

Precios de transferencia como instrumento de control en la recaudación de impuestos: Algunas limitaciones en la determinación del valor de mercado

**TANIA QUISPE MANSILLA
GLORIA GUEVARA GUTIÉRREZ**

I. OBJETO DEL ESTUDIO

El desarrollo económico mundial y la mayor apertura al comercio internacional, han generado mayor presencia de grupos empresariales multinacionales o transnacionales, quienes a través de subsidiarias, afiliadas y/o sucursales, continúan expandiendo sus operaciones de compra y venta de bienes físicos, intangibles y servicios en general. Este fenómeno tiene como consecuencia que el intercambio de bienes y servicios entre empresas afiliadas se haya incrementado fuertemente en los últimos años, debido a que los grupos multinacionales tratan de aprovechar sus economías de escala y dividir de esta manera las funciones de las subsidiarias considerando las ventajas comparativas que cada territorio fiscal presenta.

Sí consideramos que la preocupación fundamental de toda empresa con fines de lucro es la maximización de beneficios (o minimización de costos) y que un costo relevante es el costo tributario, se puede entender porqué los precios de transferencia constituyen un aspecto de principal atención para los funcionarios competentes de las corporaciones. Debido a ello, las autoridades fiscales han impuesto mecanismos de control para determinar el precio de mercado al que empresas vinculadas deberían comercializar, tratando de proteger la base imponible, tomando como referencia la comparación de los resultados obtenidos por empresas independientes. Dichos mecanismos de control están inmersos en toda la normatividad de Precios de Transferencia (PT), y determinan los valores a los que las empresas sujetas a esta obligación debieran realizar sus transacciones, tomando con referencia los lineamientos de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE).

La OCDE, en su reporte de 1995 efectuó un amplio desarrollo del denominado Principio de Libre Competencia o del Precio Justo sin Ventaja, o del

Precio Libre del Mercado (Arm's Length Principle) y de los lineamientos para su aplicación, como el uso de herramientas estadísticas, métodos de PT, procedimientos de acuerdos para evitar doble tributación, utilización de márgenes fijos o fórmulas taxativas ("Safe Harbors"), acuerdos anticipados de precios (APA), información y documentación requerida para sustentar las políticas de PT, entre otros aspectos. De esta forma, el "Arm's Length Principle" pasó a ser la base de la mayoría de legislaciones sobre PT.

Si bien desde el punto de vista conceptual "Arm's Length" y "Valor de Mercado" no representan exactamente lo mismo, se suele utilizar ambos conceptos como equivalentes. Por ejemplo, si una empresa está comenzando operaciones y vende a su compañía vinculada a un precio menor al que sus competidores están vendiendo esos mismos productos a dicho mercado, la referida empresa no estará operando al valor usual de mercado; sin embargo, podrá considerarse que esas exportaciones cumplen con el "Arm's Length Principle", de demostrarse que cualquier tercero independiente, en las mismas circunstancias, hubiera vendido los productos al mismo precio que la empresa referida.

El Principio de Libre Competencia otorga a los Estados la posibilidad de verificar y de ajustar -sólo para propósitos fiscales y no para los comerciales o económicos- el valor de las operaciones efectuadas entre empresas vinculadas, para determinar su correspondencia con los valores que habrían fijado empresas independientes en operaciones idénticas o similares, bajo condiciones de libre mercado o de oferta y demanda. Desde esa perspectiva, el Principio de Libre Competencia basa toda la metodología de determinación de valor de mercado a partir de la observación de los valores determinados por terceros independientes en condiciones comprobables.

Bajo estos lineamientos nuestra normativa peruana, a través de los artículos 32 y 32-A de la Ley del Impuesto a la Renta, exige que todo contribuyente contemplado dentro del ámbito de aplicación de la norma, deberá demostrar que los valores a los cuales realizó dichas transacciones fueron valores de mercado, siendo que para ello el artículo 32-A describe los posibles métodos de determinación de valor de mercado, tales como Método del Precio Comparable No Controlado, Método del Precio de Renta, Método del Costo Incrementado, Método de la Partición de Utilidades, Método Residual de Partición de Utilidades y Método del Margen Neto Transaccional¹.

Pero, ¿estos métodos nos permiten determinar adecuadamente el valor de mercado?, ¿son todas las transacciones posibles de evaluar con el

¹ Estos son los seis métodos especificados por la OCDE

mismo nivel de confianza?, más aún, ¿se puede utilizar esta metodología para evaluar todo tipo de transacción? Este trabajo trata de responder dichas interrogantes y reflexiona sobre las limitaciones de estos mecanismos de control usados por nuestra Administración Fiscal y la necesidad o no de su aplicación. La OCDE² señala que uno de los principales criterios para la elección del método de PT más adecuado es la disponibilidad de información suficientemente confiable para aplicar el método. Si se tiene en consideración que toda la metodología de PT se basa en la comparación respecto al valor fijado por terceros independientes, una limitación fundamental en la determinación del valor de mercado, tendría que ver con la falta de información pública disponible para poder evaluar TODO tipo de transacción. Por ejemplo, en el caso de operaciones que involucran transferencia de intangibles, dicha metodología no pareciera contar con mecanismos óptimos para la determinación de valor.

Para poder analizar todo ello, el trabajo desarrolla en el siguiente capítulo el caso de dos transacciones que involucran algún tipo de transferencia de intangibles, el capítulo III presenta la aplicación práctica de uno de estos dos casos y en el capítulo IV se evalúan las limitaciones para la aplicación de la metodología de PT a la luz de los casos presentados en los capítulos previos. Finalmente el capítulo V comenta las conclusiones del trabajo.

II. LIMITACIONES PRINCIPALES PARA LA EVALUACIÓN DE TRANSACCIONES: EL CASO DE LOS INTANGIBLES

El análisis de la transferencia de intangibles ha cobrado particular importancia ante el incremento de las operaciones internacionales que involucran la transferencia de intangibles. En efecto, el creciente incremento de los flujos de propiedad intangible entre los distintos países, se ha convertido en una de las mayores preocupaciones en materia de impuestos, y probablemente en el tema más relevante para las administraciones fiscales, las empresas multinacionales, y los tributaristas alrededor del mundo. No sólo el rol crecientemente significativo jugado por las transacciones que involucran propiedad intelectual en la economía global, sino también las diversas complejidades asociadas con la identificación, valoración y transferencia de intangibles, son las que hacen de éste un tema que requiera de una revisión creativa de las metodologías y técnicas de precios de transferencia.³

² Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE). "Transactional Profit Methods: Discussion Draft for Public Comment", enero 2008. p.29.

