



# *Tribunal Fiscal*

**Nº 07821-9-2018**

**EXPEDIENTE Nº** : 18234-2013  
**INTERESADO** :  
**ASUNTO** : Impuesto a la Renta y Multa  
**PROCEDENCIA** : Lima  
**FECHA** : Lima, 12 de octubre de 2018

**VISTA** la apelación interpuesta por [redacted] con Registro Único de Contribuyente (RUC) Nº [redacted] contra la Resolución de Intendencia Nº 0250140017667/SUNAT de 9 de agosto de 2013, emitida por la Intendencia Lima de la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria – SUNAT, que declaró infundada la reclamación formulada contra la Resolución de Determinación Nº 022-003-0030053, girada por el Impuesto a la Renta del ejercicio 2007, y la Resolución de Multa Nº 022-002-0012627, girada por la infracción tipificada en el numeral 1 del artículo 178 del Código Tributario.

## **CONSIDERANDO:**

Que la recurrente sostiene que el método del precio de reventa es el método más apropiado para reflejar la realidad económica de las operaciones de jarabes, concentrados y productos terminados adquiridos a partes vinculadas, y su posterior venta a una entidad no vinculada, utilizando comparables externos conforme se concluyó en el Estudio Técnico de Precios de Transferencia del ejercicio 2007, en concordancia con la Ley del Impuesto a la Renta, su Reglamento y las Directrices de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico, pues compatibiliza con operaciones de reventa de bienes que no han sufrido una alteración o modificación sustantiva o a los cuales no se les ha agregado un valor significativo; y agrega que en la medida que el método del precio de reventa es un método transaccional, es de aplicación preferente sobre los métodos del beneficio de la operación, que incluyen al método del margen neto transaccional.

Que indica que los gastos de publicidad y marketing no habilitan la aplicación del método del margen neto transaccional ni descartan la aplicación del método del precio de reventa, lo que ocurre como regla cuando existe una actividad de transformación del bien o este pasa a ser componente de otros bienes, situación que no ha ocurrido en el presente caso.

Que menciona que si bien es cierto que en algunos casos la realización de funciones de publicidad y marketing pueden justificar que se efectúe una comparación a nivel operativo, tal situación ocurrirá siempre que se evidencie que dichos desembolsos incrementan de forma sustancial el valor del producto comercializado y las empresas comparables independientes presenten el mismo tipo de gastos a nivel operativo y estos sean de una misma magnitud, lo que en el presente caso no se configura pues dichos gastos son indispensables para garantizar el normal desarrollo de sus operaciones, agregando que la Administración no ha acreditado el efecto de los referidos gastos en el incremento del valor en el producto comercializado, haciendo solo referencia al porcentaje que dichos gastos representan respecto de las ventas netas, y sin considerar que tales gastos son mínimos comparados a los incurridos por sus competidores en el mercado peruano.

Que señala que la Administración no ha probado que efectivamente existan diferencias contables a nivel de costos y gastos entre la recurrente y las empresas comparables que obligara la aplicación del método del margen neto transaccional, correspondiendo a la Administración demostrar que no pueden identificarse los márgenes brutos de las operaciones o que es difícil obtener información confiable de alguna de las partes involucradas, lo que no hizo, por lo que resulta inaceptable que en la presente instancia recién haga cuestionamientos sobre comparables y datos proporcionados durante la fiscalización, siendo contradictorio

*[Firma]*

*[Firma]*

*[Firma]*



## *Tribunal Fiscal*

Nº 07821-9-2018

que por un lado realice dichos cuestionamientos y que por el otro haga uso de la información vinculada a las empresas comparables a efectos de determinar el monto del ajuste.

Que mediante escrito de alegatos la recurrente reitera sus argumentos, y agrega que la Administración observa sus operaciones principalmente por la existencia de pérdidas aplicables al ejercicio 2007.

Que la Administración señala que durante el ejercicio fiscalizado la recurrente tenía como actividad principal la importación, comercialización y distribución de concentrados y jarabes utilizados para la fabricación de bebidas no alcohólicas, así como ciertos productos terminados, destinados directamente a la reventa, todos los cuales fueron adquiridos de sus empresas vinculadas residentes en el exterior, y como actividad secundaria la prestación de servicios administrativos y de marketing a sus empresas vinculadas. Agrega que si bien la recurrente realizó diversas operaciones con sus empresas vinculadas, las transacciones cuyo método de valoración fue observado están relacionadas únicamente con las operaciones de importación de jarabes, concentrados y productos terminados realizadas a sus empresas vinculadas, respecto de las cuales se determinó que el método más apropiado para su evaluación era el margen neto transaccional y no el precio de reventa.

Que indica que la recurrente incurre en gastos significativos de marketing y publicidad que representan el 34,80% de sus ventas netas y genera un impacto positivo en su utilidad bruta, por lo que considera que el método del precio de reventa no resultaría adecuado en la medida que no se estaría considerando los referidos gastos, siendo más apropiado utilizar el método del margen neto transaccional pues permite analizar las operaciones a nivel del margen operativo; y agrega que de la revisión de la información financiera de las empresas independientes seleccionadas como comparables contenida en el Estudio Técnico de Precios de Transferencia del ejercicio 2007, no es posible establecer que el mismo tipo de costo esté siendo reflejado por las distintas empresas comparables, por lo que no resultaría apropiado comparar el margen bruto de la recurrente con los márgenes brutos de las otras empresas y tampoco resultaría posible realizar ajustes en tanto no se cuenta con el detalle de la composición de las cuentas que forman parte del costo de ventas y de los gastos operativos de las empresas comparables. Agrega la Administración que a fin de lograr una mayor y mejor comparabilidad entre las operaciones realizadas por la recurrente y aquellas realizadas entre empresas independientes era necesario efectuar un análisis a nivel de la utilidad operativa, que permita tener en cuenta los gastos de marketing y publicidad de la recurrente y de las compañías comparables, análisis que corresponde al método del margen neto transaccional.

Que refiere que el solo hecho de que exista una operación de reventa de bienes, no implica que deba aplicarse indefectiblemente el método del precio de reventa, pues su aplicación presupone que no existan diferencias entre las transacciones objeto de comparación que afecten los márgenes brutos obtenidos, supuesto que no ha ocurrido en el presente caso.

Que mediante escrito de alegatos la Administración reitera sus argumentos, y precisa que el método de precio de reventa requiere de un alto grado de comparabilidad a fin de causar discrepancias, y que resulta un método idóneo en tanto los distribuidores realicen funciones similares, lo que no sucede en el caso de autos, pues no se puede comparar en términos de márgenes brutos a un distribuidor que solo realiza funciones de logística (importación, almacenamiento, entrega), con otro distribuidor que además hace campañas de publicidad, dado que estas funciones impactarán definitivamente en el precio de venta.

Que al respecto se tiene que mediante Carta Nº 110021293033-01-SUNAT (folio 874) y Requerimiento Nº 0221110000114 (folio 808), notificados el 27 de julio de 2011, la Administración inició un procedimiento de fiscalización a la recurrente por el Impuesto a la Renta de tercera categoría del ejercicio 2007, producto de lo cual efectuó un ajuste al costo de ventas, por aplicación de las normas de precio de transferencia, al considerar que el método más apropiado que debió aplicarse es el método de margen neto transaccional y



# *Tribunal Fiscal*

**Nº 07821-9-2018**

no el método de precio de reventa, por lo que emitió la Resolución de Determinación N° 022-003-0030053 por el Impuesto a la Renta del ejercicio 2007 y la Resolución de Multa N° 022-002-0012627 (folios 906 a 909), por la infracción tipificada en el numeral 1 del artículo 178 del Código Tributario.

