



TRABAJO DE INVESTIGACIÓN FINAL EN CONTADOR PÚBLICO

*“Precios de Transferencia: Su importancia en los
Negocios de Hoy”*

Integrantes:

- Arhex, Julia LU 113.124
- Molina Podestá, Daiana LU 113.127
- Saravi Lairihon, Paula G. LU 117.310

Profesores:

Artana, Marcelo Adolfo Jorge

Perrella, Diego Alejandro

INDICE

| | |
|---|----|
| 1. OBJETIVO..... | 4 |
| 2. INTRODUCCION..... | 5 |
| 3. MARCO CONCEPTUAL | 6 |
| 3.1. Sujetos Alcanzados..... | 8 |
| 3.2. Elementos fundamentales | 8 |
| 3.3. Vinculación..... | 8 |
| 3.4. Documentación | 9 |
| 3.5. Penalidades | 10 |
| 3.6. Factores de Comparabilidad..... | 11 |
| 3.7. Rango de Precios..... | 11 |
| 3.8. Actualidad en los Precios de Transferencia según la OCDE | 12 |
| 4. CARACTERISTICAS DE LA EMPRESA Y SU PROBLEMÁTICA..... | 13 |
| 4.1. Concepto de Servicio | 13 |
| 4.2. Empresas de Servicios en el contexto actual | 13 |
| 4.3. Servicios en nuestro país | 13 |
| 4.4. Caso de estudio: LATAM Media Services Argentina S.A..... | 14 |
| 4.4.1. El Grupo Económico | 14 |
| 4.4.2. Unidades de Negocio..... | 16 |
| 4.4.3. Ventas | 19 |
| 4.4.4. Compras Proveedores | 20 |
| 4.4.5. Recursos Humanos | 21 |
| 4.4.6. Activos Utilizados por LATAM ARG | 21 |
| 4.4.7. Operaciones con Sociedades Vinculadas del Exterior | 21 |
| 5. ANÁLISIS DE PRECIOS DE TRANSFERENCIA..... | 22 |
| 5.1. Enfoque General | 22 |

| | |
|---|----|
| 5.2. Selección del Método | 23 |
| 5.3. Descripción, análisis y selección del “método más apropiado” para el caso bajo estudio | 24 |
| 5.3.1. Método de Precio Comparable entre Partes Independientes (PC) | 24 |
| 5.3.2. Método de Precio de Reventa entre Partes Independientes (PR) | 26 |
| 5.3.3. Método de Costo más Beneficios (CB) | 27 |
| 5.3.4. Método de División de Ganancias (DG) | 28 |
| 5.3.5. Método de Margen Neto de la Transacción (MNT)..... | 29 |
| 5.4. Análisis Económico | 30 |
| 5.4.1. Selección de la Parte Analizada..... | 30 |
| 5.4.2. Selección del Período a Comparar..... | 30 |
| 5.4.3. Búsqueda de Compañías Comparables..... | 30 |
| 5.4.4. Indicadores de Nivel de Rentabilidad (INR)..... | 34 |
| 5.4.5. Determinación del Rango Intercuartil | 35 |
| 6. CONCLUSIÓN..... | 40 |
| 6.1. En español | 40 |
| 6.2. En Inglés | 41 |
| ANEXOS..... | 42 |
| I. Formulario 742..... | 42 |
| II. Formulario 743..... | 43 |
| III. Formulario 969 | 44 |
| IV. Formulario 4501..... | 45 |
| V. Búsqueda de Compañías Comparables | 46 |
| VI. Presentación del Rango Intercuartil | 54 |
| VII. Información Contable de LATAM ARG y de las Compañías Comparables..... | 54 |
| VIII. Cálculo Intereses Resarcitorios por Período 2012 | 60 |
| IX. Balance –Periodo 2012-..... | 61 |
| X. Balance –Periodo 2013-..... | 61 |
| 7. BIBLIOGRAFIA..... | 62 |

1. OBJETIVO

El presente trabajo tiene por objeto la investigación y análisis teórico y práctico de Precios de Transferencias.

A los fines prácticos de esta investigación, nos basaremos en un caso real de la Compañía “LATAM Media Services Argentina S.A.” (En adelante, LATAM ARG), que actualmente realiza operaciones con entidades vinculadas del exterior.

Evaluaremos y seleccionaremos, a nuestro criterio, el método más apropiado para el caso planteado junto con su impacto impositivo, legal y penal en el periodo fiscal analizado (2013) y si existen consecuencias en periodos anteriores.

2. INTRODUCCION

Es notable cómo, en las últimas décadas, el mundo de los negocios se vio afectado por el alto impacto de la globalización producida por el avance tecnológico, el desarrollo de las comunicaciones y la fuerte tendencia de economías abiertas.

Debido a lo expresado precedentemente, es indudable que el Comercio Internacional ha crecido notablemente. Es evidente que, sobre todo las grandes multinacionales que se han desarrollado a lo largo de estos años de globalización, han buscado la forma más eficiente de reducir costos y maximizar rentabilidades; a través de planes de negocios estratégicos, análisis de costos, planeamiento impositivo, entre otros. Para disminuir la carga impositiva, pueden manipular dentro del grupo económico los precios de los Bienes y/o Servicios así como también los Costos y/o Gastos, en pos de abonar menos impuestos.

Estos cambios en la economía global, han despertado la atención de distintos Países y Organizaciones Mundiales, por lo que los llevó a implementar – entre otros- un mecanismo en pos del cuidado de las recaudaciones impositivas. Uno de los mecanismos vigentes para combatir estos fenómenos es el llamado Precio de Transferencia; el cual busca establecer el precio de la transacción de manera independiente del pactado entre las partes, a fin de que el precio utilizado en la determinación de la renta imponible sea aquel que hubiera sido entre empresas independientes, eliminando la manipulación de precios por parte de las Cías. intervinientes.

3. MARCO CONCEPTUAL¹

Las normas sobre Precios de Transferencias buscan evitar que empresas vinculadas o relacionadas manipulen los precios bajo las cuales intercambian bienes o servicios, de tal forma que aumenten sus costos o deducciones, o disminuyan sus ingresos sometidos al pago de impuestos; este concepto se conoce internacionalmente como el principio “*arm's length*”²

En Argentina se incorporaron normas específicas sobre Precios de Transferencia en el impuesto a las ganancias a través de la **Ley N° 25.063** (30 de diciembre de 1998).

Las regulaciones están basadas en el principio anteriormente mencionado (de valor de mercado o “*arm's length*”). El conjunto de normas responde a los lineamientos definidos por la **OCDE**³ en el informe denominado “*Transfer Pricing Guidelines for Multinational Enterprises and Tax Administrations*” (13 de julio de 1995).

Los precios de transferencia tienen significativa relevancia en la tributación internacional.

La mayoría de los países del mundo que adoptan el impuesto a la renta contienen disposiciones específicas para definir la incidencia de las operaciones internacionales o transfronterizas, efectuadas entre empresas vinculadas, como un mecanismo preventivo de la elusión o evasión de ese impuesto.

Dichas prevenciones normativas, han existido desde comienzos del siglo pasado. A lo largo del tiempo, las disposiciones específicas adoptadas por diversos países han ido adquiriendo mayor grado de sofisticación acompañando la concentración del capital, la expansión geográfica de las empresas y el impresionante volumen de las operaciones internacionales entre diferentes unidades del mismo grupo económico.

En los últimos años se ha visto cómo muchos países en Asia y América han ido incorporando a sus legislaciones la misma metodología, tomando como referencia a las Guías de Precios de Transferencia.

Podemos entonces inferir que es prioritario en la agenda impositiva mundial, el tratamiento y control de las transacciones entre empresas vinculadas.

La incidencia impositiva de los precios de transferencia entre empresas vinculadas por operaciones internacionales es un tema muy estudiado en el mundo, es foco de atención prioritaria de las administraciones tributarias y, consecuentemente, un aspecto de gran atención y preocupación empresaria pues tiene peso innegable en su carga fiscal global.

¹ A fines de este trabajo de investigación el desarrollo del marco conceptual se delimitará, exclusivamente, a las operaciones realizadas por empresas de servicios.

² Principio de la OCDE que establece que las transacciones celebradas entre partes vinculadas sean realizadas como entre partes independientes en transacciones similares bajo condiciones comparables

³ Cabe aclarar que la Legislación Argentina aún no admite la celebración de “Acuerdo Previo o Anticipado en materia de Precios de Transferencia” (o “APA: Advance Pricing Arrangements”). Este acuerdo permite que el FISCO y los contribuyentes convengan anticipadamente la metodología que aplicarán para verificar que la operatoria con vinculados sean bajo la condición “arm's length”

Las últimas reformas incorporadas a la legislación argentina ponen en evidencia que el control sobre los precios de transferencia se ha convertido en un objetivo prioritario de la Administración Federal de Ingresos Públicos (AFIP) y en consecuencia, ha despertado el alerta sobre la materia en los ejecutivos de empresas internacionales, así como en las empresas locales con presencia en el exterior a través de sucursales o subsidiarias.

Las operaciones serán analizadas en el marco de la **Ley de Impuesto a las Ganancias (LIG)** y su **Decreto Reglamentario (DR)**, de la **Resolución General N° 1122/01 (RG)** de la Administración Federal de Ingresos Públicos.

- El Art. 15 de la **LIG**, modificado por las Leyes N° 25.063 y 25.239, establece que a los fines de la determinación de los precios de las transacciones realizadas entre partes vinculadas serán utilizados los métodos que resulten “más apropiados” de acuerdo con el tipo de transacción realizada.
- El Art. 8 de la **LIG**, establece que aquellas ganancias que provengan de exportación de bienes producidos, manufacturados, tratados o comprados en el país, serán de fuente argentina el 100%; quedando comprendida la remisión de los mismos realizada por medio de filiales, sucursales, representantes, agentes de compras u otros intermediarios de personas o entidades del extranjero. En lo que respecta a la ganancia neta, se establecerá deduciendo del precio de venta el costo de tales bienes, los gastos de transporte y seguros hasta el lugar de destino, la comisión y gastos de venta y los gastos incurridos dentro del país, siempre y cuando sean necesarios para obtener la ganancia gravada. Con respecto a las ganancias obtenidas por las exportaciones, serán consideradas 100%, fuente extranjera.

Cuando dichas operaciones sean realizadas entre entidades vinculadas o países con baja o nula tributación y sus precios y condiciones no se ajusten a las prácticas del mercado entre partes independientes, las mismas deberán ser ajustadas conforme a lo previsto por el artículo 15 explicado precedentemente.

- El Art. 14 de la **LIG**, determina que aquellas sucursales y demás establecimientos estables de empresas, personas o entidades del extranjero, deberán efectuar sus registraciones contables en forma separada de sus casas matrices y restantes sucursales y demás establecimientos estables o filiales (subsidiarias) de éstas, efectuando en su caso las rectificaciones necesarias para determinar su resultado impositivo de fuente argentina.

Cabe destacar que la AFIP, entidad autárquica, a falta de contabilidad suficiente o cuando la misma no refleje exactamente la ganancia neta de fuente argentina; podrá considerar que los entes del país y del exterior forman una unidad económica y determinar la respectiva ganancia neta sujeta al gravamen.

- El Art. 11 de la **RG N° 1122/01** establece que el método que resulte más apropiado para determinar si los Precios de Transferencia responden a las prácticas normales de mercado, entre partes independientes, será aquel que mejor refleje la realidad económica de las transacciones.
- El segundo artículo incorporado a continuación del Art. 21 del **DR** de la **LIG** a efectos de identificar el método que mejor se adapte al caso, se considerarán, entre otros elementos o circunstancias, las siguientes:
 - o Las características de las transacciones.

