

Los beneficios tributarios de las marcas

Cuando hace 5 años realizamos en Compassbranding el primer estudio sobre las marcas más valiosas de Colombia, éste era un tema novedoso y no fue fácil explicar cómo un intangible podía representar una parte importante del valor de una empresa. Pero hoy es un lugar común decir que las marcas son valiosas.

Otra muestra de la importancia de las marcas, pero tal vez menos conocida entre la comunidad empresarial, es el reconocimiento de las autoridades tributarias sobre el valor de las marcas. En la mayoría de los países del mundo, incluida Colombia, las normas fiscales permiten tener en cuenta los intangibles (incluidas las marcas) para determinar la renta gravable. La principal posibilidad de aprovechar las marcas para estimar el nivel de tributación, se da en la determinación de la ganancia proveniente de la adquisición de una empresa por otra. En Colombia se permite deducir hasta el 30 por ciento del valor de los intangibles que una empresa reportó en la declaración de renta el año anterior a la transacción.

Esto es de suma importancia para Colombia pues a manera de ejemplo, según Proexport durante el año 2005 nuestro país ocupó el segundo lugar de la región después Brasil en materia de fusiones y adquisiciones, con 14 transacciones que sumaron 10.200 millones de dólares (tomado del informe electrónico de Proexport del 19 de febrero del 2007, el cual cita como fuentes a PORTAFOLIO y Latin Business Chronicle). En

Fernando
Gastelbondo
Presidente,
Compassbranding



“ El beneficio concreto de cuantificar el valor de sus marcas, para los propietarios de las empresas vendidas es una reducción de su ganancia ocasional”.

muchas de estas adquisiciones de empresas, el precio pagado supera con creces su valor patrimonial, generando una significativa ganancia ocasional. El estatuto tributario contempla que el valor de estos intangibles debe sustentarse de manera técnica. La pregunta de fondo es ¿por qué se pagan sumas muy superiores al valor patrimonial registrado en la contabilidad de las empresas? Una primera respuesta puede afirmar que simplemente se sobrestimó la oportunidad del momento y se pagó de más por la empresa adquirida. Nada más alejado de la realidad. Las grandes adquisiciones son fruto de un juicio análisis mediante el cual se pronostica lo que el comprador espera obtener

en el futuro con la compra de una empresa y un buen porcentaje de estas utilidades futuras no se atribuyen a los activos tangibles (propiedad, planta, equipo y capital de trabajo), sino a los ingresos que se esperan obtener con el uso eficiente de los activos intangibles, dentro de los cuales las marcas juegan cada vez más un papel destacado. La única razón por la cual las empresas no contabilizan sus marcas en los estados financieros es porque éstas han sido formadas internamente a lo largo del tiempo y su valoración es muy compleja. Pero al venderse una empresa por una cuantía superior a su valor en libros, queda en evidencia el valor de las marcas y otros intangibles, además de un posible *goodwill* que el comprador está dispuesto a reconocer porque considera que bajo su control y dirección puede generar utilidades superiores a las obtenidas en el pasado, mediante sinergias con su actual negocio o el uso más eficiente de sus recursos.

El beneficio concreto de cuantificar el valor de sus marcas, para los propietarios de las empresas vendidas es una reducción de su ganancia ocasional, y por lo tanto, un menor impuesto de renta. Para las empresas que adquieren otros negocios, es la oportunidad de actualizar el valor de los intangibles de la empresa adquirida lo cual les permite reflejar en los Estados Financieros un valor patrimonial más acorde con la realidad del mercado y con otros beneficios tributarios potenciales a través de la amortización de estos activos intangibles adquiridos.