Que teniendo en consideración que de lo expuesto, se tiene que la materia controvertida en el presente caso consiste en determinar si el reparo efectuado por la Administración se encuentra arreglado a ley, para lo cual corresponderá determinar el método de valoración más apropiado aplicable a la recurrente a efectos de determinar el valor de mercado de las operaciones materia de reparo.

## **Resolución de Determinación N° 022-003-0030053**

Que como se advierte de los Anexos N° 01 y 02 a esta resolución de determinación (folios 906 y 908), el único reparo efectuado por la Administración es al costo de ventas, como consecuencia de un ajuste al mismo por un importe de S/ 1 530 930,00, por aplicación de las normas de precios de transferencia, sustentándose en el Resultado del Requerimiento N° 0222120019054, y citando como base legal a los artículos 32 y 32-A de la Ley del Impuesto a la Renta, y a los artículos 108 a 117 de su reglamento.

Que de autos se tiene que mediante los puntos 9 al 16 del Requerimiento N° 0222110006897 (folios 797 y 798), la Administración solicitó a la recurrente que exhibiera la documentación que sustente el Estudio Técnico de Precios de Transferencia, documentación e información de las partes vinculadas y la documentación que surja del carácter de la vinculación aludida, documentación que acredite sus operaciones realizadas con partes vinculadas, documentación que acredite los factores que influyen en la fijación de los precios, estados de costos de producción y costos de las mercancías y/o servicios vendidos o prestados, papeles de trabajo con el detalle de los cálculos efectuados para ajustar las diferencias resultantes de los criterios de comparabilidad, papeles de trabajo donde se deja constancia de la determinación del rango y el valor resultante de la aplicación de la metodología de cálculo, y cualquier otra documentación o información relevante que contribuya a acreditar que los precios utilizados en las transacciones con partes vinculadas son los que hubieran utilizado partes independientes en condiciones iguales o similares.

Que en el Anexo N° 1 al resultado del referido requerimiento (folio 795), la Administración dejó constancia que la recurrente exhibió la documentación e información requerida, y además indicó respecto a los estados de costos de producción y costos de las mercancías y/o servicios vendidos o prestados, que dicho punto no le es aplicable porque importa el concentrado y productos terminados a empresas del grupo para venderlos a terceros no vinculados.

Que posteriormente mediante el Anexo N° 1 al Requerimiento N° 0222120013681 (folio 792), la Administración requirió a la recurrente que presentara los Estados de Resultados por cada transacción definida en el Estudio Técnico de Precios de Transferencia del ejercicio 2007 (importación de jarabe concentrado y productos terminados, venta de concentrado, servicios administrativos y de marketing brindados, reembolso de gastos recibidos, y otros), incluyendo el costo de las mercaderías y/o servicios y la utilidad bruta, así como los gastos de cada transacción y la utilidad neta, segmentando los que corresponden a compras a partes vinculadas de los que no lo son.

Que en el Anexo N° 1 al Resultado del referido Requerimiento N° 0222120013681 (folio 790), la Administración dejó constancia que la recurrente exhibió un cuadro de ingresos y costos por línea de producto respecto del ejercicio 2007, más no por transacción definida, y que indicó que no le es posible identificar los gastos administrativos y de ventas de cada transacción, dado que su forma de operar no se lo permite, además que no se encuentra en la obligación de hacerlo, y agregó respecto a los servicios



# Tribunal Fiscal

Nº 07821-9-2018

administrativos y de marketing brindados que la información solicitada se encuentra en el propio Estudio Técnico de Precios de Transferencia.

Que mediante el punto 1 del Anexo N° 1 al Requerimiento N° 0222120019054 (folios 769 a 787), la Administración indicó que de la información y documentación presentada por la recurrente se advierte que durante el ejercicio 2007 la importación de concentrados y jarabes se realizó por un monto total de S/ 8 117 356,00, proveniente de sus vinculadas PCP Venezuela, PCM Puerto Rico y PCM Uruguay, luego de lo cual fueron vendidos exclusivamente a Ambev, empresa que se encarga de la producción, distribución y comercialización de las bebidas gaseosas en el mercado local; y asimismo señaló que durante el 2007 la recurrente también importó productos terminados por un total de S/ 291 616,00 de sus vinculadas BFSI y PCP Colombia, y fueron vendidas a empresas locales encargadas de la distribución;

y que los principales productos vendidos por la recurrente durante el ejercicio 2007 fueron los jarabes y concentrados, venta realizada a Ambev por un total de S/ 23 279 682,66. Agregó la Administración que la mayoría de las funciones de mercadeo de la recurrente se encuentran destinadas a preparar e implementar planes locales de ventas y mercadeo, principalmente la preparación (o diseño) de campañas promocionales de publicidad, así como investigaciones de mercadeo, y que una de las funciones más importantes que realiza la recurrente es el marketing de sus productos, con el que busca estimular la demanda para aumentar el consumo de sus gaseosas y mantener el posicionamiento de las marcas en la mente del consumidor, siendo que el importe de la cuenta 6592 – Marketing y Publicidad asciende a S/ 8 407 296,21 equivalente al 34,80% de las ventas netas, de acuerdo con el detalle consignado en el Anexo N° 2 al referido requerimiento (folio 768).

Que en relación a los métodos de precios de transferencia, la Administración señaló en el citado Requerimiento N° 0222120019054 que el método de precio de reventa (PR) con comparables internos no es apropiado al no comprar la recurrente concentrados y/o productos terminados de terceros, y agrega que "la aplicación del PR con comparables externos es posible, sin embargo la aplicación de este método requiere una categorización de los conceptos de costos y gastos en las empresas comparables similares a la recurrente, situación que no se puede determinar en el presente caso". Agregó que el costo de venta más los gastos de marketing no cubren el precio a valor de mercado, y que la función de marketing demuestra que la recurrente como revendedor efectuó actividad adicional además de la propia reventa, siendo que los gastos de marketing influyen negativamente en el margen de utilidad operativa. En ese sentido, la Administración concluyó que "el PR no sería el más adecuado para analizar la operación de importación de concentrado y/o productos terminados de partes relacionadas del exterior".

Que en cuanto al método del margen neto transaccional (MNT) la Administración indicó que las empresas pueden tener variaciones importantes en sus márgenes de utilidad bruta como es el caso de la recurrente, y de todas maneras tener niveles similares de utilidad operativa, y que "no es necesario reclasificar los libros y registros de la actividad mercantil al clasificar los costos y gastos", ya que sobre una base común se compara una utilidad operativa, siendo una característica importante de este método que "el estándar de comparabilidad requerido en el análisis no es muy rígido en términos de cualidades de producto y circunstancias económicas". En ese sentido, la Administración concluyó que "Para evaluar el carácter de valor de mercado de las operaciones sujetas a estudio se empleó el MNT, debido a que generalmente proporciona una medida de valor de mercado particularmente confiable en los casos en que la parte analizada o las compañías comparables no poseen ni desarrollan activos intangibles no rutinarios. Las empresas comparables serán las informadas por el contribuyente".

Que por lo antes señalado, la Administración concluyó en el citado Requerimiento N° 0222120019054 que corresponde efectuar un ajuste al costo de ventas de S/ 1 530 930,00<sup>2</sup> según el Anexo N° 06 adjunto (folio

<sup>1</sup> Alude a la recurrente.