³ Willis, M. "The Tax Treatment of Intangibles in the Context of Transfer Pricing" ". p.2. En: Revenue Law Journal.Vol.9. Nº 1 (1999).

Como se mencionara anteriormente, uno de los principales criterios para la elección del método de PT más adecuado es la disponibilidad de información suficientemente confiable que pueda existir en el mercado, por lo que ciertas transacciones podrían presentar limitaciones en su comparabilidad debido a⁴:

La falta de comparables para el análisis de contribuciones “únicas” (esto es, funciones, activos o riesgos para los cuales no existe data confiable lo suficientemente comparable).

La falta de información financiera confiable relacionada con las funciones “únicas” de terceros independientes, la propiedad y el valor razonable de sus intangibles y los riesgos en los que estos incurren. En efecto, la identificación de dicho tipo de información en los reportes financieros muchas veces no es requerida por las normas contables por lo que el utilizar dicho tipo de información puede limitar la confiabilidad de la comparación, volviéndola incierta.

Esta sección se enfocará en desarrollar dos casos en los que ocurre algún tipo de transferencia de intangible y en la que se pueden identificar algunas de las limitaciones más relevantes en la aplicación de los métodos de PT para la determinación de valor de mercado.

En primer lugar, se revisará el caso de las empresas importadoras de productos de marca, las cuales usualmente incurren en gastos significativos de publicidad y marketing con el fin de lograr una mayor participación en el mercado local. En este sentido, se evaluará la elección del método para determinar el valor de mercado de importación y se analizará la limitación de la aplicación del Método Residual de Partición de Utilidades (MRPU) o Residual Profit Split Method (RSPM), comúnmente utilizado a nivel internacional para el análisis de operaciones que involucren la transferencia de intangibles. Asimismo, presentaremos un análisis alternativo, que si bien no es técnicamente el más adecuado, proporciona una aproximación práctica razonable para determinar el valor de mercado en estos casos.

El segundo caso está relacionado con las operaciones de compra y/o venta de activos intangibles. Específicamente nos referimos a las complejidades que surgen al tratar de examinar las transferencias de intangibles mediante la utilización de alguna de las metodologías establecidas por la OCDE. Asimismo, de manera particular, el análisis se concentrará en las limitaciones que presenta la legislación peruana al respecto y las soluciones que se han tenido que implementar en la práctica, a fin de sustentar el

⁴ Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE). “Transactional Profit Methods: Discussion Draft for Public Comment”, enero 2008. p.29.

análisis de este tipo de transacciones. Se complementa este punto revisando brevemente el caso desde la perspectiva de lo establecido por la legislación norteamericana.

Caso Teórico 1: Actividades de publicidad y marketing

Es común encontrar en el Perú un número importante de compañías subsidiarias de empresas radicadas en el exterior, que se dedican a la importación y venta de productos, cuyas marcas pertenecen a su casa matriz. En principio este tipo de operación podría ser visto como parte de la actividad rutinaria de dichas compañías: la importación y venta de productos. Sin embargo, no se debe dejar de considerar que para llevar a cabo la comercialización de estos productos y generar una óptima participación de los mismos en el mercado local, la subsidiaria peruana suele llevar a cabo esfuerzos importantes, relacionados con actividades de publicidad, marketing e impulso a las ventas, que las llevan a incurrir en gastos que muchas veces no son menores.⁵

A pesar de que estos esfuerzos de publicidad, marketing y fuerza de ventas podrían ser entendidos como parte de la necesidad de lograr un mayor volumen de ventas o mejores precios, que les permitan a estas distribuidoras lograr mayores utilidades, y que posiblemente un distribuidor independiente también generaría estos gastos, en la práctica podría darse alguna contribución a la generación del valor de la marca. Si ello fuera así, el MRPU sería, en principio, el método más adecuado para el análisis de dicha operación⁶.

El MRPU evalúa si la asignación de las utilidades operativas combinadas entre los distintos participantes de la operación, cumple con el principio de arm's length. Para esto, el método se basa en el valor relativo de las contribuciones de cada participante. Este método se aplica en dos etapas: la primera, que consiste en determinar la utilidad de operación global mediante la suma de las utilidades de operación obtenidas por cada una de las partes relacionadas involucradas en la operación.; y la segunda, que consiste en asignar esta utilidad global de operación, entre las partes, de la siguiente manera:

- a) Se distribuye la utilidad de mercado que corresponda a cada parte en la transacción controlada -mediante la aplicación de cualquiera de los

⁵ En efecto, en muchos de los casos observados el porcentaje de estos gastos con respecto a las ventas no es inferior al 20%.

⁶ Cabe indicar que el resto de métodos tradicionales transaccionales no sería aplicable por motivos relacionados con el valor de la marca de los productos. Un mayor detalle de su no aplicación será descrito en el capítulo IV.

métodos adicionales de precios de transferencia, sin tomar en cuenta la utilización de intangibles, con el objeto de proporcionar a cada una un rendimiento adecuado a las contribuciones rutinarias de la actividad empresarial relevante.

- b) La utilidad residual que se obtenga restando la utilidad de mercado obtenida en (a) de la utilidad de operación global, se distribuirá entre las partes relacionadas involucradas en la operación, tomando en cuenta, entre otros elementos, la participación de cada una de las empresas involucradas en la generación de intangibles⁷.

En base a lo mencionado, la correcta aplicación del MRPU para el análisis de la operación en cuestión implicaría el contar con información bastante detallada de las partes involucradas en la operación, como por ejemplo las utilidades generadas en conjunto por todas ellas, así como la necesidad de identificar un criterio objetivo que nos permita redistribuir el aporte de cada una de ellas en la generación del intangible. Ello podría implicar la necesidad de información muy particular (como por ejemplo, el nivel de gastos en investigación y desarrollo, publicidad y marketing, fuerza de ventas, entre otros datos), que muy probablemente ninguna de las compañías radicadas en el exterior estaría dispuesta a proporcionar a la subsidiaria peruana.

Además, otro factor limitante para la aplicación de este método radicaría en el hecho de que los esfuerzos de publicidad y marketing desarrollados por las subsidiarias peruanas estarían generalmente orientados hacia el desarrollo del mercado local, más que al impulso de la marca a nivel internacional. Por tanto, la participación de la empresa peruana en el desarrollo del intangible mundial podría ser tan insignificante que no valdría la pena llevar a cabo en el Perú un análisis de tal complejidad, pues probablemente se obtendrían resultados similares mediante una metodología alternativa como la del Método del Margen Neto Transaccional (MMNT).