- o Las funciones o actividades desarrolladas.
- o Los términos contractuales.
- o Las circunstancias económicas.
- El **Decreto N° 1037/2000** del Poder Ejecutivo Nacional (**PEN**) ha definido los métodos aceptados para constatar los Precios de Transferencia enumerados en el quinto párrafo del Artículo 15 de la **LIG**.
 - I. Método de Precio Comparable entre partes independientes
 - II. Método de Precio de Reventa entre partes independientes
 - III. Método de Costo más Beneficios
 - IV. Método de División de Ganancias
 - V. Método de Margen Neto de la Transacción
- La **Ley N° 11.683** de Procedimiento Tributario prevé que la falta de cumplimiento de la normativa de Precios de Transferencia conlleva a la aplicación de un régimen especial de sanciones.
- Las **Leyes N° 25.795** y **N°26.094** incorporan reformas específicas para el caso de incumplimiento en la presentación de declaraciones juradas especiales.

3.1. Sujetos Alcanzados

Los sujetos obligados a las normas de Precios de Transferencia son:

- o Sociedades locales
- o Fideicomisos
- o Establecimientos estables
- o Explotaciones unipersonales

Estos deben operar con sujetos del exterior con los que se verifique vinculación societaria o económica, y/o con países de nula o baja imposición fiscal.

3.2. Elementos fundamentales

Para la aplicación de Precios de Transferencias será fundamental que:

- I. Exista vinculación entre las empresas que efectúan las operaciones
- II. Estas operaciones se realicen entre empresas de distintos países (más de un Fisco nacional involucrado)

3.3. Vinculación

A los fines de la **LIG** la vinculación queda configurada:

- o Cuando quienes realicen transacciones con sujetos del exterior estén sujetos de manera directa o indirecta a la dirección o control de las mismas personas físicas o jurídicas, o
- o Cuando los sujetos del exterior con que opere, sea por su participación en el capital, su grado de ganancias, sus influencias funcionales o de cualquier otra índole, contractuales o no, tengan poder de decisión para orientar o definir la/s actividades de cualquiera de las partes

3.4. Documentación

El **RG (AFIP) 1122/01** establece que las empresas que realicen operaciones con vinculadas deben presentar los siguientes documentos:

- I. F. 742 Declaración Jurada semestral, cinco meses posteriores al cierre del primer semestre del ejercicio en curso. (Ver Anexo I)
- II. F. 743 Declaración Jurada complementaria anual, ocho meses de finalizado el Ejercicio Fiscal anterior. Deberá acompañarse por una copia de los EECC de los últimos tres ejercicios fiscales cerrados inmediatos anteriores y un informe con firma de contador público independiente autenticada por el CPCE. En el mismo, debe consignarse, entre otras cosas, actividades y funciones desarrolladas por el contribuyente, riesgos asumidos y activos aplicados, método utilizado para la justificación de los Precios de Transferencia y fundamentos, detalle de los comparables seleccionados, determinación del rango intercuartil y las conclusiones a las que se hubiere arribado. (Ver Anexo II)
- III. F. 969 anual, quince día de presentación de Declaración Jurada de Impuesto a las Ganancias. (Ver Anexo III)
- IV. F. 4501 Informe de Precios de Transferencia, anual, ocho meses de finalizado el ejercicio fiscal anterior. (Ver Anexo IV)

La documentación debe ser conservada por el plazo de cinco años después de operada la prescripción del impuesto, lo cual en la práctica lo lleva a un periodo de conservación de once años.

La **Ley 20.628** de **LIG**, obliga a los contribuyentes locales que realicen operaciones con partes vinculadas del exterior a brindar a la AFIP información para comprobar que esas operaciones se ajustan a las prácticas normales de mercado entre partes independientes.

Esta obligación debe cumplirse a través de la presentación de Declaraciones Juradas periódicas.

La AFIP requiere la presentación de Declaración Jurada semestrales especiales que contengan los datos que considere necesario para analizar, seleccionar y proceder a la verificación de los precios convenidos teniendo como objeto realizar un control periódico de las transacciones entre sociedades locales, fideicomisos o establecimientos estables ubicados en el país vinculados con personas físicas, jurídicas o cualquier otro tipo de entidad domiciliada, constituida o ubicada en el exterior (**Ley 25.239**).

Las obligaciones formales (Presentaciones de Declaraciones Juradas informativas especiales y conservación de documentación que sustente la comparabilidad de sus operaciones con operaciones de mercado) tienen por objeto brindar al Fisco aquellos elementos esenciales y necesarios para una mejor administración tributaria.

Con este mecanismo de Declaraciones Juradas periódicas la AFIP toma conocimiento de este tipo de operaciones al poco tiempo de celebrarse por lo que se dan las condiciones para que controle de una manera más directa y eficaz. Asimismo, la permanente recepción de datos de los contribuyentes le permite contar con información actualizada, conformando así una base de comparables que le asistirá en su labor de administrador tributario.

3.5. Penalidades

De acuerdo a la última reforma fiscal, la falta de cumplimiento de la normativa de Precios de Transferencia conlleva a la aplicación de un régimen especial de sanciones, conforme lo que se detalla a continuación:

| Artículo LPF | Nombre | Conducta punible | Sanción (a) | Agravante y/o atenuante | Sanción (b) |
|--------------|---|--|---|--|--|
| 38 | Multa por la no presentación de DD.JJ. | Omisión de presentar la DD.JJ. dentro de los plazos correspondientes. | \$ 200 para contribuyentes individuales \$ 400 para empresas | Si el infractor paga voluntariamente la multa y presenta DD.JJ., los importes se reducen a la mitad. | \$ 100 para contribuyentes individuales \$ 200 para empresas (Y la infracción no se considera antecedente en su contra.) |
| 38 bis | | Omisión de presentar la DD.JJ. informativa sobre la incidencia en la determinación del Impuesto a las Ganancias de las operaciones de importación y exportación entre partes independientes. | \$ 1.500 a \$ 9.000 | Omisión de presentar la DD.JJ. informativa sobre detalle de otras transacciones que no sean operaciones de importación o exportación entre partes independientes. | \$ 10.000 a \$ 20.000 |
| 39 | Multa por incumplimiento de los deberes formales | Violaciones a las disposiciones de la LPF, las leyes tributarias, los decretos reglamentarios y toda otra norma de cumplimiento obligatorio, que se relacione con el cumplimiento de los deberes formales. | \$ 150 a \$ 2.500 | 1. Infracciones a las normas referidas al domicilio fiscal. 2. Resistencia a la fiscalización 3. Omisión de proporcionar datos para el control de operaciones internacionales. 4. Falta de conservación de comprobantes y elementos justificativos de precios en operaciones internacionales. | \$ 150 a \$ 45.000 |
| 39 bis | | Incumplimiento a los requerimientos para presentar DD.JJ. informativas (sobre cualquier régimen de información) | \$ 500 a \$ 45.000 | Si el contribuyente o responsable tiene ingresos brutos anuales mayores o iguales a \$ 10.000.000, cuando incumplan el 3º requerimiento se aplicará de 2 a 10 veces la multa máxima. | \$ 90.000 a \$ 450.000 |
| 45 | Omisión de impuestos | Omisión de pago de impuestos y omisión de retener o percibir. | Multa de entre el 50% y el 100% del impuesto omitido | Si el impuesto se origina en transacciones entre sujetos locales y sujetos del exterior. | Multa de 1 a 4 veces el impuesto dejado de pagar o retener. |
| 46 | Multa por defraudación | Mediante declaraciones engañosas u ocultaciones maliciosas, defraudare al Fisco. | Multa de 2 a 10 veces el tributo evadido. | | |

Fuente: www.afip.gov.ar

Las multas establecidas por la falta de presentación en término de las declaraciones juradas antes mencionadas operan para los vencimientos de presentaciones posteriores al 17 de noviembre de 2003. Por la falta de presentación de formularios con vencimientos anteriores a esa fecha, resultan de aplicación las sanciones penales generales contenidas en la **Ley Nº 11.683 de Procedimiento Tributario**. Cabe aclarar que el Art. 38. Corresponde al Régimen General.

3.6. Factores de Comparabilidad

La elección del método de determinación de los Precios de Transferencia se basa en la comparabilidad de las operaciones y/o empresas, la cual está determinada, entre otros conceptos, por:

- Las características de las operaciones,
- Funciones desarrolladas,
- Activos utilizados,
- Riesgos asumidos,
- Términos contractuales y
- Circunstancias económicas tales como:
 - Dimensión y tipo de mercado,
 - Niveles de oferta y demanda,
 - Alcance de la competencias y
 - Ubicación geográfica, entre otras.

Sin embargo, en adición a los criterios de comparabilidad establecidos por las normas de la OCDE, la **RG 1122/01** establece que para la aplicación de los métodos de determinación de Precios de Transferencia, el análisis de comparabilidad deberá efectuarse directamente sobre la situación del sujeto local.

Con respecto a empresas de servicios, internet ha generado, la aparición de nuevas prestaciones que no existían hasta el momento (por ejemplo: hosting, tweets, clicks) y, a su vez, ha servido de nueva plataforma para la provisión de servicios tradicionales.

La comparabilidad es un asunto difícil para los nuevos servicios creados debido su especificidad y la complejidad de las mismas generando falta de transacciones comparables

3.7. Rango de Precios

Cuando por aplicación de alguno de los métodos establecidos en el Art. 15 de la **LIG** y su **DR**, se determinen dos o más transacciones comparables, se deberá determinar la mediana y el rango intercuartil de los precios, de los montos de las contraprestaciones o de los márgenes de utilidad.

La **RG (AFIP) 1122/01** establece: “si el precio, el monto de la contraprestación o el margen de utilidad fijado por el contribuyente se encuentra dentro del rango intercuartil, dichos precios, montos o márgenes se considerarán como pactados entre partes independientes. En su defecto, se considerará que el precio, monto de la contraprestación o margen de utilidad que hubieran utilizado partes independientes, es el que corresponde a la mediana disminuida en un CINCO POR CIENTO (5%) -para el caso en que el precio o monto de la contraprestación pactados o el margen de la utilidad obtenida sea menor al valor correspondiente al primer cuartil-, o la mediana incrementada en un CINCO POR CIENTO (5%) -para el caso en que el precio o monto de la contraprestación pactados o margen de utilidad obtenida sea mayor al valor correspondiente al tercer cuartil-.

Sin perjuicio de ello, cuando el primer cuartil fuere superior al valor de la mediana disminuida en un CINCO POR CIENTO (5%), este último valor sustituirá al del primer cuartil y cuando el tercer cuartil fuere inferior a la mediana incrementada en un CINCO POR CIENTO (5%), el valor que resulte en consecuencia reemplazará al del tercer cuartil”.

3.8. Actualidad en los Precios de Transferencia según la OCDE

El 3 de febrero de este año, la OCDE publicó un “*borrador*” acerca de los Precios de Transferencia en el cual busca replantearse los puntos débiles que presentan las normas actuales, a nivel mundial, respecto a este tema.

Basándose en la asignación global de los ingresos la actividad económica y el pago de impuestos, la OCDE comenzó a plantear una discusión sobre la erosión de la base y el desplazamiento del beneficio (BEPS) que generan los Precios de Transferencia.

Esta discusión tiene como plan desarrollar nuevas reglas en cuanto a la documentación requerida para Precios de Transferencia, en pos de la transparencia en la Administración Fiscal de todos los países, teniendo en cuenta el cumplimiento de los costos para las empresas.

Muchos de los requerimientos propuestos en este “*borrador*” necesitan más especificidad para lograr la meta propuesta. Es probable que las normas a aplicarse aumenten el costo del cumplimiento para las multinacionales; por eso existe falta de consenso en este documento.

Esta discusión se basa en 3 objetivos:

- I. Proveer a las administraciones fiscales de la información necesaria para conducir una evaluación de riesgos de fijación de Precios de Transferencia informada;
- II. Asegurar que los contribuyentes den la apropiada consideración en cuanto a los requisitos de fijación de precios y en reportar los ingresos derivados de dichas transacciones en sus declaraciones de impuestos; y
- III. Proveer a las administraciones fiscales de la información necesaria para permitirles llevar a cabo una auditoría apropiada de las prácticas de fijación de Precios de Transferencia de los contribuyentes.

