

Proyecto de Ley de lucha contra el fraude fiscal

Medidas para incentivar el cumplimiento voluntario de las obligaciones tributarias



DANIEL OLÁBARRI

Abogado de Fiscal de Pérez-Llorca

Pérez-Llorca

El pasado 23 de octubre de 2020 se publicó en el Boletín Oficial de las Cortes Generales el Proyecto de Ley de medidas de prevención y lucha contra el fraude fiscal. Se inicia así finalmente el recorrido parlamentario de una norma que, pese a que su anteproyecto fue sometido a información pública a finales de 2018, había visto demorada su tramitación por la doble convocatoria de elecciones generales en 2019, primero, y por la crisis provocada por la COVID-19, después.

El Proyecto de Ley incluye modificaciones, de diferente calado, en los prin-

cipales tributos del sistema impositivo español, pero es la Ley General Tributaria la que se ve afectada en una mayor medida. Entre las muchas propuestas contempladas en el Proyecto, analizaremos dos de ellas relacionadas con la labor recaudatoria de la Administración y que tienen, como objetivo principal, incentivar el rápido y voluntario cumplimiento de las obligaciones tributarias.

Reforma del sistema de recargos por declaración extemporánea

La primera de ellas es la reforma del sistema de recargos por declaración extemporánea. Se trata, sin duda, de una de las propuestas de mayor impacto del Proyecto, pues modifica de manera profunda una institución de gran arraigo en nuestro Derecho tributario y que había permanecido prácticamente inalterada desde su introducción en el año 1995.

En concreto, el Proyecto de Ley prevé la sustitución de los porcentajes actuales de recargo (que oscilan entre el 5 % y el 20 %) por un sistema de recargos crecientes del 1 % por cada mes de retraso en la presentación de la autoliquidación

o declaración. Así, la presentación de una autoliquidación durante el primer mes después de finalizado el plazo establecido implica la imposición de un recargo del 1 %, mientras que si dicha presentación se realiza entre uno y dos meses después del plazo fijado el recargo será del 2 %, y así sucesivamente. En caso de que la autoliquidación o declaración se presente con un retraso superior a doce meses, el recargo a aplicar será del 15 % en todo caso. Debe señalarse que estos nuevos porcentajes de recargo continuarán siendo compatibles con la reducción del 25 % por pronto pago.

No obstante, quizá la reforma más relevante sea la inclusión de un supuesto de inexistencia de recargo cuando, mediante la presentación extemporánea, se regularicen períodos de un concepto impositivo por los mismos hechos por los que la Administración hubiera regularizado otros períodos distintos, sin haber impuesto sanción. Se pretende así que, una vez la Administración fije, para un determinado ejercicio, un criterio en el marco de un procedimiento de aplicación de los tributos, sea el propio contribuyen-

te quien, dentro de un plazo de seis meses, voluntariamente lo incorpore al resto de ejercicios no prescritos, ingresando el importe correspondiente, sin necesidad de esperar a que sea la propia Administración la que tenga que iniciar un nuevo procedimiento.

Efectos de las segundas y ulteriores solicitudes de aplazamiento, fraccionamiento, compensación o suspensión

La segunda de las modificaciones contribuirá a reducir la litigiosidad en una materia que, en un contexto de crisis económica y dificultades para el cobro de las deudas, estaba ganando creciente importancia: los efectos de las segundas y ulteriores solicitudes de aplazamiento, fraccionamiento, compensación o suspensión.

Denegada una de estas solicitudes formalizada en período voluntario de pago, se otorga al contribuyente un nuevo plazo de ingreso antes del inicio del período ejecutivo. No obstante, en el supuesto de que, durante este nuevo plazo de ingreso, el contribuyente plantease otra solicitud de

aplazamiento, fraccionamiento, compensación o suspensión, la Ley General Tributaria no aclaraba, de manera indubitada, si esa nueva solicitud impedía el inicio del período ejecutivo en tanto no hubiese resolución denegatoria.

Esta falta de claridad en la normativa posibilitaba que los contribuyentes encadenasen sucesivas solicitudes de aplazamiento, fraccionamiento, compensación y suspensión, retrasando de manera casi indefinida la ejecutividad de sus deudas tributarias, sin que los tribunales hubieran resuelto de manera firme y reiterada si esas sucesivas solicitudes impedirían el inicio del período ejecutivo.

Ante esta situación de incertidumbre, y el abuso que algunos contribuyentes aparentemente hacían de ella, el Proyecto de Ley zanja de manera definitiva la polémica y establece que las solicitudes de aplazamiento, fraccionamiento, compensación y suspensión formalizadas durante el período de ingreso abierto con la notificación de la denegación de una solicitud anterior no impedirán el inicio del período ejecutivo. Se trata, sin duda, de una medida que limitará la capacidad de los contribuyentes de retrasar el momento de pago de sus deudas tributarias.

En definitiva, nos encontramos ante dos medidas cuya finalidad principal es incentivar a los contribuyentes al pago rápido y voluntario de sus deudas tributarias. Está por ver si la situación económica actual permite a los contribuyentes disponer de la liquidez suficiente para hacerlo.