Si bien el draft para discusión emitido por la OCDE⁸ indica que es poco probable que el MMNT sea confiable cuando las dos partes involucradas en una transacción utilizan intangibles únicos, sí se hace explícito que un “one sided method”, esto es, un método que se aplique tomando como parte en prueba una de las partes involucradas (como el MMNT, por ejemplo), podría ser aplicable en casos en los cuales una de las partes sea quien

⁷ Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE). “Transfer Pricing Guidelines for Multinational Enterprises and Tax Administrations”, marzo, 1996. p.III-7, párrafo 3.19

⁸ Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE). “Transactional Profit Methods: Discussion Draft for Public Comment”, enero 2008. p.32.

efectúe las contribuciones “únicas” o valiosas y sea quien use los intangibles clave involucrados en la transacción controlada. En este caso, la otra parte no efectuaría contribuciones “únicas” y, por tanto, sería la parte menos compleja para analizar. Asimismo, se menciona en dicho draft que existen casos en los cuales una parte en la transacción efectúa contribuciones que no son tan “únicas”, por ejemplo, usa intangibles no únicos (o menos “valiosos”), como procesos industriales o conocimientos del mercado que no son exclusivos. En tales casos, podría ser posible alcanzar las condiciones necesarias de comparabilidad aplicando un método tradicional transaccional⁹ o el MMNT, debido a que se esperaría que las comparables también utilicen un conjunto similar de intangibles no “únicos”, o no “exclusivos”.

Entonces, bajo esta perspectiva el MMNT podría ser aplicable para analizar compañías distribuidoras que incurren en esfuerzos significativos de publicidad y marketing, dado que dichos esfuerzos no estarían relacionados a la generación de intangibles valiosos.

Sin embargo, en la aplicación del MMNT no siempre se ha podido encontrar comparables que incurran en esfuerzos similares de publicidad y marketing. Por ejemplo, en el caso de los laboratorios farmacéuticos de marca que operan en el Perú, las comparables con información pública disponible que se encuentran en las bases de datos especializadas no desarrollan esfuerzos adicionales de esta naturaleza, o en todo caso, no los realizan con la misma intensidad con la cual es desarrollada por las subsidiarias peruanas que analizamos.

Es por estas razones, y a fin de optar por un análisis conservador, que tome en consideración los esfuerzos en publicidad y marketing efectuados por las empresas peruanas, que se desarrolla un análisis alternativo para la determinación del valor de mercado, fundamentado en la aplicación del MMNT. Este análisis, considera como rentabilidades comparables no sólo las obtenidas por compañías distribuidoras, sino que añade a dichas rentabilidades un mark-up que toma en consideración el esfuerzo incurrido en las actividades de publicidad y marketing. Este mark-up sería ponderado por los gastos incurridos por la parte analizada en el desarrollo de dichos esfuerzos. De esta forma se obtendría un rango de rentabilidades comparables a empresas que además de realizar la función de distribución ordinaria, también efectúen actividades de publicidad y marketing en proporciones similares a nuestra parte analizada. El objetivo de este enfoque es tratar de estimar la rentabilidad que se le debería exigir a una compañía

⁹ Los métodos tradicionales transaccionales según los Lineamientos de la OCDE son el Método del Precio Comparable No Controlado, el Método del Precio de Reventa y el Método del Costo Incrementado.

distribuidora, que además de asumir las funciones y riesgos rutinarios relacionados con tal actividad, también lleve a cabo actividades de publicidad y marketing para comercializar sus productos.

Un ejemplo práctico de este caso será presentado en la siguiente sección.

Caso Teórico 2: Transferencia de Intangibles Valiosos

En el análisis de la transferencia de intangibles valiosos desde el enfoque de precios de transferencia generalmente surgen complicaciones debidas principalmente a las características especiales inherentes a los mismos que dificultan su comparabilidad.

En efecto, las metodologías de precios de transferencia establecidas por la OCDE radican en la aplicación del principio de arm's length, con el fin de determinar si las operaciones realizadas con partes vinculadas fueron realizadas a valores de mercado, esto es, tal como se hubieran realizado entre terceros independientes. Al respecto, la literatura existente sugiere que este principio tiene problemas al momento de ser aplicado para la evaluación de operaciones que involucren la transferencia de intangibles, debido a las características especiales que poseen los intangibles. En efecto, es justamente su particularidad la que sustenta su valor. Ello dificulta la búsqueda de comparables y hace que muchas veces el valor sea difícil de determinar en la fecha de la transacción¹⁰. Todo lo mencionado dificulta la aplicación de la mayoría de los métodos comúnmente utilizados e indicados en la normatividad peruana.

Se puede deducir que por su naturaleza particular (esto es, por ser una propiedad científica, intelectual o artística), el valor del intangible estará sujeto a problemas de incertidumbre y riesgo. Debido a ello, su éxito comercial puede ser difícil de evaluar en su etapa inicial, y su precio puede incluir una recuperación esperada de años de investigación.¹¹

Por otro lado, la OCDE especifica que para aplicar el principio arm's length en transacciones que involucran propiedad intangible, deben tenerse en consideración ciertos factores especiales relevantes para la comparabilidad., como por ejemplo, los beneficios esperados de la propiedad intangible (posiblemente estimados a través del cálculo del valor presente neto

¹⁰ Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE). "Transfer Pricing Guidelines for Multinational Enterprises and Tax Administrations", marzo, 1996. p. VI-6, párrafo 6.13.

¹¹ Willis, M. "The Tax Treatment of Intangibles in the Context of Transfer Pricing" ". p.6,7. En: Revenue Law Journal.Vol.9. Nº 1 (1999).

de los mismos).¹² Sin embargo, no especifica métodos alternativos para poder sustentar su evaluación. En este sentido, la administración fiscal norteamericana (Internal Revenue Service - IRS) establece que para el análisis de propiedad intangible se pueden utilizar además de los métodos usuales¹³, métodos no especificados (“unspecified methods”)¹⁴.