En conclusión podemos inferir que por el momento, el proyecto en cuestión presenta numerosas áreas de preocupación que necesitan mayor refinamiento. Sin embargo, el documento es sólo un “*borrador*” y la OCDE se encuentra interesada en recibir *feedback* de los contribuyentes y de la comunidad profesional especializada en Impuestos.

En vista a estos acontecimientos presumimos que como se encuentran planteadas las normas de Precios de Transferencia en la actualidad requieren reformas para lograr que sean un mecanismo útil y eficiente tanto para los contribuyentes como para las Administraciones Fiscales.

4. CARACTERISTICAS DE LA EMPRESA Y SU PROBLEMÁTICA

4.1. Concepto de Servicio

La tendencia internacional con respecto a la definición del concepto de “servicio” es “por la negativa”; entendiéndose entonces por “servicios” a las transacciones que no involucren la compraventa de bienes tangibles o la transferencia de la propiedad o el uso o goce de bienes intangibles.

Las normas actuales poseen precisiones respecto de transacciones con bienes tangibles, pero no conceptualizan a las operaciones con intangibles.

Observamos la necesidad, en la medida que los negocios vayan globalizándose aún más y las operaciones que involucren servicios se incrementen como consecuencia de ello, de la existencia de normas que regulen específicamente este tipo de transacciones; adaptándose a las nuevas tendencias de realizar negocios.

4.2. Empresas de Servicios en el contexto actual

La importancia que han adquirido los servicios en el contexto del comercio internacional es determinante y crece de la mano de la globalización de la economía. La revolución de las comunicaciones y la aparición de Internet han potenciado la posibilidad de prestar servicios a nivel internacional.

4.3. Servicios en nuestro país

Argentina ha sido tradicionalmente importadora de servicios internacionales, principalmente servicios de asistencia técnica, *know how*, transferencia de tecnología, entre otros. Sin embargo, en los últimos años esta tendencia se ha modificado generándose un notorio crecimiento en las exportaciones de servicios debido, en gran medida, a los bajos costos relativos argentinos sumado a mano de obra y/o profesionales calificados.

Nuestra legislación no establece la utilización de métodos específicos para determinadas actividades; con excepción de la situación planteada en el sexto párrafo del mencionado Art. 15 y de los commodities en general.

La aparición de Internet y su utilización en todas las manifestaciones de la economía no fueron tratadas aun adecuadamente en sus aspectos fiscales en general y en los de Precios de Transferencia en particular.

Tal como mencionamos recientemente, las normas argentinas de Precios de Transferencia no contienen disposiciones específicas para los servicios; por lo que creemos que esto genera incertidumbre en el contribuyente y eventuales contingencias debido a la carencia mencionada.

4.4. Caso de estudio: LATAM Media Services Argentina S.A.

LATAM Media Services Argentina S.A. (en adelante, "LATAM ARG") fue constituida el 25 de Marzo del año 2011, con el objetivo de prestar servicios de asesoría y comercialización de tiempo y espacio publicitario.

Según las características y necesidades propias de cada cliente, LATAM ARG lleva a cabo campañas publicitarias a través de distintos canales, comercializando espacios publicitarios de diversas plataformas de Internet (Twitter, Facebook y motores de búsqueda), así como en televisión, la vía pública y aplicaciones móviles, como Waze y Spotify, entre otros.

En términos generales, son los mismos clientes los que, a través de diversas plataformas, cargan el contenido deseado en los distintos medios publicitarios. Acto seguido, y según lo publicitado, la Cía. cobra a sus clientes por el espacio utilizado.

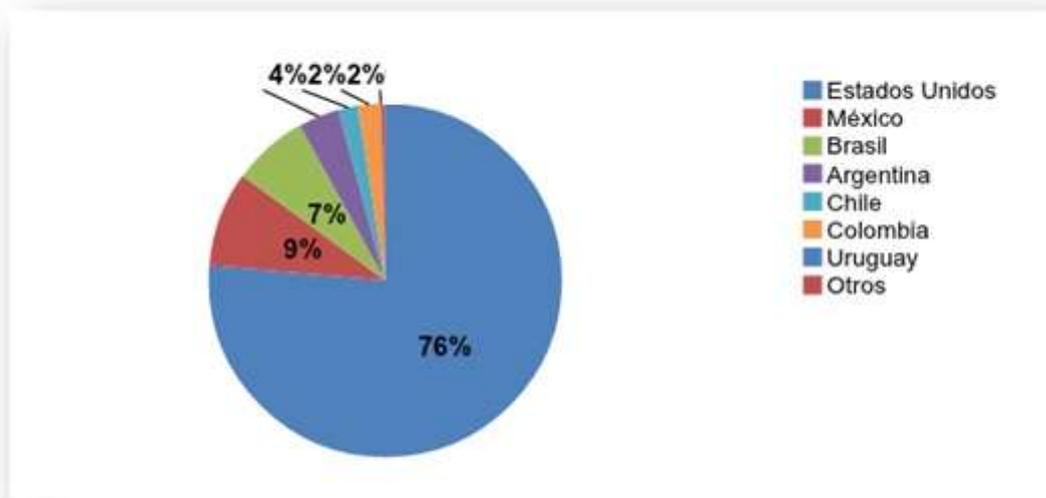
4.4.1. El Grupo Económico

El Grupo opera en siete países claves de América: Estados Unidos, Brasil, Uruguay, Argentina, Chile, Colombia y México.

Es uno de los compradores más importantes de espacio publicitario audiovisual en Latinoamérica. El mismo se especializa en el desarrollo de campañas publicitarias en medios de vanguardia, como ser Twitter y Facebook, y en motores de búsqueda en línea, tales como Google y Yahoo.

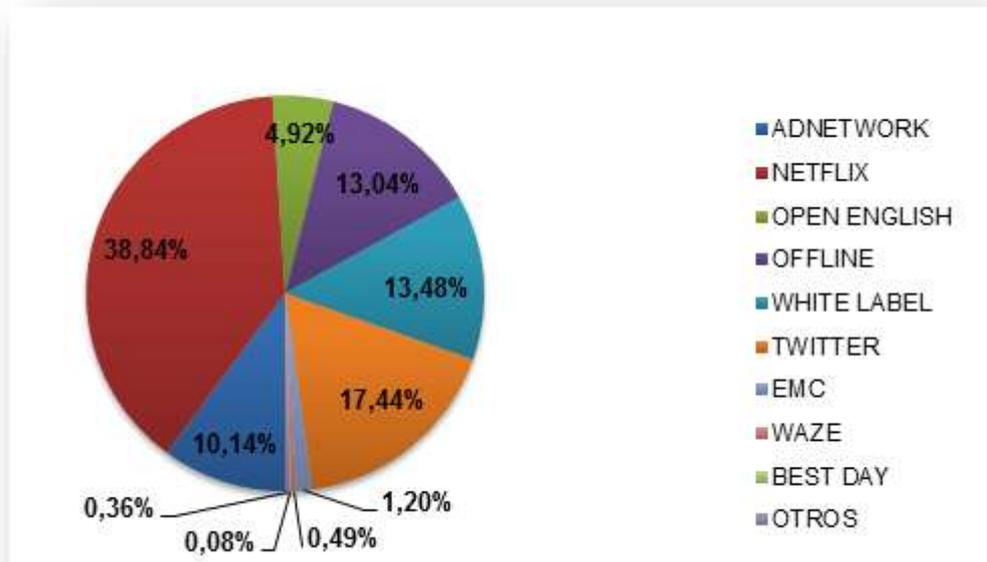
Como puede observarse en el gráfico a continuación, la mayor parte de los ingresos provienen de Estados Unidos:

Ventas por país (%) – Período Fiscal 2013

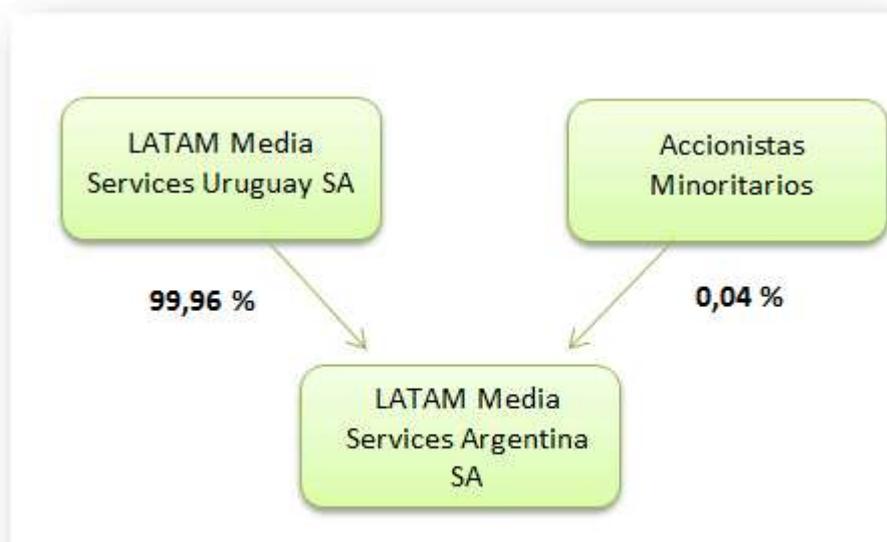


Asimismo, a continuación se exponen los porcentajes de ingresos consolidados del Grupo según las distintas unidades de negocio:

Ventas por Unidad de Negocio (%) – Período Fiscal 2013



Estructura Accionaria del Grupo



4.4.2. Unidades de Negocio

El Grupo organiza sus actividades en las siguientes unidades de negocio:

Representaciones comerciales:

- **Twitter**

El negocio consiste principalmente en la venta de espacio publicitario en la red social Twitter y en la representación comercial de este medio en América Latina. Es importante destacar que tanto el espacio como la plataforma para administrar el mismo, pertenecen a Twitter, es decir, LATAM Media Services Argentina S.A. (en adelante, "LATAM ARG") actúa únicamente como intermediario entre Twitter y las compañías que pretenden publicitar en dicho medio.



Las ventas de LATAM ARG en esta unidad de negocio están compuestas por tres tipos de productos:

- Promoted Trend⁴: aparece primero entre la lista de trends más populares, se compra por día y tiene precio fijo, el cual es diferente dependiendo del país en el que se esté vendiendo;
- Promoted Account⁵: aparece como sugerencia para que los usuarios puedan seguirla, junto con otras cuentas populares o sugeridas por Twitter.
- Promoted Tweet: aparece en el historial de tweets, aunque el usuario no esté siguiendo la cuenta ni la tendencia.



La frecuencia de la aparición de los productos promocionados es regulada por la plataforma, de forma tal que no haya un exceso de publicidad en la red.

Debido a la exclusividad de LATAM ARG para comercializar el espacio publicitario en la red social Twitter para la República Argentina, suelen ser los clientes quienes se acercan a la Compañía buscando publicitar en dicho medio digital. De todos modos, LATAM ARG cuenta con un equipo de venta cuyo objetivo es ofrecer servicios publicitarios a ciertos clientes representativos o estratégicos.

Es importante señalar que la venta de espacio publicitario en la red social Twitter representó un 43,61% de los ingresos de LATAM ARG en el ejercicio fiscal 2013.

Por último, con relación a esta unidad de negocio, cabe señalar que es LATAM Media Services Inc. (en adelante, "LATAM USA") quién actúa como representante comercial de Twitter y subcontrata a las filiales de Latinoamérica para la búsqueda de clientes interesados en hacer publicidad en dicha red social.

De esta manera, cada compañía del Grupo factura a los clientes de cada territorio asignado, y posteriormente recibe una factura de LATAM USA por el costo de la publicidad vendida (75% del valor facturado por tal publicidad a los clientes). A su vez,

⁴ Un *promoted trend* (tendencia en español) es un tema en discusión entre varios usuarios de la red. Cada usuario de Twitter puede hacer referencia a este trend mediante el uso de un *hashtag* en su *tweet*.