<sup>2</sup> En ese sentido, el costo real de S/ 9 587 506,00 fue ajustado a S/ 8 056 576,00.



# Tribunal Fiscal

Nº 07821-9-2018

754), y que comunicaba sus observaciones a la recurrente a efecto que sustente por escrito con documentación, o de ser el caso, presente la declaración jurada rectificatoria del Impuesto a la Renta del ejercicio 2007.

Que en atención al Requerimiento Nº 0222120019054 la recurrente presentó el 19 de diciembre de 2012 un escrito (folios 600 a 617) en el que señaló que el método del precio de reventa resulta apropiado pues es el que mejor compatibiliza con sus operaciones, cuenta con la mejor información disponible y con comparables apropiados y requiere de menos ajustes, y corresponde a una aplicación correcta de las normas previstas en la Ley del Impuesto a la Renta y su reglamento así como en las directrices de la OCDE aplicables a precios de transferencia. Agregó que no se ha acreditado la configuración de ninguno de los supuestos normativos para la aplicación del método del margen neto transaccional, y en cuanto al marketing, indicó que es esencial para todos los casos de comercializados de productos, por lo que no puede servir como razón esencial para descartar la aplicación del precio de reventa, máxime cuando tales gastos se realizan con terceros no vinculados.

Que en el Anexo Nº 1 al Resultado del referido requerimiento (folios 746 a 752), la Administración dejó constancia del escrito presentado por la recurrente, no obstante, reiteró sus conclusiones desarrolladas en el referido requerimiento sobre la aplicación del método del margen neto transaccional, y mantuvo el reparo, concluyendo que *"el PR no sería el método más adecuado para analizar la operación e importación de concentrado y/o productos terminados de partes relacionadas en el exterior"* y que el método de margen neto transaccional es *"el que mejor compatibiliza con el giro de negocio del contribuyente, el cual se dedica a la importación, comercialización, distribución asumiendo adicionalmente la función de marketing, todo lo anterior hace compleja la actividad realizada por el contribuyente"*.

Que al respecto, tanto la recurrente como la Administración reconocen la aplicación de las normas de precios de transferencia al caso de autos, siendo que la Administración ha utilizado las mismas compañías comparables utilizadas por la recurrente (entidades domiciliada en el extranjero), tal como se aprecia en la Tabla 5 del Estudio Técnico de Precios de Transferencia del ejercicio 2007 (folio 157) y en el Resultado del Requerimiento Nº 0222120019054 (folios 747 y 748); y en ese sentido, la controversia se centra en determinar en el presente caso cuál es el método de valoración más apropiado en las adquisiciones de concentrados y jarabes y productos terminados, teniendo en cuenta la información proporcionada y las funciones desarrolladas, pues la recurrente considera que es el método de precio de reventa, mientras que la Administración considera que es el método del margen neto transaccional.

Que de conformidad con el artículo 32 de la Ley del Impuesto a la Renta, aprobado mediante Decreto Supremo Nº 179-2004-EF, en los casos de ventas, aportes de bienes y demás transferencias de propiedad, de prestación de servicios y cualquier otro tipo de transacción a cualquier título, el valor asignado a los bienes, servicios y demás prestaciones, para efectos del Impuesto, será el de mercado, y si el valor asignado difiere al de mercado, sea por sobrevaluación o subvaluación, la SUNAT procederá a ajustarlo tanto para el adquirente como para el transferente.

Que la norma citada agrega en su numeral 4 que para los efectos de la referida ley, para las transacciones entre partes vinculadas o que se realicen desde, hacia o a través de países o territorios de baja o nula imposición, se considera valor de mercado los precios y monto de las contraprestaciones que hubieran sido acordados con o entre partes independientes en transacciones comparables, en condiciones iguales o similares, de acuerdo a lo establecido en el artículo 32-A.

Que por su parte, el inciso a) del artículo 32-A referido, disponía que en la determinación del valor de mercado de las transacciones a que se refiere el numeral 4) del artículo 32 citado, las normas de precios de transferencia serán de aplicación cuando la valoración convenida hubiera determinado un pago del

Q.

P

/



# *Tribunal Fiscal*

Nº 07821-9-2018

Impuesto a la Renta, en el país, inferior al que hubiere correspondido por aplicación del valor de mercado, siendo que en todo caso, resultarán de aplicación en los siguientes supuestos: 1) cuando se trate de operaciones internacionales en donde concurren dos o más países o jurisdicciones distintas, 2) cuando se trate de operaciones nacionales en las que, al menos, una de las partes sea un sujeto inafecto, salvo el Sector Público Nacional; goce de exoneraciones del Impuesto a la Renta, pertenezca a regímenes diferenciales del Impuesto a la Renta o tenga suscrito un convenio que garantiza la estabilidad tributaria, o 3) cuando se trate de operaciones nacionales en las que, al menos, una de las partes haya obtenido pérdidas en los últimos 6 ejercicios gravables.

Que de acuerdo con el inciso d) del artículo 32-A citado, las transacciones a que se refiere el numeral 4) del artículo 32 son comparables con una realizada entre partes independientes, en condiciones iguales o similares, cuando se cumple al menos una de las dos condiciones siguientes: (i) que ninguna de las diferencias que existan entre las transacciones objeto de comparación o entre las características de las partes que las realizan pueda afectar materialmente el precio, monto de contraprestaciones o margen de utilidad; o (ii) que aun cuando existan diferencias entre las transacciones objeto de comparación o entre las características de las partes que las realizan, que puedan afectar materialmente el precio, monto de contraprestaciones o margen de utilidad, dichas diferencias pueden ser eliminadas a través de ajustes razonables. La norma agrega que para determinar si las transacciones son comparables se tomarán en cuenta aquellos elementos o circunstancias que reflejen en mayor medida la realidad económica de las transacciones, dependiendo del método seleccionado, considerando, entre otros, los siguientes elementos: (i) las características de las operaciones; (ii) las funciones o actividades económicas, incluyendo los activos utilizados y riesgos asumidos en las operaciones, de cada una de las partes involucradas en la operación; (iii) los términos contractuales; (iv) las circunstancias económicas o de mercado; (v) las estrategias de negocios, incluyendo las relacionadas con la penetración, permanencia y ampliación del mercado; e indica que cuando para efectos de determinar transacciones comparables, no se cuente con información local disponible, los contribuyentes pueden utilizar información de empresas extranjeras, debiendo hacer los ajustes necesarios para reflejar las diferencias en los mercados.

Que el inciso e) del referido artículo 32-A dispone que los precios de las transacciones sujetas al ámbito de aplicación de este artículo serán determinados conforme a cualquiera de los siguientes métodos internacionalmente aceptados, para cuyo efecto deberá considerarse el que resulte más apropiado para reflejar la realidad económica de la operación: 1) precio comparable no controlado, 2) precio de reventa, 3) costo incrementado, 4) partición de utilidades, 5) método residual de partición de utilidades, y 6) margen neto transaccional.

