

**APLICACIÓN PRÁCTICA:**  
**LA DEFINICION DEL MÉTODO EN**  
**TRANSFER PRICING**

CP SUSANA RIZZO

# PRINCIPIOS GENERALES Y LINEAMIENTOS

1- STANDARD «ARM'S LENGTH»= la misma operación en las mismas condiciones ➡ operación comparable en condiciones comparables. Se debe armar un RANGO ARM'S LENGTH.

2- BEST METHOD RULE: se debe buscar el RESULTADO MÁS CONFIABLE ➡ comparabilidad de operaciones a testear y operaciones comparables; calidad de los datos utilizados y presunciones

3- ANÁLISIS DE COMPARABILIDAD: depende de 5 factores:

- Funciones y recursos asociados a esas funciones
- Términos contractuales
- Riesgos
- Condiciones económicas
- Semejanza de bienes o servicios, comparabilidad: por ej: contenido intangible?

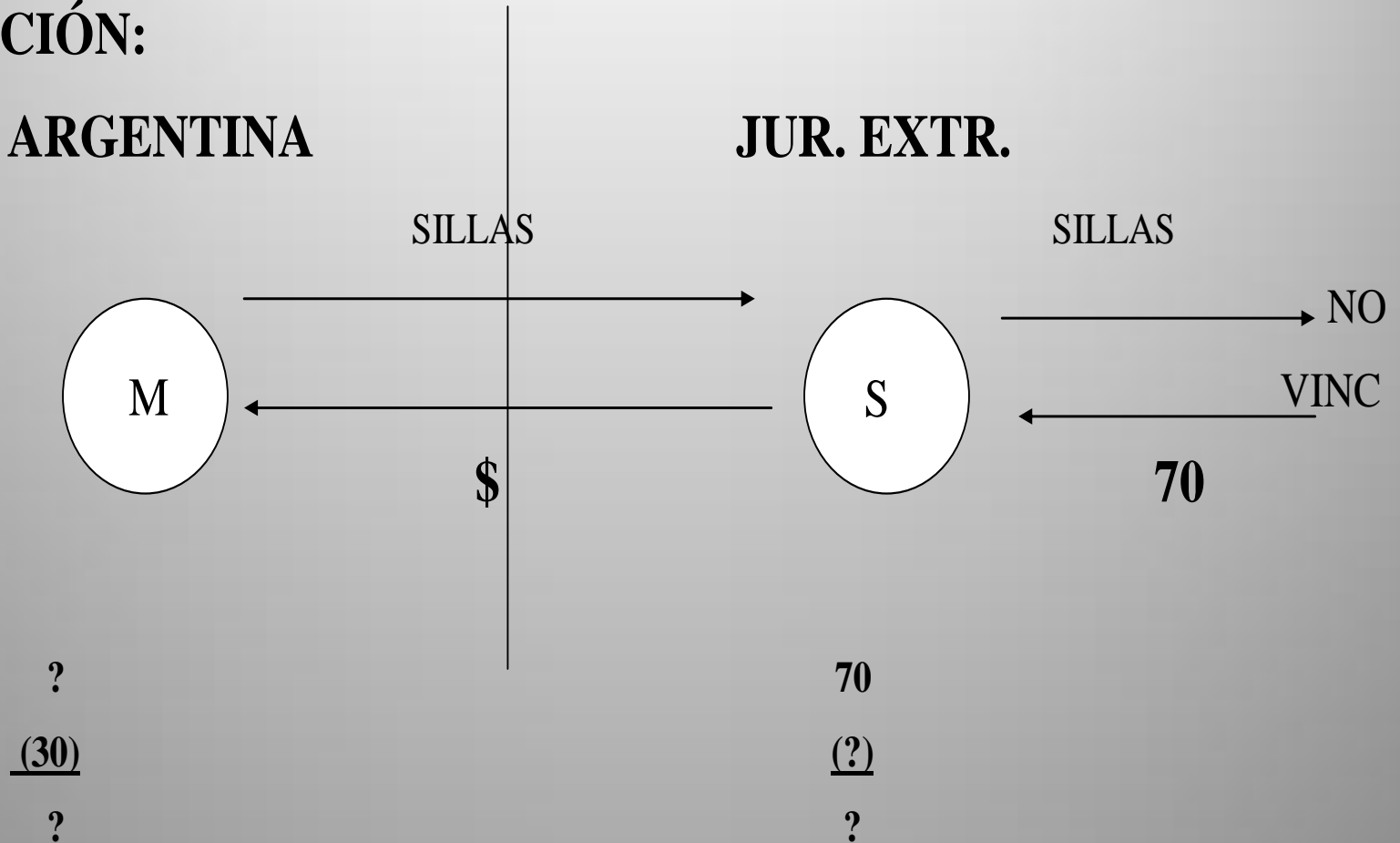
•

## CUP (COMPARABLE UNCONTROLLED METHOD)

SITUACIÓN:

ARGENTINA

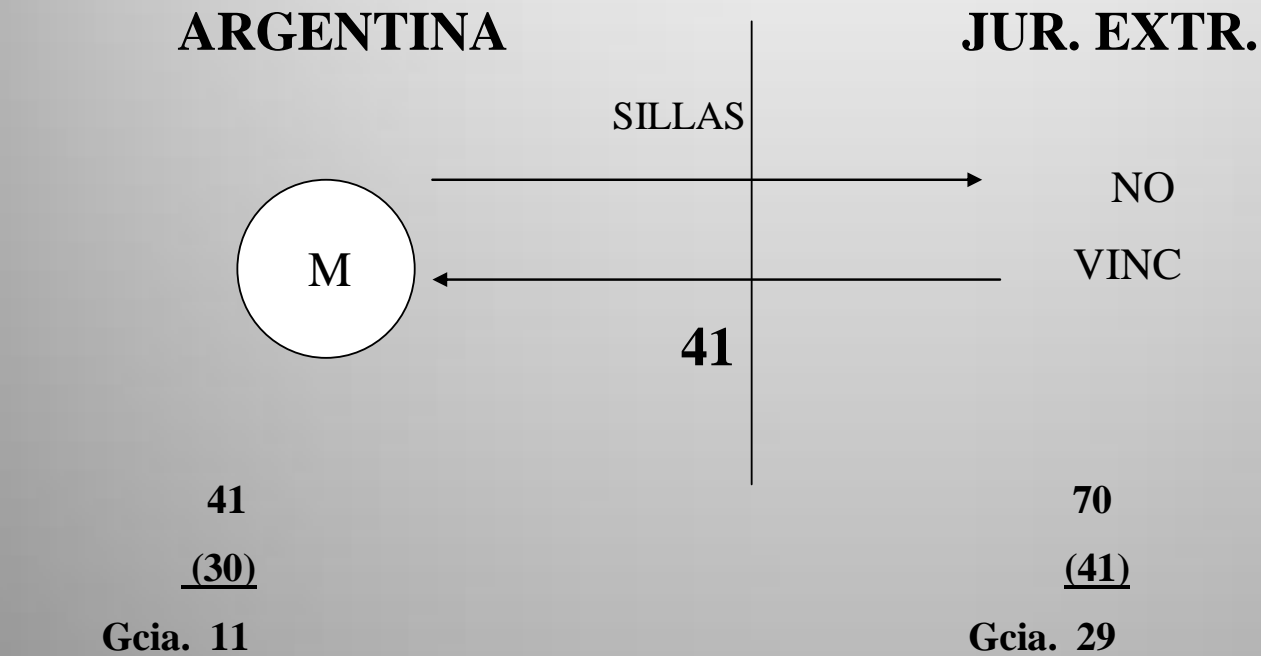
JUR. EXTR.