En este sentido, las regulaciones establecidas por la sección 482 mencionan que cualquier método no especificado utilizado debe ser utilizado de manera consistente con los métodos que sí son especificados por dicha legislación. Esto es, deben tomar en cuenta el principio general de que terceros independientes evalúan los términos de una transacción considerando alternativas realistas a dicha transacción y sólo llevan a cabo una transacción en particular si ninguna de las alternativas es preferible a ésta. Por ejemplo, el método de la transacción comparable no controlada (comparable uncontrolled transaction -CUT) compara una transacción controlada con operaciones similares no controladas a fin de proveer un estimado directo del precio que las partes hubieran pactado si ellos hubieran recurrido directamente a la alternativa en el mercado para la transacción controlada. Por tanto, al establecer cuando una transacción controlada alcanzó un resultado arm’s length, un método no especificado deberá proveer información de los precios o beneficios que el contribuyente controlado podría haber obtenido de haber escogido una alternativa realista a la transacción controlada.¹⁵

Los métodos de precios de transferencia establecidos por nuestra legislación están basados en los determinados por la OCDE en los “Transfer Pricing Guidelines for Multinational Enterprises and Tax Administrations”. En base a ello, las posibles metodologías de valoración de intangibles se limitarían al Método del Precio Comparable No Controlado y al Método Residual de Partición de Utilidades (MRPU)¹⁶. Sin embargo, con respecto al

¹² Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE). “Transfer Pricing Guidelines for Multinational Enterprises and Tax Administrations”, marzo, 1996. p. VI-6, párrafo 6.20

¹³ Comparable uncontrolled transaction (“CUT”) method (similar al Método del Precio Comparable No Controlado, sin embargo en los Estados Unidos este método sólo es utilizado para bienes tangibles), Comparable Profits Method “CPM” (similar al Método del Margen Neto Transaccional) y “Profit Split Method”.

¹⁴ Regs 1.482-4 (a)

¹⁵ Regs 1.482-4 (d)

¹⁶ El resto de métodos establecidos por la legislación peruana generalmente no es aplicable para el análisis de intangibles valiosos. Salvo casos en que el intangible se sub-licencie, en el cual se aplicaría alguna forma del Método del Precio de Reventa, o en el caso de intangibles no “únicos”, en el que se podría aplicar el Método del Margen Neto Transaccional. En: OCDE. “Transactional Profit Methods: Discussion Draft for Public Comment”, enero 2008. p.32,33.

primer método mencionado, nuestra legislación hace explícito el hecho de que este no compatibilizaría con transacciones que involucren la cesión definitiva o en uso de intangibles valiosos.¹⁷ Por tanto, el único método posible de aplicar sería el MRPU. A diferencia del IRS, la administración tributaria peruana no abre las alternativas a la utilización de métodos no especificados. Al igual que la OCDE, únicamente se detallan algunos factores a tener en cuenta como parte del análisis de comparabilidad. Por ejemplo, en el caso de la cesión definitiva o en uso de bienes intangibles, se menciona que deben considerarse, entre otros elementos, los beneficios que se esperan obtener de su uso; por otro lado, de tratarse de enajenación de acciones, indica que, entre otros, deben considerarse el valor presente de las utilidades o flujos de efectivo proyectados.¹⁸

De todo lo expuesto, podemos concluir que la valoración de intangibles desde el punto de vista de precios de transferencia es un tema controversial, para el cual no se cuenta con una única solución. Esto es más claro aún en el caso de la cesión definitiva de propiedad intangible, entendiéndose esto como una transferencia o venta del mismo, esto es, el traspaso de la propiedad.

En efecto, en la práctica, al encontrarnos ante una evaluación de este tipo y remitirnos a la legislación peruana, encontramos que ninguno de los métodos especificados en la legislación se ajusta al análisis de dicho tipo de operación. De manera particular, el MRPU (el único método que bajo nuestra legislación se adecuaría a esta operación), únicamente sería aplicable para evaluar operaciones que involucran el desarrollo conjunto de un intangible, más no resulta apropiado en la práctica si se trata de una cesión definitiva del mismo. Ante ello, sólo nos queda remitirnos a los elementos necesarios para efectuar el análisis de comparabilidad, entre los cuales podemos encontrar la referencia efectuada a los beneficios esperados del intangible, lo que nos llevaría a pensar en un método de valoración similar al cálculo del valor presente neto. Esto, en efecto, es también mencionado por la OCDE. Sin embargo, tampoco es enmarcado como parte de alguna de las metodologías de precios de transferencia establecidas.

Dada la poca efectividad de la legislación peruana de precios de transferencia en el tratamiento de la propiedad intangible, más aún en el caso de la cesión definitiva de los mismos, en la práctica, en el desarrollo de Estudios de Precios de Transferencia, hemos recurrido en muchos casos a los métodos estándar para la valuación de intangibles utilizados a nivel inter-

¹⁷ El debate acerca de si esta afirmación es razonable o no es materia de una discusión más detallada y que podría ser abordada posteriormente.

¹⁸ Reglamento de la Ley del Impuesto a la Renta, artículo 110, numeral 1, incisos d) y e).

nacional, como los siguientes:¹⁹

Enfoque de Mercado (*Market Approach*): similar al Método del Precio Comparable No Controlado o al CUT del IRS. Mediante este enfoque, el valor del intangible se determina a través de la comparación con transacciones recientes en las cuales hayan sido intercambiados activos comparables, bajo circunstancias similares. El problema en la aplicación de dicho enfoque, radica en que, dado que los intangibles son por lo general activos únicos, muchas veces resulta difícil establecer qué activos podrían ser utilizados como comparables.

Enfoque de Ingresos (*Income Approach*): Este método de valuación se basa en la teoría del flujo de caja descontado y define al valor del intangible como el valor presente de los beneficios económicos anticipados, netos, a ser obtenidos por la empresa durante la vida útil del activo. Para ello, los flujos de caja proyectados son descontados mediante cálculos financieros y utilizando un tasa de descuento, para determinar el valor actual de la operación. Se debe especial atención a los parámetros que determinan el valor del intangible: ingresos asociados, el crecimiento esperado de los ingresos, duración esperada y riesgos, entre otros. Asimismo, la tasa de descuento a utilizar debe incorporar todos los riesgos que pudieran impactar sobre la generación de ingresos futuros o flujo de caja. Entre los principales métodos utilizados para la determinación de dichas tasas, se encuentran el "*Capital Asset Pricing Model*" (CAPM), el *Weighted Average Cost of Capital* (WACC) y el "*Arbitrage Pricing Theory Model*" (APT).