Que en cuanto al método del precio de reventa, el numeral 2 del citado inciso e) señala que consiste en determinar el valor de mercado de adquisición de bienes y servicios en que incurre un comprador respecto de su parte vinculada, los que luego son objeto de reventa a una parte independiente, multiplicando el precio de reventa establecido por el comprador por el resultado que proviene de disminuir, de la unidad, el margen de utilidad bruta que habitualmente obtiene el citado comprador en transacciones comparables con partes independientes o en el margen que habitualmente se obtiene en transacciones comparables entre terceros independientes. El margen de utilidad bruta del comprador se calculará dividiendo la utilidad bruta entre las ventas netas; y respecto al método del margen neto transaccional el numeral 6 del citado inciso e) indica que consiste en determinar la utilidad que hubieran obtenido partes independientes en operaciones comparables, teniendo en cuenta factores de rentabilidad basados en variables, tales como activos, ventas, gastos, costos, flujos de efectivo, entre otros.

Que según el inciso h) del citado artículo 32-A, para la interpretación de lo dispuesto en dicho artículo, serán de aplicación las Guías sobre Precios de Transferencia para Empresas Multinacionales y Administraciones Fiscales, aprobadas por el Consejo de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico



# Tribunal Fiscal

Nº 07821-9-2018

(OCDE), en tanto las mismas no se opongan a las disposiciones aprobadas por la Ley del Impuesto a la Renta.

Que de otro lado, el artículo 113 del Reglamento de la Ley del Impuesto a la Renta, aprobado mediante Decreto Supremo N° 122-94-EF, según texto aplicable al caso de autos, disponía que a efectos de establecer el método de valoración que resulte más apropiado para reflejar la realidad económica de la operación, a que se refiere el inciso e) del artículo 32-A de la Ley, se considerará, entre otros, el que:

- a) Mejor compatibilice con el giro del negocio, la estructura empresarial o comercial de la empresa o entidad, siendo que entre los criterios relevantes que pueden considerarse se encuentran, entre otros:
  - Método del precio de reventa: *“Compatibiliza con operaciones de distribución, comercialización o reventa de bienes que no han sufrido una alteración o modificación sustantiva o a los cuales no se les ha agregado un valor significativo”.*
  - Método del margen neto transaccional: *“Compatibiliza con operaciones complejas en las que existen prestaciones o funciones desarrolladas por las partes que se encuentran estrechamente integradas o relacionadas entre sí, cuando no pueda identificarse los márgenes brutos de las operaciones o cuando sea difícil obtener información confiable de alguna de las partes involucradas en la transacción. No compatibiliza con aquellas transacciones que involucren un intangible valioso”.*
- b) Cuenten con la mejor calidad y cantidad de información disponible para su adecuada aplicación y justificación.
- c) Contemple el más adecuado grado de comparabilidad entre partes, transacciones y funciones.
- d) Requiera el menor nivel de ajustes a los efectos de eliminar las diferencias existentes entre los hechos y las situaciones comparables.

Que respecto a los métodos de valoración, la legislación del Impuesto a la Renta dispone que deberá aplicarse cualquiera de ellos, siempre que resulte ser el más apropiado para reflejar la realidad económica de la operación, debiendo considerarse el que compatibilice mejor con el giro del negocio, la estructura empresarial o comercial de la empresa o entidad, que cuente con la mejor calidad y cantidad de información disponible, que contemple el más adecuado grado de comparabilidad entre partes, transacciones y funciones, y que requiera el menor nivel de ajustes.

Que según las normas del Impuesto a la Renta antes señaladas, el método del precio de reventa compatibiliza, entre otros, con operaciones de reventa de bienes, y consiste, en términos generales, en determinar el valor de mercado por la adquisición de bienes en que incurre un comprador respecto de su parte vinculada, los que luego son objeto de reventa a un tercero independiente. Tal método no resulta aplicable a operaciones de reventa de bienes que han sufrido una alteración o modificación sustantiva o a los cuales se les ha agregado un valor significativo.

Que por su parte, las “Directrices aplicables en materia de precios de transferencia a empresas multinacionales y a Administraciones Tributarias” publicadas por la OCDE, y aplicables para la interpretación del artículo 32-A de la Ley del Impuesto a la Renta, en relación a los métodos de valoración, aluden a los métodos tradicionales basados en las operaciones y a los métodos del beneficio de la operación, encontrándose dentro de los primeros los métodos del precio libre comparable, precio de reventa y costo incrementado, y dentro de los segundos, los métodos de reparto de beneficio y margen neto de la operación (o margen neto transaccional).

Que en relación al método del precio de reventa, las directrices señalan (párrafo 2.14) que *“se inicia con el precio al que se ha comprado a una empresa asociada un producto que es revendido a una empresa independiente. Este precio (el precio de reventa), entonces, se reduce en un margen bruto adecuado (el*

D.

P

/



# Tribunal Fiscal

Nº 07821-9-2018

*"margen del precio de reventa o "margen de reventa") representativo de la cuantía con la que el revendedor pretendería cubrir sus costes de venta y sus gastos de explotación y, en función de las tareas desarrolladas (considerando los activos utilizados y los riesgos asumidos), obtener un beneficio apropiado. El resultado derivado de sustraer el margen bruto puede entenderse que constituye, después de realizar los ajustes para tener en cuenta costes asociados a la compra del producto (por ejemplo, los derechos de aduana), un precio de plena competencia en la transmisión originaria de los activos entre las empresas asociadas. Este método probablemente sea más útil cuando se aplica a actividades de comercialización".*

Que agregan las citadas directrices (párrafo 2.49) que *"Los métodos tradicionales basados en la operación constituyen el medio más directo para precisar si las condiciones de las relaciones comerciales y financieras entre empresas asociadas responden a las de plena competencia. Por tanto, estos métodos tradicionales son preferibles a otros. Sin embargo, las complejidades de las situaciones reales de las actividades empresariales pueden implicar dificultades en la forma de aplicar los métodos tradicionales. En esas situaciones excepcionales en las que no existen datos disponibles o los disponibles no son de suficiente calidad como para confiar, únicamente o de forma absoluta, en los métodos tradicionales, puede resultar necesario preguntarse si --y en qué condiciones--, se pueden utilizar otros métodos".*

Que asimismo las mencionadas directrices (párrafos 3.49 y 3.50) señalan que *"Los métodos tradicionales son preferibles a los métodos basados en la utilidad de operación a efectos de determinar si un precio de transferencia es un precio de plena competencia (...) Hoy por hoy, la experiencia demuestra que, en la mayoría de los casos, pueden aplicarse los métodos tradicionales basados en las operaciones. Sin embargo, se producen casos en los que los métodos tradicionales no pueden aplicarse solos o, excepcionalmente, no pueden aplicarse en absoluto. Estos casos deben considerarse como una última opción. Únicamente surgen cuando no existen suficientes datos de operaciones no vinculadas (probablemente debido a un comportamiento, por parte del contribuyente, nada cooperativo en la aplicación de estas Directrices) o cuando esos datos no se consideran fiables o las circunstancias de la situación económica son muy particulares (...). En consecuencia, (...) el criterio general es que hay que tratar de evitar la utilización de los métodos del beneficio de la operación"*<sup>3</sup>.