•

**SOLUCIÓN:**

(si las condiciones de venta son equivalentes)



PRECIO EN CONDICIÓN ARM'S LENGTH= 41

•

## **DISTINTOS TIPOS DE CUP:**

- **CUP (COMPARABLE UNCONTROLLED PRICE): BIENES TANGIBLES**
- **CUT (COMPARABLE UNCONTROLLED TRANSACTION): INTANGIBLES**
- **CUSP (COMPARABLE UNCONTROLLED SERVICE PRICE): SERVICIOS**

1. **TODO FISCO SOSPECHARÁ SI SE DESCARTA UN CUP**
2. **SI SE PUEDE APLICAR, MENCIONARLO SIEMPRE. EXPLICAR MOTIVOS DE DESCARTE: MUY POCA CANTIDAD DE TRANSACCIONES, CIRCUNSTANCIAS ATÍPICAS, AJUSTES IMPRACTICABLES....**

•

## ANÁLISIS FUNCIONAL PARA EL CUP

- **NO SE REQUIERE UN ANÁLISIS COMPLETO**
- **CONCENTRARSE EN EL BIEN (TANG, INTANG, O SERVICIO),**

**1. CARACTERÍSTICAS**

**2. TÉRMINOS CONTRACTUALES**

**3. VOLÚMENES**

**4. TIEMPOS DE ENTREGA, OTROS TIEMPOS**

**5. MERCADOS**

**6. INCLUYE SEGUROS, FLETES....?**

## **EL CUT DE INTANGIBLES**

- ES MUY DIFÍCIL ENCONTRAR TRANSACCIONES COMPARABLES INTERNAS (no se venden a cualquiera las “joyas” de la corona)

DEBIDO A ELLO:

- 1.Regalías entre terceras partes (CUT Externo)
- 2.Para una regalía cobrada puede utilizarse el porcentaje de regalía que paga esa misma parte testada, por otro intangible que en lugar de vender, compra. Por lo menos, representa alguna evidencia en cuanto a las tasas de regalía que se consideran aceptables en esa industria.