Enfoque de Costos (*Cost Approach*): Esta metodología busca determinar el valor del activo intangible mediante la agregación de los costos involucrados en su desarrollo. En este sentido, existen dos enfoques de costeo: el de Costo de Reproducción o *Reproduction Cost*²⁰, que consiste en determinar el nivel de gastos necesario para producir una copia exacta del mismo intangible; y el de Costo de Recambio o *Replacement Cost*, el cual mide el nivel de gastos necesario para desarrollar un intangible con una utilidad similar.

Si bien estos métodos no forman parte de las metodologías usuales de precios de transferencia, proporcionan referentes razonables de los valo-

¹⁹ DREWS, David. "*Intellectual Property Valuation Techniques*". IPMetrics LLC. 2004.

²⁰ En relación con el Enfoque de Costo de Reproducción, es preciso indicar que la dificultad de aplicar este método radica en el hecho de que, en la mayoría de los casos, no se encuentran disponibles los registros históricos de los costos de desarrollo o, en todo caso, estos podrían estar entrelazados con los costos de operación y mantenimiento.

res de mercado y en muchos casos, resultan ser la única alternativa realista en presencia de este tipo de operaciones. De esta manera, en la práctica, dadas las limitaciones existentes, cada vez que se ha necesitado determinar el valor del intangible a partir de alguna de las metodologías previamente definidas, se ha tenido que enmarcar dicha metodología en alguno de los métodos aceptados por la legislación peruana. Para ello, se deben precisar argumentos razonables que justifiquen tal adecuación.

A manera de ejemplo, para la aplicación del Enfoque de Ingresos (*Income Approach*) como una metodología de precios de transferencia, esto es, como un método basado en el principio de *arm's length*, se han precisado argumentos relacionados con el hecho de que las variables e información utilizada para el cálculo del mismo, parten de parámetros de mercado. En primer lugar, con respecto a los flujos de caja utilizados, se ha precisado que estos son estimados que se realizan en función al comportamiento esperado de algunas variables en el mercado (que puede considerarse para estos efectos como el "tercero independiente"). Siguiendo con los elementos que forman parte de este enfoque, para la estimación de la tasa de descuento que se aplica sobre dichos flujos, queda más clara la aplicación del principio *arm's length*. En efecto, para la construcción de dicha tasa bajo un modelo CAPM se suele recurrir a fuentes de información externa (que serían considerados "comparables externos") para la identificación de los distintos componentes de la tasa: tasa libre de riesgo, riesgo país, y Betas de la industria.

Se sabe que el IRS, al evaluar transferencias de activos, se encuentra cada vez más inclinado hacia la utilización del denominado Enfoque de Ingresos (*Income Approach*): aquel que determina el valor en función del valor presente de los ingresos (o beneficios) esperados provenientes del intangible. Este enfoque podría ser considerado dentro de los métodos no especificados que las regulaciones establecidas por la sección 482 permiten. Sin embargo, es preciso resaltar que este tipo de metodologías sólo se aplica para evaluar la transferencia de intangibles bajo la modalidad de cobro de regalías: el IRS no acepta un precio fijo por la venta total ("outright sale") del intangible (cesión definitiva del intangible).

III. CASO DE ANÁLISIS: LABORATORIOS FARMA SAC

La presente sección analiza el caso de Laboratorios Farma S.A.C.,(en adelante "FARMA" o "la Compañía") y muestra la metodología propuesta para determinar el valor de mercado en transacciones que implican esfuerzos significativos de publicidad y marketing. De manera particular se evalúan los precios de transferencia utilizados por FARMA en sus operaciones de importación de bienes de compañías vinculadas.

1. descripción del negocio

1.1. Negocio

La actividad económica de FARMA es la importación y comercialización de productos farmacéuticos, los cuales son adquiridos en su totalidad de compañías vinculadas, para su distribución, promoción y venta en el mercado nacional. La comercialización de estos productos representa la principal fuente de ingresos de la Compañía.

2. análisis de precios de transferencia

2.1 Enfoque general de Precios de Transferencia

El estudio de precios de transferencia de FARMA se orientó, a analizar si los precios acordados en sus operaciones de importación de productos farmacéuticos de empresas vinculadas, son los que terceros independientes hubieran establecido en condiciones comparables.

2.2. Aplicación del Método del Margen Neto Transaccional (MMNT)

De acuerdo al análisis efectuado, y tomando en consideración las limitaciones para la aplicación del MRPU, se concluyó que el método más apropiado para la determinación del valor de mercado de la importación de productos farmacéuticos fue el MMNT. Para ello, se consideró necesario efectuar las siguientes tareas:

Determinación de la parte analizada;

Determinación de los resultados financieros relacionados con las transacciones controladas;

Selección de los años sujetos a comparación;

Selección de un grupo confiable de compañías comparables;

Ajustes contables a los estados financieros de la parte analizada y de las compañías comparables, por diferencias en las prácticas contables, siempre que estos ajustes sean apropiados y posibles;

Ajustes por diferencias entre la parte analizada y las compañías comparables, en riesgos asumidos, funciones realizadas, costo del capital y el medio ambiente del negocio, siempre y cuando estos ajustes sean apropiados y posibles; y

Selección de un factor de rentabilidad adecuado.

2.3. Determinación de resultados Financieros Relacionados con las Operaciones Controladas

Es regla general, que la aplicación del MMNT debe considerar únicamente los beneficios de la compañía atribuibles a las operaciones bajo estudio y analizar cada línea de negocios por separado, en la medida que sea posible segregar los estados financieros de la misma. Sin embargo, en el caso de FARMA, las operaciones con vinculadas explicaban los resultados de su única línea de negocios, la importación de productos farmacéuticos para su posterior comercialización en el mercado local.

Debido a estas razones, se consideraron los resultados globales de la Compañía tomando en cuenta que la función de distribución se complementa con dos funciones adicionales: Publicidad y Marketing y Fuerza de Ventas. Para cada una de estas tres actividades se encontró compañías comparables que permiten construir un rango conjunto considerado de mercado.

2.4. Selección de Compañías Comparables

De conformidad con los Lineamientos de la OCDE, para la aplicación del MMNT se buscaron compañías que participen en transacciones comparables a las desarrolladas por FARMA .

Se entiende que las operaciones o las empresas son comparables, cuando no existen diferencias entre éstas que puedan afectar significativamente la comparación de los márgenes de utilidad obtenidos, o cuando existiendo dichas diferencias, éstas puedan ser eliminadas mediante ajustes razonables.