⁵ En el momento que un usuario elige seguir a otros usuarios/cuentas, le aparecerán los mensajes que éstos publiquen.

LATAM USA remite dicha facturación a Twitter como representante comercial de dicha compañía.

- **Spotify y Waze**

LATAM ARG comercializa espacio publicitario gráfico en la web de Spotify, sitio donde los usuarios pueden escuchar música en línea.



Por otro lado, el Grupo ofrece a sus clientes publicitar en la aplicación móvil Waze. La misma es una aplicación de navegación que permite acceder a un GPS “social”; en donde los usuarios pueden modificar los mapas, actualizar la información del estado del tránsito y ver las actualizaciones de otros usuarios en tiempo real. La publicidad en este medio consiste en una notificación que avisa al usuario cuando se encuentra cerca del negocio, y lo señala en el mapa.

La venta de espacio publicitario en Spotify representó un 1,43% de los ingresos de LATAM ARG en el ejercicio fiscal 2013. No se vende publicidad de Waze en Argentina.

Clientes Directos:

- **Netflix**

Esta unidad de negocio se encarga de diseñar y llevar a cabo la publicidad del servicio Netflix⁶ en el territorio nacional. LATAM ARG actúa como nexo entre Netflix y las agencias de publicidad que ofrecen espacio en diversos canales publicitarios.



Las campañas ofrecidas a Netflix se podrían clasificar en cuatro grandes grupos:

- Performance: se busca incrementar el número de clientes de Netflix.
- Branding: el objetivo es que la marca y sus productos sean conocidos.
- Originals: busca promocionar los contenidos originales producidos por Netflix.
- Search: abarca la publicidad en motores de búsqueda, como Google y Yahoo.

Los servicios publicitarios que LATAM ARG provee a Netflix representaron el 3,56% de las ventas del ejercicio fiscal 2013.

- **Open English**

Esta unidad de negocio se encarga de diseñar y llevar a cabo la publicidad de la escuela online de aprendizaje del idioma inglés denominada Open English. LATAM ARG actúa como nexo entre Open English y las agencias de publicidad que ofrecen espacio en diversos canales publicitarios.



Este cliente aportó el 5% de los ingresos consolidados del Grupo en el ejercicio fiscal 2013. No se realizaron ventas para Open English en Argentina.

⁶ Netflix es una plataforma de entretenimiento que permite a sus usuarios disfrutar, de forma legal, de películas, series y contenido original en Alta Definición.

- **White Label**

Esta unidad de negocios administra las campañas publicitarias de diversos clientes que, a diferencia de los negocios de Twitter y Netflix, son mucho más atomizados. Por lo tanto, esta área tiene, en términos relativos, mayor número de empleados a cargo y un menor margen de utilidad que el resto de los servicios de LATAM ARG.

White Label opera a través varios tipos de campañas publicitarias:

- Online;
- Offline:
- Prensa escrita (ejemplo: diarios, revistas);
- TV;
- Radio; y
- Vía pública.

Los ingresos derivados de la unidad White Label aportaron a LATAM ARG, aproximadamente, el 27,92% de sus ingresos totales del año 2013.

- **AdNetwork – Connect**

Esta unidad de negocios opera íntegramente en campañas publicitarias de performance⁷ en línea. Al igual que en la mayoría de los servicios brindados por LATAM ARG, la Compañía intermedia entre los proveedores de espacio publicitario y los clientes. LATAM ARG ofrece una amplia variedad de espacios publicitarios online, adaptándose a las diversas necesidades del cliente.

Casi la totalidad de las funciones de AdNetwork son llevadas a cabo a través de plataformas licenciadas a LATAM ARG. Las mismas permiten tanto la compra, la venta, y la evaluación del desempeño de las campañas publicitarias lanzadas.

Por último, cabe señalar que esta unidad de negocios significó el 20,26% de los ingresos consolidados de LATAM ARG en el período fiscal 2013.

Para el ejercicio 2013, LATAM ARG factura a su vinculada LATAM Media Services Uruguay S.A. (en adelante, "LATAM URU") un monto fijo que luego se ajusta al costo directo e indirecto asociado a la estructura de personal que presta los servicios, más un margen de utilidad de mercado. Dichos servicios se enumeran a continuación:

- Servicio de media planning: LATAM ARG asesora a LATAM URU y/o a sus clientes en hacer planificación de medios para campañas de publicidad a ser implementadas a través de Internet, diarios y revistas, TV, etc.
- Compra de espacios en los medios: LATAM ARG adquiere los espacios en los medios que LATAM URU o sus clientes requieran, de acuerdo a las condiciones establecidas en cada orden de compra.
- Control de medios: LATAM ARG utiliza los planes de medios de LATAM URU y se asegura que los mismos sean subidos a Internet o transmitidas de acuerdo a las especificaciones de la programación de medios respectiva.

⁷ Es decir, aquellas publicidades que se insertan en columnas al margen de las páginas web, y las ventanas emergentes publicitarias o *pop-ups* de algunos sitios.

- Optimización de medios: LATAM ARG monitorea los resultados de las campañas publicitarias y ajusta las condiciones de difusión para optimizar los resultados, ya sea a solicitud de LATAM URU o el permiso para ello.
- Elaboración de informes: LATAM ARG confecciona informes especiales con los resultados de cada campaña publicitaria.
- Comercialización de motores de búsqueda: LATAM ARG provee servicios para implementar campañas publicitarias en Google, Bing y otros motores de búsqueda elegidos por LATAM URU y sus clientes.
- Optimización de motores de búsqueda: LATAM URU puede requerir a LATAM ARG que releve o analice determinado sitio de Internet o campaña, para determinar cuán probable será que los motores de búsqueda (especialmente Google) muestren ese sitio o campaña dentro de sus resultados destacados.
- Marketing de redes sociales: LATAM ARG asesora a LATAM URU e implementa campañas en redes sociales de Internet, tales como Facebook, Twitter, MySpace, Orkut, LinkedIn, etc.
- Administración de un Advertising Network: LATAM ARG gerencia todos los aspectos operativos de implementación de negocios, ventas, compras de medios, desarrollos tecnológicos, trafficking, elaboración de informes, interacción día a día, etc., en AdNetwork.

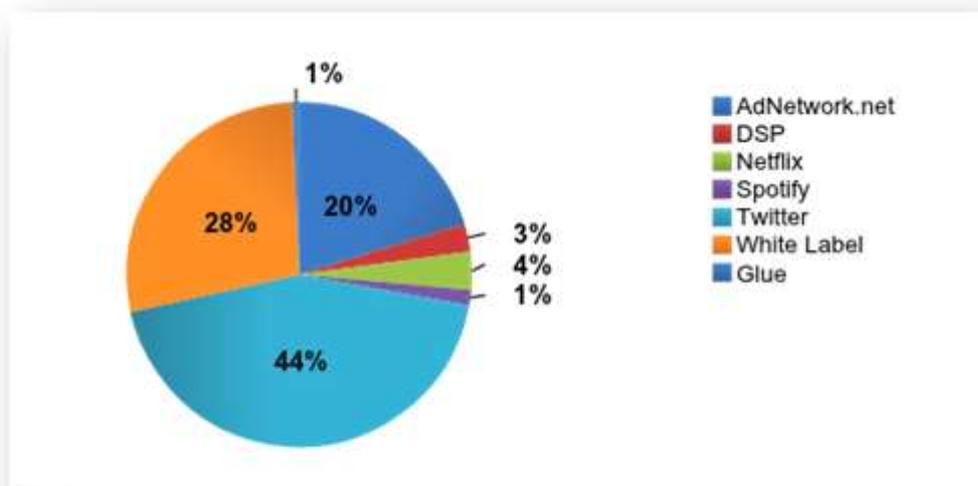
4.4.3. Ventas

El monto de los ingresos por los servicios brindados en el ejercicio fiscal 2013 ascendió a \$ 49.267.566,89. Los mismos fueron 310,46% mayores a los reportados en el año 2012, lo cual pone de manifiesto el importante crecimiento de la empresa en estudio, en el período fiscal bajo análisis.

El gráfico incluido a continuación resume sus ventas, según fuente de ingreso, realizadas durante el período fiscal bajo análisis.

La mayor parte de las ventas (43,61%) provienen de la venta de espacio publicitario en Twitter. La segunda fuente de ingresos en importancia son los ingresos relativos a la unidad de negocios White Label (27,92%).

Ventas de LATAM ARG – Período Fiscal 2013 – según fuente de ingreso



Clientes

LATAM ARG presta servicios a una amplia gama de clientes pertenecientes a diferentes industrias. Durante el año fiscal bajo análisis, Netflix y Open English fueron dos clientes significativos para el Grupo.

| <u>Principales clientes de La Cia.:</u> | | |
|--|----------------------|--|
| Razón Social | Total en AR\$ | Concepto |
| LATAM Media Services Uruguay SA | 25.247.130,00 | Exportación de servicios y venta de publicidad |
| Multi-Espacios SA | 2.742.958,00 | Venta de publicidad |
| Arcos Argentina SA | 2.152.794,00 | Venta de publicidad |
| StarWorld SA | 1.862.604,00 | Venta de publicidad |
| Media Contact SA | 1.380.034,00 | Venta de publicidad |
| Global-M SA | 1.380.034,00 | Venta de publicidad |
| Mkt Comunicación SA | 1.312.126,00 | Venta de publicidad |
| PTT SA | 1.230.431,00 | Venta de publicidad |
| LATAM Media Services Inc. (USA) | 844.488,00 | Venta de publicidad |
| TelSoc del Estado | 826.207,19 | Venta de publicidad |
| Total Ingreso de los principales Clientes | 38.979.692,19 | |

Condiciones de venta

El plazo promedio de cobro de LATAM ARG es de 30 días de fecha de factura.

4.4.4. Compras

Proveedores

LATAM ARG es provista de espacios publicitarios a través de distintas agencias que se encargan de comercializarlos al por mayor, así como los “publishers” (medios), de manera directa. En particular, Twitter es uno de los proveedores estratégicos de espacio publicitario para la Compañía, y la posibilidad de publicitar en dicho medio es una característica que distingue a LATAM ARG de su competencia.

| <u>Principales proveedores de La Cia.:</u> | | |
|--|----------------------|--------------------------|
| Razón Social | Total en AR\$ | Concepto |
| LATAM Media Services Inc. (USA) | 16.034.542,00 | Costo publicidad |
| AspArg SA | 761.362,00 | Alquiler |
| Ax. Consulting SA | 710.102,00 | Costo implementación ERP |
| Grafica Art SA | 561.711,00 | Costo publicidad |
| BBVA Banco Francés SA | 512.062,00 | Costos financieros |
| Fort Construcciones SRL | 367.673,00 | Arquitecto |
| Total principales Proveedores | 18.947.452,00 | |

Condiciones de compra

El plazo promedio de pago de LATAM ARG es de 30 a 45 días de fecha de factura.

4.4.5. Recursos Humanos

LATAM ARG, al cierre del ejercicio fiscal en análisis, posee una dotación de 110 empleados, los cuales se distribuyen de la siguiente forma:

| Área | Nro. De Empleados |
|---------------------------|-------------------|
| LATAM Connect (Adnetwork) | 32 |
| Corporate | 3 |
| Finance | 6 |
| Human Resources | 7 |
| IT | 3 |
| Marketing | 8 |
| Mobile | 3 |
| Netflix | 11 |
| Online | 16 |
| Sales | 3 |
| Search | 1 |
| Spotify | 2 |
| Twitter | 15 |
| TOTAL | 110 |

4.4.6. Activos Utilizados por LATAM ARG

Los activos utilizados por LATAM ARG en la realización de sus actividades son los que se detallan en el Balance de Publicación al 31 de Diciembre de 2013, que totalizan \$28.154.666,96.