ÁLVARO PÉREZ LLUNA

Abogado y socio de Demarks



El pasado 11 de noviembre de 2020 el Tribunal de Justicia de la Unión Europea ha dictado sentencia relativa a un procedimiento de oposición contra una marca de la Unión Europea que había sido solicitada sin autorización por un distribuidor, profundizando en varios extremos que son relevantes para que pueda prosperar una impugnación en este tipo de casos.

Se daba una circunstancia relativamente inusual, que complica la situación para el titular de la marca originaria, como es que la marca que el distribuidor había solicitado registrar no era idéntica.

En concreto la marca cuyo registro se solicitaba por el distribuidor en la Unión Europea era el signo denominativo MINERAL MAGIC, mientras que la marca que había estado distribuyendo previamente era una marca estadounidense denominada MAGIC MINERALS BY JEROME ALEXANDER.

El problema de las marcas solicitadas sin autorización por un distribuidor comercial

El artículo 8, apartado 3, del Reglamento n.º 207/2009 dispone que, mediando oposición del titular de la marca, se denegará el registro de una marca cuando el agente o representante del titular de la marca solicite su registro en su propio nombre y sin el consentimiento del titular, a no ser que el agente o representante justifique su actuación, y no precisa expresamente si se aplica únicamente cuando la marca solicitada por el agente o representante es idéntica a la marca anterior o si también alcanza supuestos en que las marcas en conflicto sean similares.

Interpretación del TJUE

El tribunal establece en su sentencia al respecto que no se puede dar por buena una interpretación según la cual, por el hecho de no mencionarse en el citado precepto la identidad o la similitud entre la marca anterior y la marca solicitada por el agente o representante del titular de la marca anterior, la aplicación del mismo se limita exclusivamente a los supuestos de identidad.

Esa interpretación tendría como paradójica consecuencia que el titular de la marca anterior se vería privado de la posibilidad de oponerse, sobre

la base del artículo 8, apartado 3 de dicho Reglamento, al registro de una marca similar por parte de su agente o representante, mientras que el agente o representante, una vez efectuado tal registro, estaría facultado, en virtud del artículo 8, apartado 1, letra b) del mismo Reglamento, para formular oposición a la posterior solicitud de registro de la marca inicial por parte de ese titular, en base a la similitud de esta marca con la marca registrada por el agente o representante de ese mismo titular.

La finalidad de la disposición que comentamos es evitar que el agente o el representante del titular de una marca se apropie indebidamente de esta, puesto que estos últimos pueden explotar los conocimientos y la experiencia adquiridos durante la relación comercial que los vinculaba a ese titular y sacar provecho indebido de los esfuerzos y de la inversión que este realizó.

Y en la resolución se puntualiza que no cabe considerar que tal apropiación indebida solo pueda producirse en los casos en que las marcas en liza sean idénticas, y no en los casos en que las marcas en conflicto sean similares.

Por otra parte, destaca el tribunal que teniendo en cuenta la citada

finalidad del precepto, la consecución de ese objetivo requiere una interpretación amplia de los conceptos de «agente» y de «representante», a efectos de dicho artículo.

Esos dos conceptos comprenden por tanto diferentes supuestos de representación de los intereses de una parte por otra, debiendo interpretarse de manera que incluyan todas las formas de relación basadas en un acuerdo contractual en virtud del cual una de las partes representa los intereses de la otra.

De esta forma, es suficiente que exista entre las partes un acuerdo de cooperación comercial que pueda crear una relación de confianza, imponiendo al solicitante de la marca, expresa o implícitamente, una obligación general de confianza y de lealtad con respecto a los intereses del titular de la marca anterior.

En este caso existía un contrato de distribución en virtud del cual ambos habían acordado que el titular de la marca originaria suministraría a aquella sociedad los productos a comercializar con dicha marca, y que el distribuidor se encargaría de distribuir en el ámbito de la Unión y en todo el mundo los productos del titular de la marca anterior.

Además, del contrato se deducía que, si bien no era exclusivo, al menos era un distribuidor preferente de los mencionados productos, así como incluía una cláusula de no competencia y disposiciones relativas a los derechos de propiedad industrial del titular de la marca anterior con respecto a esos mismos productos; también se toma en consideración que el último pedido del distribuidor era de tan solo unos meses anterior a que tuviera lugar la presentación de la solicitud de registro de la marca del distribuidor.

Conclusiones

En definitiva se derivan relevantes conclusiones sobre los factores relevantes en estos frecuentes casos, como son que no necesariamente han de ser idénticos los signos, no siendo tampoco precisa la identidad de productos, y que la naturaleza de la relación contractual existente no se limita a la de agentes o representantes como tales formalmente o *stricto sensu*, sino que abarca los restantes tipos de relaciones de cooperación comercial que conlleven una confianza y deber de lealtad implícitos.

Curso sobre Workshop online de precios de transferencia

Los precios de transferencia constituyen probablemente el **área fiscal con mayor incidencia** en el trabajo desarrollado por las **empresas**. Ello se debe a la **velocidad de los cambios** que se producen en dicha área, así como el desarrollo mundial de la digitalización de la economía. Al mismo tiempo, la **OCDE** y la **UE**, entre otros organismos, siguen trabajando en los **retos** que plantea la **economía digital** con el **impacto** que tendrá en las **políticas de precios de transferencia** de las compañías.

PVP 550€ +IVA
(Consultar promoción vigente)

FORMACIÓN **E-LEARNING**
<https://www.thomsonreuters.es/es/tienda.html>