Cabe destacar que, no fue posible encontrar información pública disponible de empresas comparables radicadas en el Perú, por lo que la búsqueda se basó en empresas que disponen de información pública de diferentes países. A pesar de que las diferencias de mercado geográfico pueden causar diferencias sistemáticas en la rentabilidad de compañías similares en los diferentes países, en el análisis bajo el MMNT se han realizado los ajustes razonables para eliminar dichas diferencias.

2.5. Búsqueda de Comparables

En una economía de mercado, la compensación por desarrollar funciones similares tenderá a igualarse entre las diferentes actividades. Por el contrario, los precios de diferentes productos tenderán a igualarse sólo en la medida en que los productos cuyos precios se comparan sean sustitutos.

De conformidad con los lineamientos de la OCDE, para la aplicación del MMNT la búsqueda de compañías comparables fue realizada recono-

ciendo que la similitud en funciones y riesgos es más importante que la similitud en los productos, cuando se utiliza el MMNT.

Para la búsqueda de empresas comparables se utilizaron bases de datos públicas, tales como Compact Disclosure, US Compustat, Osiris, US Merger FIS, CAN Compustat, entre otras.

De los resultados de las búsquedas se seleccionaron empresas comparables para cada una de las actividades de la Compañía, por lo que se tuvieron los siguientes resultados:

- a) Compañías comparables a la actividad de distribución de productos farmacéuticos
- b) Compañías comparables a la actividad de marketing y publicidad
- c) Compañías comparables a la actividad de fuerza de ventas

2.6. Selección del Indicador del Nivel de Utilidad (Profit Level Indicator)

Para llevar a cabo el análisis debe tomarse en consideración que los gastos incurridos por la Compañía no corresponden únicamente a la función específica de distribución. Con la finalidad de lograr un cada vez mayor posicionamiento en el mercado farmacéutico, FARMA lleva a cabo fuertes campañas de Publicidad y Marketing, así como de Fuerza de Ventas, principalmente a través de visitadores médicos. Por ende, resulta necesario asociar cada una de estas funciones con los indicadores de rentabilidad de las respectivas actividades.

Actividad de distribución:

En vista que no existen diferencias significativas entre FARMA y las compañías comparables seleccionadas, en relación con la actividades desarrolladas por las empresas comparables, se consideró apropiado el uso del margen de operación (MO) como indicador de rentabilidad en el análisis de los resultados obtenidos por la compañía en sus actividades de distribución de productos farmacéuticos.

Actividad de publicidad y marketing:

Debido a que la actividad de publicidad y marketing se realiza de forma interna, sin que la Compañía efectúe venta alguna de tales servicios, el Margen Operativo no pudo ser empleado. Por otro lado, se cuenta con información detallada de los gastos incurridos por FARMA en esta actividad. Por ello el Costo Adicionado Neto (CAN) es el indicador de rentabilidad más adecuado para esta actividad.

Actividad de Fuerza de Ventas:

Debido a que la actividad de fuerza de ventas se realiza también de forma interna, sin que la Compañía efectúe venta alguna de tales servicios, el Margen Operativo no puede ser empleado. Por otro lado, se cuenta con información detallada de los gastos incurridos por FARMA en esta actividad. Por ello el Costo Adicionado Neto (CAN) es el indicador de rentabilidad más adecuado para esta actividad.

2.7. Ajustes Contables

El análisis debe estar basado en la información más confiable disponible y no verse afectado por diferencias en prácticas contables que no tengan relación con el desarrollo del negocio. Por lo tanto, se efectúan dos tipos de ajustes contables a los estados financieros de la compañía materia de revisión y de las compañías comparables: en primer lugar, la información es revisada y ajustada para tener una mayor exactitud en el reflejo de las operaciones ordinarias y comparables del negocio (“Ajustes para Exactitud”). Luego se realizan ajustes para eliminar el impacto de las diferencias en las prácticas contables en el cómputo de los inventarios y los intangibles (“Ajustes por Diferencias en Prácticas Contables”).

2.8. Ajustes al Capital

Los ajustes al capital son necesarios cuando las diferencias en las funciones (por ejemplo, posesión del inventario) o en los términos de intercambio (por ejemplo, condiciones de financiamiento otorgadas por los proveedores) generan diferencias en las intensidades de uso del capital, entre la compañía materia de revisión y las compañías comparables. Las tasas de interés utilizadas para la realización de tales ajustes son las tasas prime de los países de origen de las compañías comparables y una tasa de interés construida a partir de la *U.S. Prime*, a la cual se le adiciona el riesgo país²¹, para FARMA. Los ajustes realizados fueron: ajustes a las cuentas por pagar, a las cuentas por cobrar a los inventarios y ajustes de mercado geográfico.

2.9. El Uso del Rango Intercuartil

La comparación realizada está basada en el rango intercuartil de las utilidades operativas de las compañías comparables. El rango intercuartil se determina al ordenar de manera ascendente las variables (por ejemplo, las utilidades de operación de las compañías comparables) y descartar los

²¹ El riesgo país es el diferencial de rendimientos con respecto al bono del Tesoro de EUA del índice de retornos EMBI+ del Perú (Emerging Market Bond Index +) elaborado por el JP Morgan.

extremos (es decir, el 25% inferior y el 25% superior), conservando las observaciones situadas en el 50% intermedio. Generalmente, el uso del rango intercuartil permite un incremento en la confiabilidad de las comparaciones, a menos que se cuente con suficiente información para identificar y eliminar los efectos de todas las diferencias materiales entre la parte analizada y las compañías comparables.

2.10. Análisis y Resultados del MMNT

Como se señaló con anterioridad, el MMNT resultó ser el método más confiable a fin de evaluar si los precios de transferencia acordados por FARMA en sus transacciones con compañías vinculadas, corresponden a valores de mercado. En consecuencia, se comparó la utilidad operativa obtenida por FARMA, con la obtenida por compañías comparables independientes.

Para llevar a cabo el análisis de la actividad de la compra de productos farmacéuticos, se crearon en primer lugar tres rangos intercuartiles: un rango de Márgenes Operativos de las compañías comparables a la actividad de distribución de productos farmacéuticos y dos rangos de Costo Adicionado Neto de las comparables a las actividades de Publicidad y Marketing y de Fuerza de Ventas. En segundo lugar, se confeccionó un rango intercuartil único a partir de los tres rangos anteriores, tomando como base el MO de la actividad de distribución y agregándosele los CAN de las otras dos actividades en forma ponderada, según los gastos incurridos en ellas. De este modo se obtuvo un rango intercuartil comparable a la línea de importación y venta de productos farmacéuticos de FARMA .