El rubro de mayor importancia dentro de los activos totales es el de Créditos por Ventas, el cual representó un 84,45% del mismo.

Al cierre del ejercicio, la Compañía no poseía activos intangibles.

4.4.7. Operaciones con Sociedades Vinculadas del Exterior

A continuación se describen las operaciones realizadas por LATAM ARG con compañías vinculadas del exterior durante el período bajo análisis.

Servicios Prestados

Durante el ejercicio fiscal 2013, LATAM ARG brindó servicios de comercialización de tiempo y espacio publicitario, tanto online como offline, a compañías vinculadas del exterior y sociedades situadas en jurisdicciones de nula o baja imposición fiscal. Asimismo, prestó servicios a LATAM URU.

A continuación, se detallan los montos totales por sujeto:

| SERVICIOS PRESTADOS | | | |
|----------------------------|-----------------------------------|----------------|----------------------|
| Relación | Sujetos del exterior | País | Importe (\$) |
| Paraíso Fiscal | Distribuidora Com. SA | Panamá | 77.864,50 |
| Vinculada | LATAM Media Services Colombia SAS | Colombia | 132.233,16 |
| Vinculada | LATAM Media Services Inc. (USA) | Estados Unidos | 697.923,76 |
| Vinculada | LATAM Media Services Uruguay SA | Uruguay | 25.247.130,63 |
| Paraíso Fiscal | Mobile Panamá SA | Panamá | 339.813,53 |
| TOTAL | | | 26.494.964,58 |

Servicios Recibidos

En el período fiscal 2013, LATAM ARG recibió servicios de intermediación comercial de compañías vinculadas del exterior.

A continuación, se detallan los montos totales por sujeto:

| SERVICIOS RECIBIDOS | | | |
|----------------------------|---------------------------------|----------------|----------------------|
| Relación | Sujetos del exterior | País | Importe (\$) |
| Vinculada | LATAM Media Services Inc. (USA) | Estados Unidos | 16.034.542,34 |
| Vinculada | LATAM Media Services Uruguay SA | Uruguay | 57.952,85 |
| TOTAL | | | 16.092.495,19 |

El monto devengado a favor de la compañía vinculada de Estados Unidos (representante comercial de Twitter que actúa como intermediario comercial entre Twitter y la Compañía) corresponde al costo del espacio publicitario vendido por LATAM ARG a sociedades independientes en la red social Twitter.

Asimismo, la factura de LATAM URU es parte del costo de publicidad on-line relacionado con el negocio de White Label.

5. ANÁLISIS DE PRECIOS DE TRANSFERENCIA

5.1. Enfoque General

De acuerdo a la descripción de las operaciones realizadas precedentemente, las cuestiones a ser analizadas bajo las normas de Precios de Transferencias incluidas en el Art. 15 de la **LIG** y sus normas relacionadas vigentes para el período bajo análisis son las siguientes:

- Si los precios pactados con las sociedades vinculadas del exterior, por la prestación de servicios de comercialización de tiempo y espacio publicitario, tanto online como offline, se corresponden con los que hubieran sido pactados con o entre partes independientes en operaciones comparables; y
- Si los precios pactados con las compañías vinculadas del exterior por los servicios de intermediación comercial recibidos, se corresponden con los que hubieran sido pactados con o entre partes independientes en operaciones comparables.

Para las operaciones mencionadas se desarrollaran explicaciones detalladas del enfoque utilizado para analizar la condición de mercado de las operaciones bajo análisis, del criterio de selección del método más apropiado, una descripción de la metodología empleada para seleccionar los comparables utilizados, una explicación del análisis económico (incluyendo explicaciones de la recolección de datos y de los ajustes realizados), y de los resultados de dicho análisis.

5.2. Selección del Método

La legislación argentina, salvo excepciones ya mencionadas, no establece la utilización de determinado método para actividades específicas.

El Art. 11 de la **RG (AFIP) 1122/01**, define como método más apropiado "...el que mejor refleje la realidad económica..." de la transacción bajo análisis.

Por consiguiente, se considera como tal el que reúna las siguientes características:

- Mejor compatibilice con la estructura empresarial y comercial.
- Cuenten con la mejor calidad y cantidad de información disponible para su adecuada justificación y aplicación.
- Contemple el más adecuado grado de comparabilidad de las transacciones vinculadas y no vinculadas, y las empresas involucradas en dicha comparación.
- Requiera el menor nivel de ajustes a los efectos de eliminar las diferencias existentes entre los hechos y situaciones comparables.

Asimismo, de acuerdo con el segundo artículo incorporado a continuación del Art. 21 del **DR** de la **LIG**, a efectos de identificar el método que mejor se adapte al caso, se considerarán, entre otros elementos o circunstancias, las siguientes:

- Las características de las transacciones.
- Las funciones o actividades desarrolladas.
- Los términos contractuales.
- Las circunstancias económicas.

El **DR N° 1037/00** del **PEN** ha definido los métodos aceptados para constatar los Precios de Transferencia enumerados en el quinto párrafo del Art. 15 de la **LIG**. Los mismos son los siguientes:

- I. Método de Precio Comparable entre partes independientes;
- II. Método de Precio de Reventa entre partes independientes;

- III. Método de Costo más Beneficios;
- IV. Método de División de Ganancias; y
- V. Método de Margen Neto de la Transacción.

A excepción del primer método mencionado, que compara los precios utilizados en las transacciones analizadas, todos los demás métodos se basan en márgenes de utilidad.

La selección de un método de fijación de Precios de Transferencia busca identificar el método más adecuado para cada situación particular. En relación a lo mencionado, la OCDE, en sus lineamientos, indica que el proceso de selección debe tener en cuenta:

- a. Las fortalezas y debilidades de los métodos reconocidos por los lineamientos de la OCDE,
- b. La adecuación del método considerado teniendo en cuenta la naturaleza de la transacción controlada determinada, en particular, a través de un análisis funcional,
- c. La disponibilidad de información confiable (en particular, sobre los elementos de comparación no controlados) necesaria para aplicar el método seleccionado y / u otros métodos, y
- d. El nivel de comparabilidad existente entre las transacciones controladas y no controladas, incluyendo la fiabilidad de los ajustes de comparabilidad que pueden ser necesarios para eliminar las diferencias materiales entre ellos.

5.3. Descripción, análisis y selección del “método más apropiado” para el caso bajo estudio

5.3.1. Método de Precio Comparable entre Partes Independientes (PC)

Este método considera el precio que se hubiera pactado con o entre partes independientes en transacciones comparables; compara el precio cobrado por un bien o servicio transferido en una operación controlada con el precio cobrado por un bien o servicio transferido en una operación no controlada comparable en circunstancias comparables

La OCDE establece que una operación no controlada es comparable a una operación controlada a efectos de aplicar éste método, si se cumple alguna de las siguientes condiciones:

- 1) Ninguna de las diferencias (si existen) entre las operaciones sujetas a análisis o entre las sociedades que realizan esas operaciones podrían afectar significativamente el precio; o
- 2) Si pudieran efectuarse ajustes razonables que permitieran eliminar los efectos de esas diferencias.

Cuando es posible encontrar operaciones no controladas comparables, este método (PC) constituye la forma más directa y confiable de aplicar el principio de asimilación a partes independientes. Por lo descrito precedentemente, si se cumplen algunas de las condiciones en cuestión, este método prevalecerá por sobre los otros, en cumplimiento de los lineamientos de la OCDE.

El **Art. 21.6 del DR de la LIG** establece que el Método del PC no será aplicable cuando los productos no sean análogos por su naturaleza y calidad, y cuando los mercados no sean comparables por sus características o por su volumen, cuando existan notorias diferencias en el volumen de las transacciones, cuando las condiciones financieras y monetarias no sean susceptibles de ser ajustadas y en el supuesto de que los bienes intangibles objeto de la transacción no sean iguales o similares.

Resulta posible aplicar este método comparando el precio pactado en una transacción realizada por la compañía con empresas vinculadas con aquel acordado en una transacción de la misma compañía con terceros independientes en la que se intercambiaron productos o servicios idénticos o muy similares (Precio Comparable interno). Alternativamente, la comparación podría ser realizada utilizando el precio pactado entre dos empresas independientes que comercializaron productos o servicios idénticos o muy similares a los involucrados en la transacción bajo análisis (Precio Comparable externo).

En conclusión, inferimos que este método se utiliza por lo general, cuando existen operaciones comparables internas o bien cuando se trata de bienes que cuentan con un precio de mercado de público y notorio conocimiento, dado que es generalmente muy difícil encontrar transacciones comparables entre terceros independientes, debido a que diferencias menores entre la transacción analizada y aquellas comparables realizadas entre empresas no relacionadas pueden tener un impacto significativo en el precio, aun cuando las actividades asociadas a dicha transacción sean lo suficientemente similares como para generar márgenes de utilidad comparables.

Aplicabilidad

Este método compara el precio al que un producto/servicio fue adquirido o vendido a una empresa vinculada, con el precio al que el mismo producto/servicio fue transferido en transacciones entre empresas no vinculadas, bajo condiciones comparables.

Esto puede ser una operación de LATAM ARG con terceros independientes (Precio Comparable interno), o bien entre dos empresas independientes que comercializan servicios idénticos o muy similares a aquellos bajo análisis (Precio Comparable externo).

Las Pautas de la OCDE establecen que hay dos puntos a tener en cuenta cuando se analiza la prestación de servicios entre sociedades vinculadas:

1. Si los servicios son definidos como servicios “intragrupales”; y
2. Cuál debería ser el cargo por tales servicios según el principio de asimilación a partes independientes.

El cargo en relación con el servicio intragrupal debería ser aquel que se hubiera ofrecido y aceptado entre empresas independientes en circunstancias comparables.

En nuestro caso bajo análisis, si LATAM ARG no prestara servicios de comercialización de tiempo y espacio publicitario a compañías vinculadas, estas últimas hubieran estado dispuestas a contratar a terceros independientes para asistir a sus clientes. Asimismo, LATAM ARG hubiera estado dispuesta a pagar a terceros independientes por los servicios de intermediación comercial recibidos.

Por lo tanto, puede observarse que las operaciones bajo análisis son servicios intragrupales por los cuales tanto LATAM ARG como las sociedades vinculadas del exterior estarían dispuestas a abonar a terceros independientes.

Por otra parte, si bien la Compañía presta los mencionados servicios tanto a compañías vinculadas como a terceros independientes, cabe señalar que existen diferencias significativas entre los servicios prestados que impiden una comparación confiable de precios, toda vez que cada tipo de servicio cuenta con características particulares de acuerdo a la necesidad de cada uno de los clientes.

En este caso, dada la particularidad de los servicios prestados a los distintos clientes, no se pueden identificar tales parámetros de comparación. Asimismo, la Compañía no ha recibido servicios de intermediación comercial de terceros independientes.

Asimismo, no fue posible identificar transacciones realizadas entre terceros independientes idénticas o muy similares a aquellas llevadas a cabo por LATAM ARG con compañías vinculadas del exterior, sin que las diferencias en los servicios ofrecidos o recibidos y las condiciones comerciales acordadas en dichas transacciones no se vieran reflejadas en sus precios. Como así también las diferencias en las condiciones comerciales establecidas entre terceros independientes respecto de aquellas establecidas entre LATAM ARG y sus partes vinculadas generarán diferencias de precios, que no resulta posible cuantificar confiablemente, basándose en la información pública disponible.

Concluimos entonces que el presente método en su versión externa tampoco resulta aplicable al análisis de los precios acordados por LATAM ARG en las transacciones bajo análisis.

5.3.2. Método de Precio de Reventa entre Partes Independientes (PR)

Este método consiste en determinar el precio de adquisición de un bien, de la prestación de un servicio o de la contraprestación de cualquier otra operación entre partes relacionadas, multiplicando el precio de reventa o de la prestación del servicio o de la operación de que se trate, fijado con o entre partes independientes en operaciones comparables, por el resultado de disminuir de la unidad el porcentaje de utilidad bruta que hubiera sido pactado con o entre partes independientes en operaciones comparables. A tal efecto, el porcentaje de utilidad bruta resultará de relacionar la utilidad bruta con las ventas netas.