Que a folios 1 a 215 obra el Estudio Técnico de Precios de Transferencia del ejercicio 2007, y en el análisis funcional se señala que la recurrente llevó a cabo, entre otras, las siguientes actividades y funciones: 1) Compra, distribución y ventas: durante el año 2007 la recurrente importó concentrado y jarabes provenientes de sus vinculadas PCP Venezuela, PCM Puerto Rico y PCM Uruguay, luego de lo fueron almacenados y refrigerados en los almacenes de y posteriormente vendidos exclusivamente a Ambev, empresa encargada de la producción, distribución y comercialización de las bebidas gaseosas, y asimismo, durante dicho ejercicio la recurrente importó productos terminados, provenientes de sus vinculadas BFSY y PCP Colombia, luego de lo cual fueron vendidos a empresas locales tales como , empresas encargadas de su distribución, 2) mercadeo y publicidad: la mayoría de las funciones de mercadeo de la recurrente se encuentran destinadas a preparar e implementar planes locales de ventas y mercadeo, principalmente la preparación (o diseño) de campañas promocionales de publicidad, así como investigaciones de mercado, siendo una de las funciones más importantes que realiza la recurrente la de marketing de sus productos, con la que busca estimular la demanda para aumentar el consumo de sus gaseosas, así como para mantener el posicionamiento de las marcas en la mente del consumidor, y 3) administración y finanzas. Se agrega en este estudio que los servicios administrativos y de marketing comprenden servicios de finanzas, operaciones, marketing, logística y ventas brindados por la recurrente a sus vinculadas con el objetivo de promover el consumo y las ventas de sus productos, y la correcta administración y gerenciamiento de los negocios.

<sup>3</sup> Como métodos del beneficio de la operación, las mencionadas directrices consideran al método de reparto de beneficio y al método del margen neto de la operación (margen neto transaccional).



# Tribunal Fiscal

Nº 07821-9-2018

Que en el rubro "selección de los métodos más apropiados" del citado Estudio Técnico de Precios de Transferencia del ejercicio 2007 se señala que se analizarán las importaciones de concentrado y productos terminados usando el método de precio de reventa con comparables externos<sup>4</sup> debido a que es un distribuidor que no añade valor a los productos que compra y además no posee intangibles valiosos no rutinarios que afecten las utilidades obtenidas de los productos que revende, y que el método de margen neto transaccional no es el más adecuado para analizar las transacciones de importación de jarabe concentrado y de productos terminados ni la venta de concentrado a PCP, pues estaría incluyendo elementos distintos a la naturaleza económica de dicha actividad, generando así resultados con distorsiones. Se agrega en este rubro que el método de margen neto transaccional sí es el más adecuado para las transacciones de servicios administrativos y de marketing brindados, así como en el caso de los servicios de backoffice recibidos, pues dichos servicios no están incluidos en la actividad principal del negocio.

Que en la Tabla 4 del citado Estudio (folio 173) se consigna un resumen de las transacciones intercompañía, y de lo señalado en el rubro "selección de los métodos más apropiados" se tiene lo siguiente:

| Parte Relacionada | Transacción                                        | Método Utilizado               |
|-------------------|----------------------------------------------------|--------------------------------|
|                   | Importación de jarabe concentrado                  | Precio de Reventa              |
|                   | Importación de productos terminados                |                                |
|                   | Venta de concentrado <sup>5</sup>                  |                                |
|                   | Servicios administrativos y de marketing brindados | Margen Neto Transaccional      |
|                   | Pago de intereses                                  | Precio Comprable No Controlado |
|                   | Servicios backoffice recibidos                     | Margen Neto Transaccional      |

Que como se advierte, si bien la recurrente durante el ejercicio 2007 realizó diversas transacciones con partes vinculadas, no obstante, las únicas transacciones cuestionadas por la Administración estuvieron relacionadas a las operaciones de importación de jarabes, concentrados y productos terminados.

Que en el Estudio Técnico de Precios de Transferencia del ejercicio 2007 se indica que se ha determinado que el precio de reventa es el método más apropiado para evaluar los resultados obtenidos por las citadas transacciones, obteniendo como resultado que el margen bruto promedio ponderado ajustado para la muestra de compañías independientes de distribución (seis empresas), era de 10.79% a 24.05% con un rango intercuartil de 12.36% a 21.63% y una mediana de 18.56% y durante el ejercicio 2007 la recurrente obtuvo un margen bruto de 61.27% en sus actividades de distribución, el cual no es inferior al rango obtenido de las empresas seleccionadas como comparables y por ende no generaba un perjuicio fiscal (folios 156 a 159).

<sup>4</sup> Se indica que como la recurrente no ha llevado a cabo compras similares a terceros, se descartó la utilización del precio de reventa con comparables internos. Se añade que la comparabilidad con terceros independientes es posible debido a que las empresas distribuidoras tienen funciones similares y sus gastos administrativos no están asociados a actividades adicionales que generen distorsiones en sus márgenes.

<sup>5</sup> Respecto a este rubro, en el Estudio Técnico de Precios de Transferencia se menciona que durante el ejercicio 2007 la recurrente dejó de comercializar concentrados de gatorade, pues pasaron ser comercializados solamente por PCP. Por tal motivo, las importaciones del citado concentrado que la recurrente había realizado previamente de sus vinculadas y los saldos de concentrado que mantenía, fueron vendidos a PCP, venta que se consideró de carácter extraordinario.

<sup>6</sup> Relacionando la Utilidad Bruta con las Ventas.



# Tribunal Fiscal

Nº 07821-9-2018

Que no obstante la Administración considera que el método de valoración más adecuado que debió aplicarse era el margen neto transaccional y no el precio de reventa.

Que como se indicó, en el Resultado de Requerimiento N° 0222120019054, que sustentan la Resolución de Determinación N° 022-003-0030053, la Administración reconoce que la aplicación del método del precio de reventa con comparables externos es posible, sin embargo, considera que "(...) la aplicación de este método requiere una categorización de los conceptos de costos y gastos en las empresas comparables similares a la de situación que no se puede determinar en el presente caso. "El margen de reventa" representa el monto con el cual el revendedor pretende cubrir su costo de venta, el mismo que una vez deducidos otros gastos relacionados con la compra (por ejemplo, gastos generales de administración y comercialización determina el precios de plena concurrencia o precio a valor de mercado. En el presente caso el costo de ventas más los gastos de marketing de tampoco cubre el precio de plena concurrencia o precio de valor de mercado. La función de marketing demuestra que como revendedor efectuó actividad adicional además de la propia reventa, siendo los gastos de marketing por un importe total de S/ 8 407 296,21, lo cual influye negativamente en el margen de utilidad operativa, considerando que adicional a dichos gastos tiene otros gastos administrativos y de ventas. Este método demuestra discrepancias las cuales están basadas en la fijación del margen del revendedor, sobre todo cuando el revendedor desarrolla algunas actividades adicionales, como marketing"(...) En relación a la publicidad, si bien es un gasto en las empresas distribuidoras, estas debería desarrollarse en su Canal de Distribución, sin embargo, tal como la ha señalado su ETPT 2007 su función de mercadeo se encuentra destinada a preparar e implementar planes locales de ventas y mercadeo, principalmente la preparación (o diseño) de campañas promocionales de publicidad, así como investigaciones de mercado, agregando que además de estimular la demanda para aumentar el consumo de sus gaseosas, es la de mantener el posicionamiento de las marcas en la mente del consumidor (...)"