La construcción de este rango fue realizada en base a lo siguiente:

$$\text{MODist*Ventas} + \text{CANPyM*GPyM} + \text{CANFvta*GFVta}$$

Donde MODist es el Margen Operativo resultante de la actividad de distribución, CANPyM es el retorno que se debe esperar por realizar gastos en Publicidad y Marketing (GPyM) y CANFvta es el retorno que se debe esperar por realizar gastos en Fuerza de Ventas (GFVta).

En el siguiente cuadro se muestran los indicadores de rentabilidad ajustados de las compañías comparables a las distintas categorías de productos distribuidos por FARMA:

Indicadores de Rentabilidad Ajustados al Capital Promedio de las Compañías Comparables, según Línea de Operación

Actividad	Minimo	Cuartil Inferior	Mediana	Cuartil Superior	Máximo
Distribución (MO)	0.79%	1.44%	1.70%	2.90%	3.33%
Publicidad y Marketing (CAN)	-5.35%	-0.31%	3.83%	5.66%	17.46%
Fuerza de Ventas (CAN)	-1.55%	-0.69%	1.46%	2.76%	3.37%

Este conjunto de indicadores, ajustado a las ventas de productos farmacéuticos de FARMA y a los gastos en Publicidad y Marketing y en Fuerza de Ventas incurridos, arrojan como resultado el siguiente rango:

Resultados de las compañías comparables a la línea de productos farmacéuticos, ajustados a Ventas y Gastos de FARMA (cifras en nuevos soles)

Minimo	Cuartil Inferior	Mediana	Cuartil Superior	Máximo
153,062	972,924	1,666,326	2,852,103	3,720,788

Este rango indica las ganancias que obtendrían las compañías comparables que realicen las tres actividades que FARMA desarrolla en la comercialización de productos farmacéuticos maduros, incurriendo en el mismo nivel de ventas y en los mismos gastos en Publicidad y Marketing y en Fuerza de Ventas que FARMA.

De acuerdo al MMNT utilizado en el presente análisis, el Resultado Operativo ajustado para la compra de productos farmacéuticos de FARMA será evaluado en función del rango intercuartil determinado, siendo que si la Compañía se encuentra por encima del cuartil inferior, se podría concluir que la rentabilidad operativa obtenida por FARMA no fue inferior a la obtenida por compañías comparables.

IV. ANÁLISIS RESPECTO A LA APLICABILIDAD DE LOS MÉTODOS DE VALORACIÓN

El caso presentado nos permite observar los problemas derivados de la

aplicación de la metodología de Precios de Transferencia, que al basarse en la comparación respecto a lo que terceros independientes han realizado en condiciones similares (principio Arm's Length) encuentra una de sus principales limitaciones en la disponibilidad de la información pública para el análisis de la determinación del valor de mercado. Es precisamente esta limitación la que genera que en un gran número de casos no sean aplicables los métodos transaccionales, como los métodos de Comparación de Precios, Precio de Reventa o Costo Incrementado, y se tenga que analizar las operaciones mediante métodos más agregados o indirectos, como el MMNT.

En el caso de la empresa FARMA, descartada la aplicación del RPSM, ya sea por falta de información disponible o debido al supuesto de que el aporte a la generación del intangible no es significativo, tampoco fue posible evaluar las transacciones de importación de productos farmacéuticos bajo ninguno de los métodos tradicionales, debido a los motivos explicados a continuación:

Método del Precio Comparable No Controlado (CUP)

La aplicación del CUP interno es posible sólo cuando se lleva a cabo la misma transacción con terceros independientes. Sin embargo, la totalidad de las compras de productos terminados farmacéuticos corresponde a transacciones efectuadas con compañías vinculadas. Debido a ello, no fue posible contar con un *benchmark* interno con el cual establecer una comparación.

Asimismo, el CUP externo podría ser aplicado sólo si se conoce de transacciones de bienes idénticos entre terceros independientes. Sin embargo, los bienes adquiridos presentan características singulares que las diferencian de productos pertenecientes a otras compañías debido, principalmente, a la calidad y a los intangibles implícitos que influyen en la formación de precios, con lo cual no fue posible aplicar el presente método en su versión externa.

Método de Precio de Reventa

De acuerdo a lo mencionado precedentemente, el Método de Precio de Reventa se aplica generalmente a compañías distribuidoras que adquieren sus productos de partes relacionadas y que los revenden a terceros independientes, con el objetivo de evaluar el margen bruto obtenido en esas transacciones y compararlo con el obtenido en transacciones similares con partes no relacionadas (Precio de Reventa Interno), o entre partes no relacionadas (Precio de Reventa Externo).

En cuanto a la importación de productos terminados de compañías vinculadas locales y del exterior, a los fines de la aplicación del presente método, podría compararse el margen bruto obtenido por la comercialización de productos farmacéuticos de FARMA en transacciones controladas, con el margen bruto obtenido por la Compañía en transacciones comparables realizadas con terceros independientes. Sin embargo, la aplicación del Método de Precio de Reventa Interno no es posible para el caso de los productos terminados farmacéuticos, debido a que la totalidad de las compras de productos terminados se efectuó a compañías vinculadas y, por lo tanto, no existen transacciones con independientes que sean de utilidad para la comparación.

Con respecto a la utilización del Método de Precio de Reventa Externo, el mismo podría ser aplicable en el supuesto de encontrarse un grupo de compañías independientes que, en términos generales, desarrollen actividades de distribución similares a las de FARMA.

Sin embargo, como se mencionó para el caso de la versión interna de este método, utilizar márgenes brutos como indicador de la rentabilidad de los productos comercializados por FARMA no resultaría adecuado pues no incluiría los gastos en publicidad y marketing así como en fuerza de ventas incurridos por la Compañía. Ello requeriría la realización de ajustes a las transacciones a fin de reflejar estos gastos.

Asimismo, las normas de la OCDE indican que cuando se aplica el Método de Precio de Reventa, considerando como transacciones comparables aquellas realizadas por terceros independientes, se deben tener en cuenta la consistencia de las normas contables. Cuando las prácticas contables difieren entre transacciones controladas y no controladas, resulta necesario realizar ajustes para asegurar que el mismo tipo de costo está siendo reflejado por las distintas empresas. En caso contrario, las diferentes prácticas contables referidas al tratamiento de los costos, implicarían márgenes brutos no comparables.