Es decir, el Método de Precio de Reventa entre Partes Independientes evalúa si el monto pactado en una transacción controlada cumple con el principio *arm's length* comparando el margen bruto de utilidad obtenido en la transacción analizada con el margen bruto de utilidad obtenido en transacciones comparables no controladas.

La aplicabilidad del método depende especialmente del carácter similar de las funciones realizadas, los riesgos asumidos, y los términos contractuales. Si bien los requisitos de comparabilidad de producto no son tan estrictos como en el caso del método Precio Comparable, los productos distribuidos deben ser del mismo tipo general.

Se puede comparar el margen bruto de utilidad del revendedor en una transacción controlada con el margen bruto de utilidad obtenido por el mismo revendedor en una transacción con un tercero independiente (Precio de Reventa mediante parámetros de comparación "internos"). Si no existen transacciones comparables no controladas para el mismo revendedor, también se puede considerar el margen bruto de utilidad obtenido por otros revendedores en operaciones comparables realizadas con terceros independientes (Precio de Reventa mediante parámetros de comparación "externos").

Se considera que una transacción no controlada es comparable a una transacción controlada cuando no existe ninguna diferencia entre las transacciones comparadas que afecten el porcentaje de utilidad bruta, o cuando, existiendo, dichas diferencias

pueden ser eliminadas mediante ajustes razonables. La aplicación del presente método requiere de un alto grado de comparabilidad entre las funciones realizadas, los riesgos incurridos y los términos contractuales entre la transacción controlada y la no controlada.

El Método de Precio de Reventa entre Partes Independientes no es un método confiable cuando existen diferencias significativas en:

- Nivel de mercado;
- Eficiencia en la administración;
- Funciones desarrolladas; o
- Productos.

Aplicabilidad

Por lo mencionado, este método se utiliza principalmente para analizar las transacciones de empresas que revenden sus productos sin efectuarles modificaciones físicas ni incorporarles valor agregado.

En consecuencia, dado que LATAM ARG no realiza actividades de reventa de bienes tangibles, sino que su actividad consiste en la prestación de servicios de comercialización de tiempo y espacio publicitario, el método de Precio de Reventa no resulta adecuado para el análisis de Precios de Transferencia.

5.3.3. Método de Costo más Beneficios (CB)

Este método consiste en determinar el precio de venta de un bien, de la prestación de un servicio o de la contraprestación de cualquier otra operación entre partes relacionadas multiplicando el costo de los bienes, de los servicios u otras transacciones por el resultado de adicionar a la unidad el porcentaje de ganancia bruta aplicado con o entre partes independientes en transacciones comparables, determinándose dicho porcentaje relacionando la utilidad bruta con el costo de ventas.

Se puede comparar el margen bruto de utilidad de la parte en prueba en una transacción controlada con el margen bruto de utilidad obtenido por el mismo sujeto en una transacción con un tercero independiente (Costo más Beneficios mediante parámetros de comparación "internos"). Si no existen transacciones comparables no controladas realizadas por el mismo sujeto bajo análisis, también se puede considerar el margen bruto de utilidad obtenido por otros sujetos en operaciones comparables realizadas con terceros independientes (Costo más Beneficios mediante parámetros de comparación "externos").

Se considera que una transacción no controlada es comparable a una transacción controlada cuando no existe ninguna diferencia entre las transacciones comparadas que afecten el porcentaje de utilidad bruta, o cuando, existiendo, dichas diferencias pueden ser eliminadas mediante ajustes razonables.

La aplicación de éste método requiere de un alto grado de comparabilidad entre las funciones realizadas, los riesgos incurridos y los términos contractuales entre la transacción controlada y la no controlada.

El Método de Costo más Beneficios es poco confiable cuando existen diferencias significativas entre las transacciones controladas y no controladas en relación con:

- Intangibles;
- Estructura de costos;

- Grado de experiencia en el negocio;
- Eficiencia en la administración;
- Funciones desarrolladas; y
- Productos.

En el caso de prestación de servicios, los lineamientos de la OCDE establecen que el mismo, sería apropiado en ausencia de un Precio Comparable, cuando la naturaleza de las actividades involucradas, activos utilizados y riesgos asumidos resultan comparables a los de las empresas independientes seleccionadas como comparables.

Aplicabilidad

En lo que respecta a la aplicación de parámetros de comparación internos, este método podría aplicarse comparando el margen bruto obtenido por LATAM ARG en sus operaciones con sus compañías vinculadas del exterior, con el margen bruto obtenido en operaciones con compañías independientes.

En primer lugar, tal como se mencionara en la aplicabilidad del Método Precio Comparable, cabe señalar que los servicios que LATAM ARG prestó a sus empresas vinculadas del exterior, no son similares a aquellos prestados a compañías independientes. Por lo tanto, no pueden identificarse tales parámetros de comparación. Asimismo, la Compañía no ha recibido servicios de intermediación comercial de terceros independientes.

Respecto a la versión externa del método Costo más Beneficios, es importante mencionar que el costo de los servicios prestados por LATAM ARG está representado por los gastos incurridos en la prestación de los mismos. Dado que las compañías que prestan servicios similares a aquellos prestados por LATAM ARG, de acuerdo al análisis que se desarrollará en la siguiente sección, se encuentran radicadas en diferentes países, no existe garantía de que estos potenciales prestadores de servicios comparables tomen como parámetros de medición de sus márgenes brutos de utilidad los mismos parámetros que LATAM ARG. Una sociedad puede clasificar determinados gastos como un ítem dentro del costo de ventas, mientras otra puede clasificar dichos gastos como un gasto operativo.

El tratamiento diferencial de los gastos podría generar un efecto distorsivo en la comparación de márgenes brutos de utilidad, por lo cual un análisis del CB no sería apropiado para analizar si las funciones realizada por LATAM ARG han sido retribuidas a valores de mercado.

Por lo tanto, el método de Costo más Beneficios en su versión externa tampoco es aplicable al análisis de las operaciones.

5.3.4. Método de División de Ganancias (DG)

De acuerdo a lo establecido por el primer artículo incorporado a continuación del **Art. 21.6 del DR de la LIG**, el método de división de ganancias es el que resulta de aplicar para la asignación de las ganancias obtenidas entre partes vinculadas, la proporción en que hubieran sido asignadas entre partes independientes, de acuerdo con el siguiente procedimiento:

La utilidad de operación global se determinará mediante la suma de la utilidad de operación obtenida por cada una de las personas relacionadas involucradas en la operación.

La utilidad de operación global se asignará a cada una de las personas relacionadas considerando elementos tales como activos, costos y gastos de cada una de las

personas relacionadas, con respecto a las operaciones entre dichas partes relacionadas.

Aplicabilidad

La aplicación de este método implica distribuir utilidades obtenidas por más de una sociedad que se generan de forma “inseparable”, lo cual hace necesarios atribuir las proporcionalmente por algún método apropiado. Se recomienda el uso de este método cuando se trata de transacciones muy interrelacionadas que no puedan evaluarse separadamente.

En el caso bajo análisis, las utilidades de cada parte involucrada se encuentran claramente identificadas y se correlacionan con sus funciones, actividades y riesgos, por lo que no resulta necesario aplicar sistema de distribución de utilidades alguno.

En consecuencia, no se ha seleccionado este método para el análisis de los Precios de Transferencia.

5.3.5. Método de Margen Neto de la Transacción (MNT)

Por MNT se entenderá el margen aplicable a las transacciones entre partes vinculadas que se determine para ganancias obtenidas por alguna de ellas en las transacciones no controladas comparables o en transacciones comparables entre partes independientes. A los fines de establecer dicho margen, podrán considerarse factores de rentabilidad tales como retornos sobre activos, ventas, costos, gastos o flujos monetarios.

La OCDE sugiere que el margen neto que obtiene el contribuyente en una operación controlada debería ser establecido en referencia al margen neto que el mismo contribuyente obtiene en operaciones no controladas comparables. Esto sería mediante la aplicación de parámetros de comparación “internos”.

Asimismo, el Margen Neto de la Transacción sería útil tomando como parámetro el margen neto obtenido por sociedades independientes en operaciones comparables, es decir, mediante la aplicación de parámetros de comparación “externos”, en cuyo caso los resultados financieros de la parte analizada son comparados con los resultados financieros de las compañías independientes involucradas en actividades similares en circunstancias similares.

Como ventaja en este método podemos destacar que requiere una menor comparabilidad funcional que los métodos transaccionales tradicionales (**PC, PR y CB**) debido a que las funciones realizadas por las diferentes compañías se reflejan en los niveles de gastos de operación. Como así también, requiere una menor similitud entre los productos intercambiados para obtener resultados confiables que aquella requerida con los métodos transaccionales tradicionales.

Aplicabilidad

Como fuese indicado precedentemente, en el caso de LATAM ARG no fue posible identificar parámetros de comparación internos.

Una ventaja del Margen Neto de la Transacción es que no se ve afectado por las diferencias contables entre la parte analizada y las sociedades comparables como en el caso de los métodos del Precio de Reventa o del Costo más Beneficios. No resulta de importancia si un gasto en particular se clasifica como un elemento del costo de los bienes vendidos o como un gasto operativo. En ambos casos, los gastos serán deducidos de los ingresos por ventas a fin de obtener los ingresos operativos.

Asimismo, al analizar el resultado operativo de la firma, este método toma en cuenta todas las actividades desarrolladas por las compañías y la intensidad con la que las mismas se realizan, incluyendo los esfuerzos de administración y comercialización, tanto de LATAM ARG en sus transacciones sujetas a análisis, como de las compañías comparables. Los resultados netos resultan más tolerantes que los márgenes brutos a diferencias funcionales en las transacciones entre empresas vinculadas y aquellas entre terceros independientes. Esto se debe a que las funciones realizadas por las diferentes compañías, se reflejan en los niveles de gastos de operación. De esto resulta que las empresas comparadas pueden tener una gran variabilidad de márgenes brutos y aún obtener márgenes netos similares.

En consecuencia, este método, bajo parámetros de comparación “externos”, ha sido seleccionado como el método más apropiado para el análisis de Precios de Transferencia de LATAM ARG.

5.4. Análisis Económico

5.4.1. Selección de la Parte Analizada

De acuerdo al **Art. 9, capítulo E de la RG N° 1122/01**, para la aplicación de los métodos de determinación de los Precios de Transferencia el análisis de comparabilidad y justificación de dichos precios debe efectuarse sobre la situación del sujeto local.

Por lo tanto, el análisis de comparabilidad y justificación de los Precios de Transferencia se llevó a cabo sobre LATAM ARG.

5.4.2. Selección del Período a Comparar

Los lineamientos de la OCDE estipulan que el uso de múltiples períodos resulta apropiado a los fines de reducir la distorsión potencial causada por el ciclo del negocio y los ciclos de vida de los productos. Sin embargo, éstos no especifican el número de años a utilizar. En su lugar, el número de años a ser utilizado debería reflejar los efectos de los citados ciclos en los estados contables de LATAM ARG y de las compañías comparables.

Por lo tanto, consideramos apropiado analizar la información de la compañía y las comparables correspondientes a tres períodos comerciales (2011-2013), considerando que ello es más representativo de la rentabilidad en el largo plazo de las compañías, y se encuentra menos sujeto a variaciones debidas a las condiciones específicas de un año en particular, o de determinado punto en el ciclo del negocio. Un análisis acotado a un sólo período fiscal podría verse afectado por variaciones temporales que no harían confiable la conclusión a la que se arribaría.