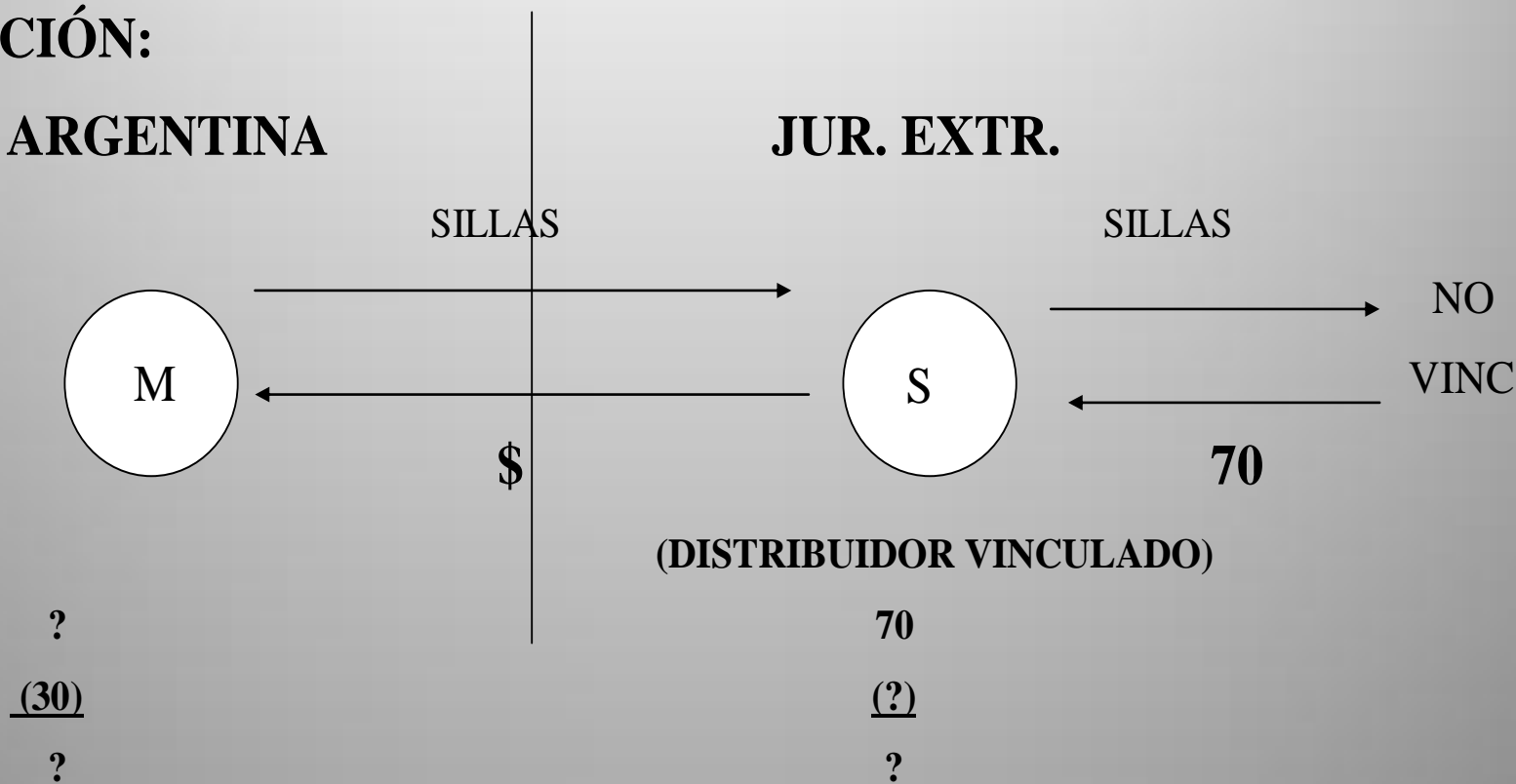
•

## RPM (RESALE PRICE METHOD)

SITUACIÓN:

ARGENTINA

JUR. EXTR.





•

## SOLUCIÓN:

- Encuentro distribuidores de sillas que compren de fabricantes “no vinculados” y calculo, un promedio de ganancia sobre el precio de venta. Luego aplico ese margen a la empresa que estoy testeando.

Distribuidor Independiente:

Balance:	VENTAS	2000
	COSTO	1600
	MARGEN	400 = 20 % sobre 2000

Si fuera el promedio de varios distribuidores independientes:

$$70 \times 20 \% = 14 \longrightarrow \text{ganancia}$$

$$70 - 14 = 56 \longrightarrow \text{precio “arm’s length”}$$

•

## **La experiencia en TP indica:**

- Distribuidor controlado que le compra a proveedores vinculados y no vinculados
- Productos no tan similares como para usar el CUP
- Productos que se venden en forma separada (los que se compran a no vinculados deben no ser complementarios ni suplementarios de los que se compran a vinculados)
- Operatoria que denota funciones y riesgos similares
- El RPM se aplica a operaciones internas, ya que si hacemos un RPM con información financiera externa es muy poco el esfuerzo que hace falta para transformarlo en un CPM, y se considera que de hecho se transforma en CPM.
- El ANÁLISIS FUNCIONAL para RPM es el más complejo (junto con el CP) ya que se requiere concentrarse tanto en el producto, como en las funciones y riesgos de las empresas comparables, especialmente en las funciones que dan lugar al costo de la mercadería vendida, que son los que se tienen en cuenta en la fórmula.
- IRS: tiene un prejuicio en contra de la aplicación de este método, cuando los márgenes brutos son muy buenos y los netos se transforman casi en negativos.

# CPM (COST PLUS METHOD)

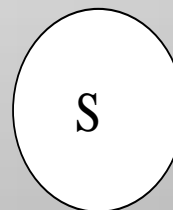
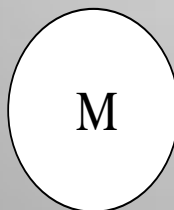
SITUACIÓN:

ARGENTINA

JUR. EXTR.

SILLAS

SILLAS



NO  
VINC

\$

70

?

70

Costo Prod (30)

(?)

?

?