Que la Administración sustenta lo señalado en el párrafo anterior en los párrafos 2.22 y 2.24 de las directrices de la OCDE. Al respecto, el párrafo 2.22 citado por la Administración indica lo siguiente: "(...) Otro ejemplo en el que el margen de reventa exige particular cuidado es cuando el revendedor contribuye sustancialmente a la creación o a la conservación de activos intangibles asociados al producto (por ejemplo, marcas o nombres comerciales), propiedad de una empresa asociada. En tales casos, la contribución de los bienes originalmente transferidos al valor del producto final no puede ser evaluada fácilmente". Asimismo, el párrafo 2.24 señala que: "Debería esperarse que la cuantía del margen de reventa dependa de las tareas ejercidas por el revendedor. Estas funciones pueden variar mucho, desde el caso en que el revendedor realiza servicios mínimos como agente de transporte, hasta el caso en que asume la totalidad de los riesgos de la propiedad de los bienes junto con la plena responsabilidad y los riesgos derivados de la publicidad, comercialización, distribución y garantía de éstos, de la financiación de existencias y de otros servicios complementarios (...) Sin embargo, el grado de actividad desplegada por el revendedor, ya sea mínimo o sustancial, debería estar bastante apoyado por pruebas concluyentes. Entre éstas se encontrarían: la justificación de gastos de comercialización que pudieran considerarse desproporcionadamente altos; por ejemplo, cuando se haya incurrido en parte o en la mayoría de los gastos de promoción en concepto de servicio realizado en favor del propietario legal de la marca comercial".

Que por lo expuesto el argumento de la Administración se basa, entre otros, en que las funciones de marketing desarrolladas por la recurrente evidencia una actividad adicional de la propia reventa de los bienes adquiridos cuyo importe es significativo y afecta el margen del revendedor.

Que en el Estudio Técnico de Precios de Transferencia del ejercicio 2007 se señala que la recurrente realiza actividades de mercadeo y publicidad con el fin de promover los productos que vende y estimular la



# *Tribunal Fiscal*

Nº 07821-9-2018

demanda para aumentar el consumo de sus gaseosas y mantener el posicionamiento de sus marcas en la mente del consumidor, observándose que los gastos de marketing y publicidad<sup>7</sup>, ascienden a S/ 8 407 296,21 (folio 768) que representa el 34.80% de sus ventas netas

Que según las normas del Impuesto a la Renta antes citadas el método del precio de reventa compatibiliza, con operaciones de comercialización o reventa de bienes que no hayan sufrido una alteración<sup>8</sup> o modificación sustantiva<sup>9</sup> o a los cuales se les ha agregado un valor significativo, no obstante en el caso de autos a los bienes se les ha agregado un valor importante con la inversión en la publicidad desarrollada, lo cual representa más de la tercera parte del precio de venta, lo que evidencia que el precio de reventa se ve afectado por la publicidad<sup>9</sup>, por lo que se puede concluir que si los gastos son de importante cuantía, el método utilizado por la recurrente no resulta apropiado.

Que asimismo la Administración indica que la estructura de costos y gastos de las empresas comparables no estaba suficientemente determinada por la recurrente en su estudio de precios de transferencia para la aplicación del método del precio de reventa. Al respecto, se debe indicar que en efecto tal hecho impide en el presente caso una adecuada aplicación y justificación del método utilizado, toda vez los gastos de marketing y publicidad influyen en el margen de la utilidad operativa de la recurrente, sin que se aprecie que dicha variable de gastos figure en la estructura de costos y gastos de las empresas comparables, más aun cuando dichos gastos ascendieron a un 34.80% de las ventas, y en el informe de precios de transferencia en la sección de identificación de comparables para la actividad de distribución se indica que a lo largo del proceso de búsqueda y revisión se eliminaron 67 compañías, entre otros, a las compañías con cocientes de gastos de publicidad sobre ventas mayores al 5% (folios 97 y 98), por lo que la fiabilidad del método empleado se ve afectado por la comparación de las funciones desarrolladas por la recurrente y las empresas comparables.

Que la Administración también sostiene que el método del precio de reventa no es apropiado cuando el revendedor realiza gastos significativos de publicidad y marketing destinados a promover el consumo y las ventas de sus productos en el consumidor. Sobre el particular debe indicarse que en el estudio de precios de transferencia (folio 174) se indica que en el desarrollo de sus actividades la recurrente empleó marcas que son de propiedad de [redacted] y que el éxito de las operaciones comerciales en el Perú se basan hasta cierto punto en el prestigio de las marcas que soportan sus productos, de lo que se desprende que el método utilizado por la recurrente no es el más apropiado, toda vez que la recurrente realiza actividades de mercadeo y publicidad con el fin, entre otros, de mantener el posicionamiento de sus marcas en la mente del consumidor, y tal como se señala en las directrices de la OCDE que establecen que el margen de reventa exige particular cuidado cuando el revendedor contribuye sustancialmente a la conservación de activos intangibles asociados a las marcas o nombres comerciales de propiedad de una empresa asociada, y que se requiere la justificación de los gastos que pudieran considerarse desproporcionadamente altos.

Que si bien, en el resultado también se indica que el costo de ventas más los gastos no cubren los ingresos por ventas, lo que se corrobora de los datos reflejados en la declaración jurada del Impuesto a la Renta del ejercicio 2007, presentada mediante Formulario PDT 660 N° 271220 (folios 675 a 679), no se puede sostener que el reparo de la Administración se deba a la existencia de pérdidas en el ejercicio 2007, sino

<sup>7</sup> Conformado por marketing y publicidad cooperativo registrado en la cuenta 65928, y marketing y publicidad unilateral registrado en la cuenta 65929, según se aprecia del Anexo N° 02 al Requerimiento N° 0222120019054 (folio 768).

<sup>8</sup> La recurrente en su escrito de 19 de diciembre de 2012, señala que el único supuesto en el que se descarta el método del precio de reventa es cuando la actividad del revendedor involucra además una alteración física que evidencie un cambio sustancial en el bien (folio 611).

<sup>9</sup> En el Escrito de 7 de junio de 2010 la recurrente señala que las compañías que gastan montos significativos en publicidad podrían estar desarrollando intangibles de mercadeo no rutinarios.



# *Tribunal Fiscal*

Nº 07821-9-2018

como se ha explicado anteriormente a que el método utilizado por la recurrente no fue el más apropiado, por lo que los argumentos señalados por la recurrente en sentido contrario carecen de sustento.

Que en el Estudio de Precios de Transferencia (folio 161), se indica que el cociente entre el margen operativo y las ventas es normalmente un buen indicador de los ingresos totales de una actividad de negocios, especialmente para actividades que no requieren altos niveles de inversión en activos fijos, y es fácil de medir, y dicha medida incluye tanto los gastos operativos como el costo de la mercadería vendida y por lo tanto es menos sensible que el margen bruto a sufrir distorsiones por diferencias en las funciones desarrolladas o en los métodos contables utilizados.

Que por lo tanto resulta razonable que la Administración haya preferido aplicar el método del margen neto transaccional sobre la base de las empresas comparables elegidas en el Estudio Técnico de Precios de Transferencia del ejercicio 2007, aplicando el margen de utilidad operativa sobre ventas (MUO), al exigir dicho método un menor nivel de ajustes a efectos de eliminar las diferencias de registros de costos y gastos, y porque en el caso de autos los gastos de marketing destinados a promover los productos que vende, estimular la demanda para aumentar el consumo de sus gaseosas y mantener el posicionamiento de sus marcas hace compleja la actividad de la recurrente. Por consiguiente, al haberse determinado que el MUO obtenido por la recurrente durante el ejercicio 2007 se encontraba fuera del rango intercuartil del MUO ajustado de las compañías comparables, se tiene que las operaciones analizadas no se realizaron a valor de mercado, y en consecuencia corresponde mantener el reparo efectuado y confirmar la resolución apelada.