5.4.3. Búsqueda de Compañías Comparables

En una economía de mercado, la compensación por desarrollar funciones y asumir riesgos similares, debería tender a igualarse entre las diferentes actividades. Por el contrario, los precios de diferentes productos o servicios, tenderían a igualarse sólo en la medida en que los productos o servicios cuyos precios se comparan sean sustitutos. Consecuentemente, dado que los márgenes netos representan la compensación neta (teniendo en cuenta los costos y gastos operativos), las diferencias de servicios resultan menos significativas.

Por lo tanto, la búsqueda se basó en una comparación funcional más que en una comparación en relación del servicio. Aunque los comparables identificados no prestan exactamente los mismos servicios; las funciones desarrolladas, activos involucrados y

riesgos asumidos por LATAM ARG y las sociedades comparables no controladas son similares.

Cabe mencionar que a los fines del presente análisis no resultó confiable emplear información contable de empresas argentinas, debido a que la información pública disponible en nuestro país no resulta suficiente para establecer el grado de comparabilidad requerido para un adecuado análisis de los Precios de Transferencia de LATAM ARG. Por lo tanto, la búsqueda se basó en empresas que cotizan en bolsas de valores que disponen de suficiente información pública y confiable.

La búsqueda de sociedades comparables fue efectuada en la base de datos Securities & Exchange Commission y Compustat NA – Standard & Poors.

En la base mencionada se buscaron sociedades comparables utilizando el criterio de clasificación por código de actividad (Standard Industrial Classification “SIC”) de Estados Unidos⁸.

Para identificar sociedades comparables se buscaron compañías cuyas actividades se

| CODIGO | DESCRIPCION DEL CODIGO |
|--------|---|
| 7311 | Agencias de Publicidad |
| 7361 | Agencias de Empleo |
| 7363 | Servicios de Recursos Humanos y de Contratación de Personal |
| 7374 | Procesamiento de información a través de medios informáticos |
| 7389 | Servicios de negocios, agentes y corredores para autores y artistas |
| 8721 | Servicios de contabilidad, auditoría y control interno |
| 8741 | Servicios Administrativos |
| 8744 | Servicios de Soporte de todo tipo |

clasificaban bajo cualquiera de los siguientes códigos SIC primario:

De la búsqueda efectuada en la base de datos mencionada anteriormente, surgieron 106 compañías públicas con actividades potencialmente comparables a la de LATAM ARG.

Inicialmente se revisaron las descripciones de actividad de las compañías conforme el detalle que surge de la base de datos. Durante esta etapa, se eliminaron 76 compañías por no realizar actividades comparables ni asumir riesgos similares a los de LATAM ARG.

Para las 30 sociedades remanentes, identificadas como potenciales comparables luego del análisis de la descripción de las actividades que surge de la base de datos, se analizó la descripción integral de la actividad y la información financiera que surge de los balances de publicación anuales más recientes de cada una de ellas.

Las compañías se eliminaron si presentaban alguna de las siguientes características:

⁸ El “Standard Industrial Classification” (SIC) es la fuente de normas de clasificación estadística fundamental de todas las estadísticas económicas federales en relación con los establecimientos clasificados por industria. El SIC se utiliza para promover la comparabilidad de los datos de los establecimientos describiendo diferentes facetas de la economía de Estados Unidos. A cada empresa se le asigna un código SIC primario. Este último indica la actividad económica de la cual la compañía obtiene la mayor parte de sus ingresos.

- Estaban significativamente involucradas en diferentes actividades (manufactura, distribución, otras).
- Prestaban servicios significativamente diferentes.
- Carecían de información disponible en idioma inglés, español y/o francés.
- Carecían de información financiera pública disponible correspondiente a dos años consecutivos como mínimo.
- Tuvieron una interrupción importante en su curso normal de actividades (por ejemplo: quiebra, fusión, adquisición, etc.). Este criterio permite eliminar a aquellas compañías que podrían no estar obteniendo los niveles de utilidad normales de mercado.
- Poseían patentes, licencias, marcas y otros intangibles de alto valor. Este criterio trata de eliminar a aquellas compañías que poseen activos intangibles no rutinarios valiosos o activos únicos, ya que dichas compañías generalmente obtendrán utilidades promedio superiores a las de compañías que sólo poseen activos intangibles rutinarios.
- Presentaban pérdidas operativas recurrentes en los últimos tres años con información financiera disponible.
- Realizaban transacciones significativas con empresas vinculadas.

(Ver Anexo V)

Basados en estos criterios y como resultado final de esta búsqueda, se seleccionaron 10 compañías como comparables. Estas son:

| Nombre de la Compañía | Descripción de la Actividad |
|--------------------------|---|
| CONVERGYS CORP | La compañía presta servicios de customer relationship management. La compañía se focaliza en la creación de relaciones estratégicas de largo plazo con los clientes, en las industrias de telecomunicaciones, tecnología y servicios financieros. |
| HAVAS | Es una compañía que presta servicios de publicidad y comunicación. Ofrece servicios de publicidad tradicional, digital y online, estrategia de marca, comunicación corporativa, etc. Además realiza la creación de aplicaciones para celulares, social media. |
| INSPERITY INC | La compañía se dedica a la prestación de servicios de consultoría para la administración de recursos humanos. |
| INTERPUBLIC GROUP OF COS | La compañía provee servicios de publicidad y marketing a nivel mundial. Sus servicios incluyen publicidad para los consumidores, marketing digital, planeamiento de comunicaciones y compras, relaciones públicas. También ofrece varios servicios diversificados, como producción de eventos, identidad de marca, consultoría de marketing estratégico. |
| MDC PARTNERS INC | La compañía provee servicios de marketing a nivel mundial. Opera en dos segmentos: Servicios de Estrategia de Marketing (publicidades y medios, marketing interactivo/directo, análisis de mercado, promoción de ventas) y Servicios de Performance de Marketing (diseño, desarrollo, búsqueda e implementación de servicios al consumidor). Además ofrece publicidad para celulares, e-commerce, social media marketing. |
| OMNICOM GROUP | Provee servicios de publicidad, marketing y comunicación empresarial. Ofrece servicios de publicidad, relación con el consumidor, relaciones públicas. |
| SYKES ENTERPRISES INC | La compañía ofrece servicios de gestión de clientes y outsourcing. Lo mencionado incluye, servicios de atención de clientes, asistencia de salud, soporte técnico y venta de productos por e-mail, web chat, teléfono. |
| TELETECH HOLDINGS INC | La compañía se dedica a la prestación de servicios BPO, soluciones empresariales y de soporte en la atención de clientes. |
| TRANSCOM WORLDWIDE SA | La compañía presta servicios de customer relationship management. La compañía se focaliza en servicios de atención al cliente, líneas de ayuda, soporte técnico y construcción de relaciones. |
| WPP PLC | La compañía ofrece servicios de comunicación a nivel mundial. Lleva a cabo el marketing de marcas, campañas publicitarias, diseño y producción de publicidades para distintos medios. También ofrece media planning, desarrollo de contenido y estudios de mercado. |

Cabe aclarar que la información en relación a la búsqueda y selección de compañías comparables, fue proporcionada por la empresa bajo análisis; siendo nuestro rol el de constatar la información obtenida sea fiel, y así concluir que las empresas se hayan seleccionado según los lineamientos de la OCDE.

5.4.4. Indicadores de Nivel de Rentabilidad (INR)

Una aplicación confiable del Margen Neto de Transacción requiere de la selección de un indicador de rentabilidad que proporcione la medida más confiable del ingreso que la parte en prueba hubiera obtenido si sus operaciones se hubieran celebrado con terceros independientes, considerando todas las circunstancias. Este margen debe medir de la manera más confiable el rendimiento de la Compañía por su inversión en recursos y por su exposición al riesgo.

A continuación se describen los indicadores de rentabilidad comúnmente utilizados para el análisis de Precios de Transferencia:

Margen de Operación

$$\text{Margen de Operación} = \frac{\text{Utilidad de Operación}}{\text{Ventas Netas}}$$

El Margen de Operación (MO) mide la relación que existe entre la utilidad operativa del negocio y las ventas netas en un determinado período fiscal.

Este indicador se utiliza frecuentemente para empresas que se dedican a las actividades de manufactura, y para aquellas que se dedican a las actividades de distribución; cuando dichas empresas tienen además erogaciones con partes relacionadas que reflejan en las partidas de gastos de los estados financieros.

Por lo expresado, se descarta el presente indicador, debido a la actividad del caso bajo análisis.

Rendimiento sobre Activos de Operación

$$\text{ROA} = \frac{\text{Utilidad de Operación}}{\text{Activos de Operación}}$$

El Rendimiento sobre Activos de Operación (ROA) es un indicador del nivel de utilidad que relaciona la utilidad operativa con los activos de operación.

Este indicador se utiliza cuando la empresa examinada está dedicada a actividades de arrendamiento o cuando es claro que la empresa obtiene sus retornos fundamentalmente del uso y/o explotación de sus activos.

Concluimos entonces que este indicador no es apropiado para aplicar en el método seleccionado.

Costo Adicionado Neto

$$\text{Costo Adicionado Neto} = \frac{\text{Utilidad de Operación}}{\text{Costos + Gastos Operativos}}$$

El Costo Adicionado Neto (CAN) está definido como la razón de la utilidad de operación de una empresa, sobre la suma de sus costos y gastos.

Este indicador es generalmente utilizado para evaluar la rentabilidad de empresas prestadoras de servicios.

Una de las principales ventajas de utilizar el Costo Adicionado Neto (CAN) en el presente análisis surge del hecho de que el mismo mide de la manera más confiable el rendimiento obtenido por una compañía en la prestación de un servicio, de acuerdo a su inversión en recursos y su exposición al riesgo. Para las compañías prestadoras de servicios, la posibilidad de generar ganancias operativas depende en mayor medida de la posibilidad de prestar los servicios cubriendo sus costos totales, que de una aplicación intensiva de capital como en el caso de una empresa manufacturera.

Por lo tanto, consideramos que este indicador es el más apropiado para comprobar la condición de mercado de los servicios sujetos a análisis.

5.4.5. Determinación del Rango Intercuartil

El rango de precios comparables fue calculado según lo dispuesto en el Art. 12 y el Anexo V de la **RG 1122/01**.

A continuación se detalla la metodología aplicada:

- I. Se ordenaron en forma ascendente los márgenes obtenidos por las sociedades comparables.(ver Anexo VI)
- II. Numeramos las empresas seleccionadas como sociedades comparables, del número 1 al 10. **(Total de empresas= 10)**
- III. Calculamos la posición de la mediana $((10+1)/2)$
- IV. Seleccionamos según el **punto 3**. La posición 5 y 6, calculamos la diferencia de sus respectivos CAN, a dicho valor lo multiplicamos por los decimales de dicha posición y al resultado le adicionamos el CAN de la posición 5; dándonos como resultado el valor de la **mediana**
- V. Al valor del **punto 4.**, le sumamos el 5% (mediana +5%) y también le restamos el 5% (mediana -5%)

VI. Calculamos la posición del 1er cuartil, tomando el valor del **punto 3**. Sumándole 1 unidad, y a dicho valor lo dividimos por 2 (dos)

VII. Seleccionamos según el **punto 6**. La posición 3 y 4, calculamos la diferencia de sus respectivos CAN, a dicho valor lo multiplicamos por los decimales de la posición del 1er cuartil y al resultado le adicionamos el CAN de la posición 3; dándonos como resultado el valor del **1er cuartil**

VIII. Calculamos la posición del 3er cuartil, tomando el valor del **punto 3**. restándole 1 unidad, y a dicho valor le sumamos el valor del **punto 6**.