•

## SOLUCIÓN:

- Encuentro fabricantes de sillas que vendan a distribuidores “no vinculados” y calculo un promedio de margen sobre el costo de producción. Luego aplico ese margen a la empresa que estoy testeando.

Fabricantes no vinculados:

Balance:	VENTAS	300
	COSTO	200
	MARGEN	100 = 50 % sobre 200

Si fuera el promedio de varios fabricantes independientes:

$$30 \times 50 \% = 15 \longrightarrow \text{margen}$$

$$30 + 15 = 45 \longrightarrow \text{precio “arm’s length”}$$

•

## ANÁLISIS DEL CP:

- Las mismas consideraciones que para el RPM. Son el mismo método, desde la “otra punta” de la transacción.
- **Se usa cuando un productor le vende su producción tanto a vinculados como a no vinculados, y no puede aplicarse el CUP, debido a la impracticabilidad de ajustes por variaciones en los bienes transados.**
- Ej: dos productores a pedido, que no usan para su producción un intangible valioso y único, y produce para un comprador vinculado y otro no vinculado bienes que no son iguales, pero con requerimientos de mano de obra similar, la intensidad del uso de capital similar, equipamiento similar (o bien entregado por el comprador que necesita otro específico).
- Análisis funcional: similares consideraciones que el RPM

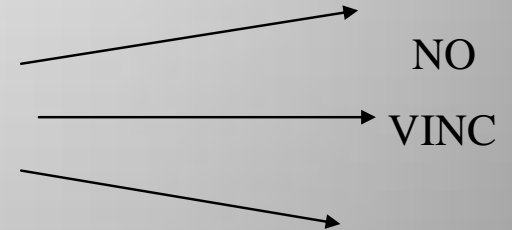
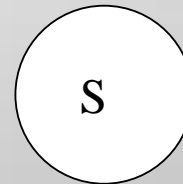
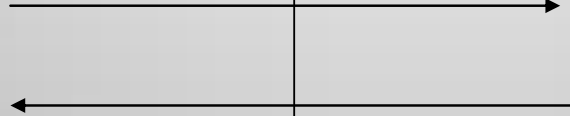
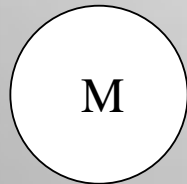
•

## PROFIT SPLIT

### SITUACIÓN:

ARGENTINA

JUR. EXTR.



- **M** y **S** son compañías vinculadas
- **M** hace Investigación y Desarrollo y usa procesos patentados para fabricar determinados productos farmacéuticos que luego vende a **S**
- **S** efectúa el packaging para venta por menor y le agrega la marca. Luego se integra en una extensiva operación de marketing.

- M no vende a no relacionados
- No se pudieron localizar agentes independientes que vendan a otros agentes independientes productos equivalentes.
- Los productos vendidos por S no son comparables a otros productos vendidos por partes independientes.

<b>BALANCE CONSOLIDADO M + S</b>	<b>GANANCIA TOTAL= 70</b>
----------------------------------	---------------------------

<b>VARIABLE</b>	<i>TOTAL</i>	<i>M</i>	<i>S</i>
Remunerac	200	100	100
Ventas	300	200	100
Activos	500	300	200
	1000	600	400
		60%	40%
<b>GANANCIA</b>	70 * 60%=42	70 * 40%=28	

•

## COMPARABLE PROFIT METHOD (MNT?)

**T** empresa a testear

**A y B** empresas elegidas como comparables

- No vinculadas entre sí
- No vinculadas con **T**

$$\text{A} \quad \text{rentabilidad} = \frac{\text{utilidad operativa}}{\text{capital de trabajo}} = \frac{200}{1000} = 0.2$$

$$\text{B} \quad \text{rentabilidad} = \frac{\text{utilidad operativa}}{\text{capital de trabajo}} = \frac{300}{1000} = 0.3$$

**T** Capital de trabajo = \$ 200.000, el rango de utilidades aceptable será desde:

$$200.000 \times 0.2 = \boxed{40.000} \text{ hasta}$$
$$200.000 \times 0.3 = \boxed{60.000}$$