Adicionalmente, las normas de la OCDE mencionan que el margen bruto es influenciado por las actividades llevadas a cabo por la compañía, así como la intensidad con la que las mismas se efectúan. Así, las empresas comparables podrían incurrir en gastos de comercialización que no estén siendo reflejados en los costos de la mercadería vendida. Por lo tanto, la comparación de los márgenes brutos de FARMA con los márgenes de otras compañías no resultaría apropiada, en la medida que puedan existir diferencias significativas en cuanto a los gastos de comercialización.

De este modo, y a tal como lo indican los Lineamientos de la OCDE,

con el fin de incrementar la comparabilidad de los márgenes y la confiabilidad del análisis, es necesario tener en cuenta ciertos gastos operativos para lograr la consistencia y comparabilidad de la información. En estos casos, el método de precio de reventa entre partes independientes, analizaría el margen operativo en lugar del margen bruto. Tal análisis equivale al MMNT.

Método de Costo Incrementado

Como se menciona en la descripción anterior, este método permite analizar el margen bruto que obtiene una empresa respecto de la venta de bienes o servicios a empresas vinculadas, para poder compararlo con el margen que obtiene en la venta de los mismos a empresas no relacionadas (Cost Plus interno) o la utilidad bruta que terceros independientes obtienen en la venta de productos o servicios a otras empresas no vinculadas (Cost Plus externo).

Debido a que el objeto de estudio del presente método son las ventas, no se evaluará la aplicación del Método del Costo Incrementado para analizar las compras de productos terminados a compañías vinculadas del exterior.

Por tanto, para el caso de FARMA, el análisis concluyó que el método más apropiado para evaluar las importaciones de bienes de sus vinculadas del exterior fue el MMNT. Sin embargo, hay también una limitación en su análisis. Dado que no fue posible obtener empresas similares a FARMA con información pública disponible (empresas que revendan productos farmacéuticos y que incurran en esfuerzos similares de marketing, publicidad y fuerza de ventas), se tuvo que construir un rango de mercado a partir de la comparación con tres tipos de compañías: las compañías revendedoras de productos farmacéuticos sin gastos de promoción, publicidad y fuerza de ventas; las compañías prestadoras de servicios de marketing y publicidad; y las compañías prestadoras de servicios de fuerza de ventas. Este procedimiento de agregación de tres tipos de compañías se hizo bajo el supuesto de que FARMA era una empresa que incurría en esfuerzos significativos de marketing, publicidad y fuerza de venta, y que dichos esfuerzos eran similares a proveer servicios de este tipo a casa matriz, quien era el dueño del intangible y el beneficiario final de la mayor participación en el mercado de los productos. Por tanto, esta metodología le exigía a FARMA generar un mayor margen de rentabilidad que el que hubiese generado solamente por la función de distribución de productos. Sin embargo, en la práctica, todos estos ajustes necesarios para poder crear “transacciones comparables” y aplicar así las metodología de precios de transferencia pueden generar resultados menos confiables, siendo con ello, que la me-

metodología, más que obtener el valor de mercado de las transacciones, lo que otorga son buenos referentes de rangos de comportamiento del mercado (terceros independientes) en situaciones similares.

V. CONCLUSIÓN

El presente trabajo trata de hacer una reflexión respecto a la confiabilidad de la metodología de precios de transferencia para la determinación de los valores de mercado, observando las limitaciones que dicha metodología presenta.

Del resultado del análisis se concluye que para cierto tipo de transacciones, la metodología de precios de transferencia solo permite dar resultados aproximados antes que determinar con un nivel de precisión adecuado el valor de mercado. Una de las principales razones para que ello sea así, es que toda la metodología de precios de transferencia se basa en la determinación del valor a partir de la observación de lo que terceros independientes realizan, siendo que en muchas ocasiones no es posible obtener información pública de transacciones comparables realizadas por dichos terceros independientes.

Por otro lado, en el caso de algunas transacciones, como el transferencia de intangibles, las metodologías de precios de transferencia establecidas por la OCDE, e incorporadas en la Ley como los únicos métodos posibles para la determinación del valor de mercado, pueden presentar inconvenientes en su aplicación, debido a las características especiales que poseen estas operaciones. En efecto, para cierto tipo de transacciones, tales como la cesión definitiva de intangible, ninguno de los métodos especificados en la legislación peruana se ajusta al análisis de dichas operaciones, con lo que en la práctica se ha tenido que tomar en consideración los métodos alternativos para el análisis de este tipo de operaciones, como es el Enfoque de Ingresos, que es una metodología basada en el cálculo de la estimación del valor presente neto del flujo de caja descontado.

Sin embargo, en la práctica, para la aplicación de estos métodos dentro de las limitaciones de la normatividad peruana, en la que podemos utilizar solamente la metodología especificada en la Ley, se han tenido que precisar argumentos relacionados al hecho de que las variables e información utilizada para los cálculos, parten de variables de mercado, como por ejemplo, la consideración de que en la construcción de la tasa de descuento a través del modelo CAPM se recurre a fuente comparables externas para la identificación de las diferentes variables, como son, la tasa libre de riesgo, la tasa de riesgo país y el beta de la industria. Es por ello que se hace altamente recomendable incluir algunos métodos alternativos, o dar

la posibilidad de utilizar otros métodos para la evaluación de este tipo de transacciones, cuando la metodología convencional no permita la determinación del valor de mercado. Por ejemplo, el IRS, para la evaluación de transacciones que impliquen transferencias de activos, se encuentra cada vez más inclinado hacia la utilización del denominado Enfoque de Ingresos, siendo que acepta esta metodología como parte de los métodos no especificados que la norma permite utilizar.

Por último, a pesar de las limitaciones de la metodología de precios de transferencia, esta representa una forma de evaluar a los contribuyentes y observar si ellos han sobrevaluado o subvaluado sus transacciones, ocasionando con ello menores pagos de impuestos. Desde esta perspectiva, si bien la metodología puede tener limitaciones, ella representa un referente de determinación del valor de mercado que le permite a las administraciones fiscales establecer lineamientos de control para proteger su base imponible. En este sentido, la aplicación de las normas de precios de transferencia termina siendo un mecanismo útil con el que las administraciones fiscales pueden establecer mecanismos de protección de la base imponible. En la medida que la metodología de PT mejore estas limitaciones y sea abierta a otras formas de valorización para casos especiales, seguramente tendremos una mejor forma de control en la que los contribuyentes se sientan más protegidos y seguros que la metodología utilizada para determinar el valor de mercado de sus operaciones será aceptada por la Administración Fiscal.

Febrero 2008