Que la recurrente señala que, si bien en algunos casos la realización de funciones de publicidad y marketing pueden justificar que se efectúe una comparación a nivel operativo, siempre que dichos desembolsos incrementen en forma sustancial el valor del producto comercializado y las empresas comparables presenten el mismo tipo de gasto a nivel operativo, y estos sean de una misma magnitud, lo que en su caso no se configura pues dichos gastos son indispensables para garantizar el normal desarrollo de sus operaciones, porque la Administración no ha acreditado el efecto de los referidos gastos en el incremento del valor en el producto comercializado, haciendo solo referencia al porcentaje que dichos gastos representan respecto de las ventas netas, y sin considerar que tales gastos son mínimos comparados a los incurridos por sus competidores en el mercado peruano. Al respecto se debe señalar que, el hecho de que los gastos de marketing sean indispensables, no significa que no tenga incidencia en la elección del método más adecuado para determinar el valor de mercado de las operaciones de importación de jarabes, concentrados y productos terminados, más aún cuando en este caso se ha demostrado que gastos de marketing y publicidad representan el 34.80% de sus ventas netas.

Que asimismo, la recurrente argumenta que la Administración no ha probado que existan diferencias contables a nivel de costos y gastos entre ella y las empresas comparables que obligara la aplicación del método del margen neto transaccional, y que correspondía a esta demostrar que no pueden identificarse los márgenes brutos de las operaciones o que es difícil obtener información confiable de alguna de las partes involucradas, lo que no hizo, por lo que resulta inaceptable que en la presente instancia recién haga cuestionamientos sobre comparables y datos proporcionados durante la fiscalización, siendo contradictorio que por un lado realice dichos cuestionamientos y que por el otro haga uso de la información vinculada a las empresas comparables a efectos de determinar el monto del ajuste. Sobre el particular se debe precisar que en la Administración evidenció que la proporción de los gastos de marketing no se podía determinar en la estructura de costos y gastos de las empresas comparables, por lo que el método elegido por la recurrente no es el más adecuado, y que el cuestionamiento a los comparables elegidos por la recurrente es respecto de la aplicación del método del precio de reventa y no respecto del método del margen neto transaccional, en el cual el gasto por marketing y publicidad constituye una variable menos sensible que al aplicar un método de comparación de márgenes brutos.



# Tribunal Fiscal

Nº 07821-9-2018

## Resolución de Multa Nº 022-002-0012627

Que la Resolución de Multa 022-002-0012627 (folio 907) fue girada por la comisión de la infracción tipificada en el numeral 1 del artículo 178 del Texto Único Ordenado del Código Tributario, vinculada con el Impuesto a la Renta del ejercicio 2007.

Que de acuerdo con la citada norma, constituía infracción relacionada con el cumplimiento de las obligaciones tributarias, el no incluir en las declaraciones ingresos y/o remuneraciones y/o retribuciones y/o rentas y/o patrimonio y/o actos gravados y/o tributos retenidos o percibidos, y/o aplicar tasas o porcentajes o coeficientes distintos a los que les corresponde en la determinación de los pagos a cuenta o anticipos, o declarar cifras o datos falsos u omitir circunstancias en las declaraciones, que influyan en la determinación de la obligación tributaria; y/o que generen aumentos indebidos de saldos o pérdidas tributarias o créditos a favor del deudor tributario y/o que generen la obtención indebida de Notas de Crédito Negociables u otros valores similares, la misma que según la Tabla I<sup>10</sup> del citado código, es sancionada con una multa equivalente al 50% del tributo omitido, o 50% del saldo o crédito determinado indebidamente o 15% de la pérdida indebidamente declarada.

Que teniendo en consideración que la Resolución de Multa 022-002-0012627 se sustenta en el reparo contenido en la Resolución de Determinación Nº 022-003-0030053, el que ha sido mantenido en la presente instancia, corresponde emitir similar pronunciamiento respecto a dicha resolución de multa.

Que el Informe Oral se realizó con la presencia de los representantes de ambas partes, conforme se acredita con la Constancia del Informe Oral Nº 1472-2018-EF/TF (folio 1010).

Con los vocales Queuña Díaz, Sarmiento Díaz y Villanueva Arias con su voto discrepante, e interviniendo como ponente la vocal Villanueva Arias.

## RESUELVE:

**CONFIRMAR** la Resolución de Intendencia Nº 0250140017667/SUNAT de 9 de agosto de 2013.

Regístrese, comuníquese y remítase a la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria, para sus efectos.

  
QUEUÑA DÍAZ  
VOCAL PRESIDENTE

  
SARMIENTO DÍAZ  
VOCAL

  
Huerta Llaños  
Secretario Relator  
VA/HLL/VLL/mpe.

<sup>10</sup> Aplicable a la recurrente según su Comprobante de Información Registrada (folio 984).



# Tribunal Fiscal

Nº 07821-9-2018

## VOTO DISCREPANTE DE LA VOCAL VILLANUEVA ARIAS:

Que en el Requerimiento N° 0222120019054 y en su Resultado, que sustentan la Resolución de Determinación N° 022-003-0030053, la Administración reconoce que la aplicación del método del precio de reventa con comparables externos es posible, sin embargo, descarta el mismo limitándose a señalar que *"la aplicación de este método requiere una categorización de los conceptos de costos y gastos en las empresas comparables similares a la de situación que no se puede determinar en el presente caso"*. Como se advierte, la Administración no señala algún sustento adicional.

Que otro argumento que señala la Administración para descartar el método del precio de reventa es que *"el costo de venta más los gastos de marketing de tampoco cubre el precio de plena concurrencia o precio a valor de mercado"*, sin señalar mayor sustento. No obstante, en el supuesto que la Administración aluda al importe de costo (S/ 9 587 506,00<sup>11</sup>) señalado por la recurrente en su escrito presentado el 16 de octubre de 2012 y en la Tabla 6 del Estudio Técnico de Precios de Transferencia<sup>12</sup> (folios 156, 584 y 585), y a los gastos de marketing de S/ 8 407 296,21<sup>13</sup>, y que considere como "precio de plena concurrencia o precio a valor de mercado" a los ingresos consignados (S/ 24 700 159,00<sup>14</sup>), se aprecia, que contrariamente a lo señalado por la Administración, este último importe es superior a los citados costos y gastos.

Que asimismo, en el citado Requerimiento N° 0222120019054 y en su Resultado la Administración señala como otro argumento para descartar el precio de reventa, que la recurrente, además de la reventa, realizó una actividad adicional (marketing), y que los gastos de marketing por S/ 8 407 296,21 influye negativamente en el margen de utilidad operativa. Al respecto, cabe señalar que la actividad adicional no está en discusión, pues en el Estudio Técnico de Precios de Transferencia, se señala que la recurrente, además de las actividades de compra (de jarabe, concentrados, y productos terminados), distribución y venta, realiza actividades de mercadeo y publicidad, pues como se indica en dicho estudio, la recurrente realiza diversas actividades con el fin de promover los productos que vende y con el marketing busca estimular la demanda para aumentar el consumo de sus gaseosas y mantener el posicionamiento de sus marcas en la mente del consumidor.