•

## **CPM Y MNT SON TAN DIFERENTES?**

- Si un mismo contribuyente realiza dos actividades completamente diferentes (por ejemplo: minería y fletes) tanto la OCDE como las normas de USA requerirán que se analicen dichas transacciones de manera separada.
- En la mayor parte de las ocasiones, debido a la forma de efectuar las registraciones contables, la separación de gran parte de los gastos deberá hacerse por una estimación en base a las ventas o a otro parámetro similar, por lo cual, al efectuarse estas estimaciones, el análisis se transforma en sospechoso o inexacto para considerar cada actividad individual.

•

## **LOS PLI (PROFIT LEVEL INDICATORS)**

- ROA (return on operating assets):  $\text{Operating profits} / \text{operating assets}$
- OM (operating margin):  $\text{Operating profits} / \text{Sales}$
- BERRY RATIO:  $\text{Gross Profit} / \text{Operating Expenses}$
- RTC (return on total costs):  $\text{Operating Profits} / \text{Total Costs}$

### **ROA**

- Bajo condición de Perfecta Competencia: el capital fluiría desde actividades con bajo retorno a actividades con altos retornos hasta que el retorno al capital ajustado por riesgo se ecualice. De ahí que el ROA sea el mejor índice, siempre y cuando todos los riesgos sean tenidos en cuenta, aunque no se cumplan las mismas funciones.
- En las normas de USA se requiere menos comparabilidad si se usa el ROA
- este PLI es más confiable si los activos juegan un papel fundamental en la generación de ingresos.
- Por eso el ROA no se usa para servicios: menores diferencias en una base pequeña de activos pueden producir enormes diferencias en el resultado.

•

- Algo similar sucede para distribuidores. Sus activos son principalmente inventarios y cuentas por cobrar, rubros muy influenciados en diferentes ciclos económicos. Por lo tanto para usar ROA en distribuidores es necesario hacer análisis plurianuales y tener en cuenta estos “ciclos”
- Las normas de USA establecen que al usar ROA se deberán tener en cuenta que los activos sean similares para todos los comparables, sino el análisis no será confiable.
- Existe la posibilidad de efectuar ajustes cuando los activos no son similares: los ajustes más comunes son
  1. ajustes en cuentas por pagar
  2. ajustes en cuentas por cobrar
  3. ajustes en mantenimiento de inventarios

**Todos se basan en el mismo concepto:**

Si un productor concede grandes plazos para que le paguen, o bien mantiene un enorme inventario, debe trasladar la diferencia de costo financiero a sus clientes en el precio del producto que les vende. Pero el cliente puede estar dispuesto a pagar esa diferencia siempre y cuando no le convenga tomar un crédito para pagar al contado. Por eso se usa la tasa de interés para hacer ajustes por diferencia de inventario y de cuentas por pagar o cobrar.

•

## **OM** (OP/S)

Se usa para distribuidores, o sea cuando se podría usar el RPM pero las funciones no resultan comparables y no pueden hacerse los ajustes contables correspondientes, por lo cual se pasa al método CPM

Se hacen ajustes también cuando los activos netos corrientes operativos ( o sea inventario más cuentas por cobrar menos cuentas por pagar) son diferentes entre las empresas comparables.

El ajuste también tiene en cuenta los costos financieros implícitos.

•

## **RATIO BERRY**

(GP/OE)

- Cuando distribuidor asume pocos riesgos, efectúa en general pocas funciones (como en Du Pont)
- Cuando una empresa vende un producto intermedio o materia prima al que no le agrega un valor esencial, ya que ejerce escasa actividad de marketing y escaso servicio al cliente (distribuidores de productos electrónicos en los que el cliente trata casi directamente con el productor para negociar sobre las especiales características de las MP que necesita para incorporar a su producción)

Lo relevante es considerar si su utilidad bruta es apropiada en relación a sus limitados gastos operativos.

