopi tiene facultades para sancionar la realización de actos de competencia desleal aplicando desde una amonestación, si es que el acto no ha producido una afectación real en el mercado, **hasta la ampliación de una multa equivalente a 700 UIT (con un tope máximo del 10% de los ingresos brutos del infractor)**.

Al respecto, cabe indicar que no existe ninguna norma que suspenda la facultad del Indecopi de fiscalizar y sancionar por el incumplimiento de la obligación de consignar el RUC y

la razón social en todas las ofertas de bienes y servicios.

Proyecto de ley busca su derogación

Debido a las numerosas críticas que ha recibido la nueva obligación de consignar el número de RUC en la documentación mediante la cual se oferte bienes y/o servicios, y que entró en vigencia el 1 de julio último, la congresista Adriana Tudela presentó el **Proyecto de Ley N°5434/2022-CR**, que busca eliminar la obligación de consignar el RUC y la razón social, incorporada en el *Decreto Legislativo N°903, Ley del registro Único de Contribuyentes – RUC*.

En esa línea, señala que el objetivo es *“proteger la libertad de los emprendimientos digitales para ofertar sus productos y servicios conforme a las estrategias y metodologías de marketing internacionales y al amparo de su derecho sobre su propiedad y reputación marcaría, de conformidad con la normativa nacional, comunitaria andina y convencional mercantil”*.

Dicho proyecto se encuentra derivado a la Comisión de Economía, Banca, Finanzas e Inteligencia Financiera del Congreso de la República, pendiente de ser dictaminado.

Observaciones a la obligación de consignar el RUC y la razón social

- **La norma genera sobrecostos a empresas que ya son**

formales

Se sabe que el objetivo inicial de la norma fue propiciar la formalidad de aquellos que realizan actividades económicas mediante la venta de bienes y servicios a través de medios digitales, pero que lo hacen al margen de la formalidad, incluso sin inscribirse en el RUC. Sin embargo, tal como salió publicada la norma, abarca a todas las empresas sin ninguna distinción, perdiendo su foco inicial.

En esa línea, el **objetivo inicial** apuntaba a que el segmento de ***influencers*** y, en general, de ventas a través de medios digitales, que generan rentas empresariales, muchas veces no declarada, se formalice, siendo, para ello, el primer paso que obtengan su número RUC, tal como se reguló en la legislación colombiana. No obstante, la norma nacional comprende a todo tipo de oferta de bienes y servicios, sea esta por medios físicos como por medios digitales.

▪ La norma tiene vacíos que dificulta su aplicación generando contingencias

Por ejemplo, no se especifica el tamaño de letra mínimo, la ubicación de la información, la distinción entre una oferta propiamente dicha (bien determinado, precio, destinatario) y un anuncio publicitario de carácter general. Asimismo, no permite distinguir en muchos casos quién es el obligado, pudiendo ser quien realiza de manera directa la oferta de un producto ajeno, o el fabricante o comercializador del producto.

La norma tampoco determina, en el caso de anuncios que involucran múltiples productos a la vez en una misma pieza

gráfica, cómo se consignarían los números de **RUC** que podrían estar involucrados.

De otro lado, en el caso de los videos que involucran diferentes anuncios tampoco se especifica cuál es el tiempo de aparición de la información, etc.