Que ahora bien, en cuanto al importe de S/ 8 407 296,21 cabe señalar que si bien la recurrente lo registra como gastos de marketing (cuenta 6592), importe comprendido dentro del importe total de gastos de ventas y administrativos (S/ 20 450 373,00), no obstante, y tal como se indicó, la recurrente realiza actividad de marketing, siendo que incluso realiza operaciones de marketing con sus empresas vinculadas, conforme se aprecia del cuadro antes señalado, operaciones respecto de las cuales la Administración no ha efectuado cuestionamiento alguno. En efecto, en el Anexo N° 01 al citado Requerimiento N° 0222120019054, la Administración reconoce que la recurrente brinda servicios administrativos y de marketing a empresas vinculadas, y por los cuales le reconoce unos gastos por S/ 4 311 676,18, motivo por el cual procede a deducir este importe del total de gastos de ventas y administrativos, y considera que los gastos de ventas y administrativos vinculados a la importación de concentrados y/o productos terminados y venta de concentrado asciende a S/ 16 168 696,00. De otro lado, como se aprecia del Anexo N° 02 al Requerimiento

<sup>11</sup> Costo de ventas por S/ 9 076 149,53 y costos extraordinarios por S/ 511 355,64.

El importe de S/ 9 587 506,00 fue considerado por la Administración como "costos reales", según se aprecia del Anexo N° 06 al Requerimiento N° 0222120019054 (folio 754).

<sup>12</sup> Tabla denominada "MB de importación de jarabe concentrado y productos terminados y venta de concentrado" que es recogida en el Anexo N° 01 al Requerimiento N° 0222120019054 (folio 771)

<sup>13</sup> Importe registrado en la cuenta 6592, según se consigna en el Anexo N° 02 al Requerimiento N° 0222120019054 (folio 768).

<sup>14</sup> Importe considerado por la Administración como ventas netas, según se aprecia del Anexo N° 06 al Requerimiento N° 0222120019054 (folio 754).



# Tribunal Fiscal

Nº 07821-9-2018

Nº 0222120019054 (folio 768), el importe de S/ 8 407 296,21 comprende tanto a la cuenta 65928 (marketing y publicidad cooperativo) como a la cuenta 65929 (marketing y publicidad unilateral).

Que de lo antes señalado, en relación a lo alegado por la Administración sobre que los gastos de marketing ascendieron a S/ 8 407 296,21, se tiene que este importe se encuentra relacionado no solo a las actividades de importación de concentrados, jarabes y productos terminados, sino también a los servicios administrativos y de marketing prestados por la recurrente a sus empresas vinculadas, y como se indicó, respecto de estos últimos, la Administración no ha efectuado cuestionamiento alguno. En ese sentido, no sería válido que la Administración se sustente en el importe de gastos de marketing a fin de descartar el método del precio de reventa, siendo que en todo caso, cualquier gasto de administración o de ventas, o gastos financieros, siempre va a originar que la utilidad operativa disminuya.

Que por otra parte, la Administración para sustentar el descarte del método del precio de reventa cita parte de los párrafos 2.22 y 2.24 de las directrices de la OCDE. Al respecto, el párrafo 2.22 citado por la Administración indica lo siguiente: "(...) Otro ejemplo en el que el margen de reventa exige particular cuidado es cuando el revendedor contribuye sustancialmente a la creación o a la conservación de activos intangibles asociados al producto (por ejemplo, marcas o nombres comerciales), propiedad de una empresa asociada. En tales casos, la contribución de los bienes originalmente transferidos al valor del producto final no puede ser evaluada fácilmente", no obstante, como se advierte, dicha cita no resulta de aplicación al caso bajo análisis, pues no se ha cuestionado el uso de intangibles.

Que en cuanto al párrafo 2.24 invocado por la Administración, el mismo señala lo siguiente: *"Debería esperarse que la cuantía del margen de reventa dependa de las tareas ejercidas por el revendedor. Estas funciones pueden variar mucho, desde el caso en que el revendedor realiza servicios mínimos como agente de transporte, hasta el caso en que asume la totalidad de los riesgos de la propiedad de los bienes junto con la plena responsabilidad y los riesgos derivados de la publicidad, comercialización, distribución y garantía de éstos, de la financiación de existencias y de otros servicios complementarios (...). Sin embargo, el grado de actividad desplegada por el revendedor, ya sea mínimo o sustancial, debería estar bastante apoyado por pruebas concluyentes. Entre éstas se encontrarían: la justificación de gastos de comercialización que pudieran considerarse desproporcionadamente altos; por ejemplo, cuando se haya incurrido en parte o en la mayoría de los gastos de promoción en concepto de servicio realizado en favor del propietario legal de la marca comercial. En tal caso, el método del coste incrementado puede complementar bien el método del precio de reventa".* Si bien este párrafo de las directrices alude a las funciones que realice el revendedor, que puede hacer incidir la cuantía del margen de reventa, no obstante, no descarta de plano que deba dejarse de lado el método de precio de reventa, sino que por el contrario, señala que este puede ser complementado.

Que de lo expuesto en los considerandos precedentes se tiene que el reparo de la Administración no se encuentra debidamente sustentado, pues no ha fundamentado adecuadamente las razones por las cuales considera que el método del precio de reventa no resulta aplicable, siendo que además, de la conclusión dada por la Administración no se aprecia certeza en ella misma, pues señala *"En consecuencia, el PR no sería el método más adecuado (...)"*.

Que de otro lado, los argumentos señalados por la Administración para considerar aplicable el método del margen neto transaccional se limitan a señalar las ventajas de este método en cuanto a su aplicación. Así, la Administración señala en el Anexo Nº 01 al Requerimiento Nº 0222120019054 que en este método no es necesario reclasificar libros y registros, que el estándar de comparabilidad requerido en el análisis no es muy rígido, y porque *"generalmente"* proporciona una medida de valor particularmente confiable.



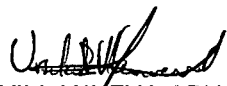
# Tribunal Fiscal

Nº 07821-9-2018

Que si bien la Administración considera que el realizar funciones de marketing hace compleja la actividad de la recurrente y por ello sostiene que es aplicable el método del margen neto transaccional, no obstante, según lo previsto en el artículo 113 del Reglamento de la Ley del Impuesto a la Renta antes citado, este método *"Compatibiliza con operaciones complejas en las que existen prestaciones o funciones desarrolladas por las partes que se encuentran estrechamente integradas o relacionadas entre sí, cuando no pueda identificarse los márgenes brutos de las operaciones o cuando sea difícil obtener información confiable de alguna de las partes involucradas en la transacción"*, supuestos que no han sido acreditados por la Administración durante el procedimiento de fiscalización.

Que en cuanto a lo señalado por la Administración en la resolución apelada y en su escrito de alegatos, respecto a los cuestionamientos a las empresas comparables<sup>15</sup>, cabe indicar que tales argumentos no resultan amparables pues en el procedimiento de fiscalización no se efectuó cuestionamiento alguno a los comparables utilizados por la recurrente.

Que en ese sentido, soy de la opinión que al no estar el reparo debidamente sustentado, corresponde levantarlo, y en ese sentido, debe revocarse la resolución apelada y dejar sin efecto la resolución de determinación impugnada, así como la resolución de multa girada por la comisión de la infracción tipificada en el numeral 1 del artículo 178 del Texto Único Ordenado del Código Tributario, vinculada con el Impuesto a la Renta del ejercicio 2007, que se sustenta en aquella.

  
**VILLANUEVA ARIAS**  
VOCAL

  
**Gloria Llanos**  
Secretario Relator  
VA/HLL/VLL/mpe.

<sup>15</sup> Como por ejemplo, que no es posible establecer que el mismo tipo de costo esté siendo reflejado por las distintas empresas comparables, por lo que no resultaría apropiado comparar el margen bruto de la recurrente con los márgenes brutos de las otras empresas, y que no se puede comparar a un distribuidor que solo realiza funciones de logística, con otro distribuidor que además hace campañas de publicidad