## **RTC**

(OP/TC)

Produce similares resultados que el OM pero cuando la parte testeada es un proveedor de servicios o bien un productor.

## ANEXO V RESOLUCION GENERAL N° 1122

### **DETERMINACION DE LA MEDIANA Y DEL RANGO INTERCUARTIL**

Se deben ordenar los precios, montos de las contraprestaciones o márgenes de utilidad en forma ascendente de acuerdo con su valor.

A cada uno de los precios, montos de las contraprestaciones o márgenes de utilidad se le asignará un número de orden entero secuencial, iniciando en la unidad y terminando con el número total de elementos que integran la muestra.

El número de orden del precio, monto de la contraprestación o margen de utilidad correspondiente a la mediana se obtendrá adicionando la unidad al número total de elementos que integran la muestra de precios, montos de las contraprestaciones o márgenes de utilidad, y a dicho resultado se lo dividirá por DOS (2).

El valor de la mediana se determinará ubicando el precio, monto de la contraprestación o margen de utilidad correspondiente al número entero secuencial del resultado obtenido en el punto anterior.

Cuando el resultado obtenido en el punto 3. sea un número formado por entero y decimales, el valor de la mediana se determinará de la siguiente manera:

4.1. Se obtendrá la diferencia, en valores absolutos, entre el precio, monto de la contraprestación o margen de utilidad, cuyo número de orden corresponda al número entero del resultado obtenido en el punto 3. y el precio, monto de la contraprestación o margen de utilidad inmediato superior, considerando su valor.

4.2. El resultado obtenido en el punto 4.1. se multiplicará por los decimales del resultado obtenido en el punto 3. y se le adicionará el precio, monto de la contraprestación o margen de utilidad cuyo número de orden corresponda al número entero del resultado obtenido en el punto 3.

# EJEMPLO MEDIANA

OBSERVAC	PRECIO			OBSERVAC	PRECIO
1	6			1	6
2	8			2	8
<b>3</b>	<b>10</b>	MEDIANA		3	10
4	12			4	12
5	13			5	13
				6	14
5+1=6					
6/2= 3				6+1=7	
				7/2= 3,5	
				12-10=2	
				2*0,5=1	
				<b>10+1=11</b>	<b>MEDIANA</b>

# DIFERENCIAS POR PRECIOS FUERA DEL RANGO

Si el precio, el monto de la contraprestación o el margen de utilidad fijado por el contribuyente se encuentra **dentro del rango intercuartil**, dichos precios, montos o márgenes se considerarán como pactados entre partes independientes.

**En su defecto**, se considerará que el precio, el monto de la contraprestación o el margen de utilidad que hubieran utilizado partes independientes, es el que corresponde a la mediana disminuida en un CINCO POR CIENTO (5%) -para el caso en que el precio o monto de la contraprestación pactados o el margen de la utilidad obtenida sea menor al valor correspondiente al primer cuartil-, o la mediana incrementada en un CINCO POR CIENTO (5%) -para el caso en que el precio o monto de la contraprestación pactados o margen de utilidad obtenida sea mayor al valor correspondiente al tercer cuartil-.



# CALCULO DE DIFERENCIAS A FAVOR DEL FISCO

					<u>Comparables</u>	
<u>Precios de exportación de los productos a testear</u>					<b>OBSERVAC</b>	<b>PRECIO</b>
Factura	Precio Unit				1	6
Fact E 206	6				2	8
Fact E 209	7				3	10
Fact E 210	8,6				4	12
					5	13
					6	14
<u>Diferencias</u>					6+1=7	
PR a TESTEAR	COMPARABLE	DIFERENCIA			7/2= 3,5	
6	10,45	4,45			12-10=2	
7	10,45	3,45			2*0,5=1	
TOTAL		7,9			<b>10+1=11</b>	<b>MEDIANA</b>
					mediana	11
					1 cuartil	8,5
					3 cuartil	12,75
					mediana menos 5%	10,45

# Muchas gracias

[srizzo@preciosdetransferencia.com.ar](mailto:srizzo@preciosdetransferencia.com.ar)