IX. Seleccionamos según el **punto 8**. La posición 7 y 8, calculamos la diferencia de sus respectivos CAN, a dicho valor lo multiplicamos por los decimales de la posición del 3er cuartil y al resultado le adicionamos el CAN de la posición 7; dándonos como resultado el valor del **3er cuartil**

| | | PROMEDIO 2011-2013 | |
|-----------------------------|-----------|-------------------------------|---------------|
| | 1 | TRANSCOM WORLDWIDE SA | 1,50% |
| | 2 | MDC PARTNERS INC | 1,58% |
| Posición 1er Cuartil | 3 | INSPERITY INC | 3,42% |
| | 4 | SYKES ENTERPRISES INC | 6,72% |
| Posición Mediana | 5 | CONVERGYS CORP | 8,03% |
| | 6 | TELETECH HOLDINGS INC | 9,59% |
| Posición 3er Cuartil | 7 | INTERPUBLIC GROUP OF COS | 10,63% |
| | 8 | WPP PLC | 14,11% |
| | 9 | OMNICOM GROUP | 14,33% |
| | 10 | HAVAS | 15,52% |
| | | Mínimo | 1,50% |
| | | Primer Cuartil | 4,25% |
| | | Mediana -5% | 8,37% |
| | | Mediana | 8,81% |
| | | Mediana +5% | 9,25% |
| | | Tercer Cuartil | 13,24% |
| | | Máximo | 15,52% |

| Periodo Fiscal | |
|-----------------------------|-------------|
| Posición 1er Cuartil | 5,5 |
| Posición Mediana | 3,25 |
| Posición 3er Cuartil | 7,75 |

2013

Los Costos Adicionados Netos (CAN) obtenidos por las sociedades comparables fueron utilizados para establecer si el precio pactado por LATAM ARG con sus compañías vinculadas del exterior cumplen con el criterio *arm's length*.

Rango de Costos Adicionados Netos, obtenidos por las Sociedades Comparables (Promedio 2011-2013):

| Mínimo | Primer Cuartil | Mediana | Tercer Cuartil | Máximo |
|--------|----------------|---------|----------------|--------|
| 1,17 % | 4,25% | 8,81% | 13,24% | 15,52% |

A efectos de determinar si los precios utilizados por LATAM ARG en sus operaciones realizadas con sus sociedades vinculadas del exterior durante el período fiscal 2013, responden a las prácticas normales de mercado entre partes independientes, se ha utilizado el Método del Margen Neto de la Transacción (MNT).

Estos resultados fueron comparados con el Costo Adicionado Neto de LATAM ARG correspondiente al ejercicio fiscal 2013, el cual asciende a **10,98%**.

Por lo tanto, los resultados de la Compañía se ubican dentro del rango intercuartil de los obtenidos por las compañías comparables seleccionadas, por lo que resulta posible inferir que los precios a los que LATAM ARG realizó operaciones con sus compañías vinculadas del exterior, son semejantes a los que hubiesen sido utilizados por empresas independientes en operaciones similares, bajo condiciones comparables.

Por lo precedente, concluimos que la empresa no debe rectificar su Declaración Jurada (**LIG**) del periodo fiscal 2013; sin embargo por el incumplimiento de los deberes formales expresado en el **punto 3.5**, deberá abonar el monto de \$ 20.000 (multa automática).

Siendo que las operaciones intercompany comenzaron en el año 2012, hemos decidido analizar, conjuntamente, las consecuencias impositivas y legales para dicho periodo, respecto a nuestro tema en estudio.

Como la empresa no ha aplicado Precios de Transferencia desde entonces, a pesar de ser sujeto y tener operaciones alcanzadas acorde a lo que indica la normativa; ha incurrido en el incumplimiento de deberes formales y materiales⁹.

⁹ Para el periodo fiscal 2012.

A continuación detallaremos los efectos y cuáles, a nuestro entender, aplicarían; como así también qué acciones deberá realizar la empresa para ajustar y/o rectificar dichos incumplimientos, para lo cual se realizó nuevamente el cálculo intercuartil para este periodo.

Periodo Fiscal 2012

| | | | PROMEDIO 2011-2012 |
|-----------------------------|----|--------------------------|-------------------------------|
| | 1 | TRANSCOM WORLDWIDE SA | 0,87% |
| | 2 | MDC PARTNERS INC | 2,19% |
| Posición 1er Cuartil | 3 | INSPERITY INC | 3,78% |
| | 4 | SYKES ENTERPRISES INC | 7,01% |
| Posición Mediana | 5 | CONVERGYS CORP | 7,79% |
| | 6 | TELETECH HOLDINGS INC | 9,46% |
| Posición 3er Cuartil | 7 | INTERPUBLIC GROUP OF COS | 10,84% |
| | 8 | WPP PLC | 13,87% |
| | 9 | OMNICOM GROUP | 14,15% |
| | 10 | HAVAS | 15,25% |
| | | Mínimo | 0,87% |
| | | Primer Cuartil | 4,59% |
| | | Mediana -5% | 8,19% |
| | | Mediana | 8,63% |
| | | Mediana +5% | 9,06% |
| | | Tercer Cuartil | 13,11% |
| | | Máximo | 15,25 |

| | |
|-----------------------------|-------------|
| Posición 1er Cuartil | 5,5 |
| Posición Mediana | 3,25 |
| Posición 3er Cuartil | 7,75 |

El valor CAN para nuestra empresa bajo estudio da como resultado **4,10 %**, por lo tanto dicho valor no se encuentra en el rango intercuartil. Tal como lo hemos mencionado anteriormente, la Ley indica que estos casos el contribuyente debe ajustar el mismo, llevándolo a la Mediana -5% (8,19 %).

En caso que el Fisco detectara esta situación, correspondería realizar la presentación Declaración Jurada de Precios de Transferencia, el estudio de Precios de Transferencia y la rectificativa de la Declaración Jurada de **LIG** para el ingreso del impuesto omitido y el pago de sus respectivos intereses resarcitorios.

Adicionalmente la empresa se encontraría alcanzada por la siguiente sanción:

- Penalidad descrita en el artículo 38.1¹⁰ (LPT) multa automática por **\$ 20.000** (deberes formales)

¹⁰ Ver punto 3.5

Se descarta la aplicación del artículo 45¹¹ (**LPT**) dado que la empresa ha mediado error excusable por tratarse de una cuestión compleja respecto de su actividad – abrupto crecimiento en los últimos años-, y como se podrá observar en el siguiente cuadro, el monto dejado de ingresar no configura materialidad significativa.

Asimismo, se descarta la aplicación del artículo 46¹² (**LPT**) ya que la empresa no actuó con dolo.

Debido a que la empresa ha omitido ingresar al Fisco impuesto en su Declaración Jurada 2012, devengará desde su vencimiento, un interés resarcitorio¹³, sin necesidad de interpelación o procedimiento previo.

El período en que estos se devengan comienza desde el vencimiento de la obligación, hasta el pago de la deuda, el pedido de prórroga, la interposición de la demanda de ejecución fiscal, o la apertura de concurso. Para nuestro caso el rango de fecha es: 15/05/2013 (vencimiento Declaración Jurada periodo fiscal 2012) a 15/10/2014 (pago de intereses)

Es importante destacar que en caso que arroje quebranto el resultado impositivo no se pagaran intereses.

El cuadro a continuación resume:

- El cálculo del periodo fiscal 2012 sin la aplicación de Precios de Transferencia
- El cálculo del periodo fiscal 2012 con la aplicación de Precios de Transferencia
- El impuesto a las ganancias omitido a ingresar al Fisco
- Los intereses resarcitorios respectivos (ver Anexo VII)
- Las multas correspondientes

¹¹ Penaliza la acción de omitir el pago de tributos bajo el delito culposo, está dado por el acto o la omisión que genera un resultado que es descrito sancionado por la ley penal. El culpable debería haber previsto dicho resultado; en cambio, no actuó con el cuidado que debía. Siempre que no corresponda la aplicación del artículo 46 y en tanto no exista error excusable.

¹² El **delito doloso**, deberá contener 3 elementos: dolo, maniobra u ocultación y perjuicio al Fisco (elemento subjetivo y objetivo). Además deberá para conformarse como tal haber ardid o engaño por parte del contribuyente

¹³ La Ley de Procedimiento Tributario estipula que la tasa de los intereses resarcitorios es del **3%** mensual

| Estado de Resultados | Sin Ajuste | Ajustado a la Mediana -5% | Ajuste Base Imponible |
|--|--------------|---------------------------|-----------------------|
| Ventas Netas | 9.935.475,00 | 9.935.475,00 | |
| Costos Totales | 9.544.490,00 | 9.183.607,00 | |
| Utilidad Operativa | 390.985,00 | 751.868,00 | 360.883,00 |
| CAN | 4,10% | 8,19% | |
| MEDIANA -5% | 8,19% | | |
| Impuesto a las Ganancias abonado sin ajuste ⁽¹⁾ | 136.844,75 | | |
| Impuesto a las Ganancias abonado con ajuste ⁽²⁾ | | 263.153,80 | |
| DDJJ 2012 se rectifica y se abonará por la diferencia dejada de pagar ⁽²⁻¹⁾ | | | 126.309,05 |
| Intereses Resarcitorios (DDJJ 2012) | | | 64.417,62 |
| Multa por Omisión de Presentación de DDJJ en los plazos generales sin requerimiento 2012 | | | 20.000,00 |
| Total | | | 210.726,67 |

6. CONCLUSIÓN

6.1. En español

Como resultado del trabajo de investigación desarrollado, concluimos que la empresa, dado que realiza transacciones con empresas vinculadas del exterior, deberá ajustarse a los parámetros de Precios de Transferencia indicados por la normativa legal vigente.

En cuanto a la aplicación práctica, hemos seleccionado como método más apropiado el Margen Neto de la Transacción (MNT); arrojando como resultado que los precios utilizados por la empresa en dichas transacciones, durante el período fiscal analizado, responden a las prácticas normales de mercado entre partes independientes. No obstante, por el periodo en cuestión la empresa deberá afrontar sanciones por el incumplimiento de deberes formales.

A su vez analizamos el período fiscal 2012, año en el que inició con transacciones intercompany. Si bien no se trata del periodo bajo análisis, lo consideramos apropiado para cuantificar los riesgos y consecuencias del caso. El mismo nos permitió evidenciar que las transacciones no se ajustaron al principio *arm's length*; por lo cual la empresa deberá afrontar como consecuencia las sanciones por incumplimiento de deberes formales y materiales; debiendo abonar conjuntamente los intereses resarcitorios correspondientes.

Por último, cabe destacar la importancia que posee para una empresa ajustarse a las normas, no solo por los costos que trae aparejado no hacerlo, sino como también por el riesgo potencial de incurrir en sanciones.

6.2. En Inglés

As a result of the research work carried out, given that the company engages transactions with foreign related companies, we conclude that it must comply with the parameters indicated by the current legislation regarding Transfer Pricing.

In terms of the practical application, we have selected as the most appropriate method Net Margin Transaction (NMT); resulting that the prices used by the company in such transactions during the fiscal year under review, tally with normal market practices between independent parties; even though the company did not apply transfer pricing. However, for the period in question the company will face penalties for non-compliance with formal obligations set forth in the Tax Procedural Law.

In addition, we analyzed fiscal year 2012, year in which it began intercompany transactions. Although it is not the period under analysis, we consider appropriate to quantify the risks and consequences of the case. It allowed us to demonstrate that the transactions did not conform to the arm's length principle; whereby the company will face, as a consequence, sanctions for breaching formal and materials duties; having to pay as well the corresponding compensatory interests.

Finally, we would like to emphasize the importance for a company to comply with the regulation, not only for the costs linked to not doing so but also for the potential risk of incurring in criminal penalties.

ANEXOS

I. Formulario 742

| | | | | |
|---|-----------------------------------|----------------------|----------------|--------------------|
|  PRECIOS DE TRANSFERENCIA F. 742 Declaración Jurada | | Mes de Cierre | Período | C.U.I.T. |
| | Firma | 0 Original 1-3 Rect. | Cod. Actividad | Número verificador |
| | Carácter | | | |
| | Apellido y Nombre o Razón Social: | | | |
| Domicilio Fiscal: | | | | Versión 2.0 |
| Sello fechador de recepción | | | | |

| TOTAL DE OPERACIONES | | | | | |
|----------------------|--------------------------------------|---------------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|
| OPERACIONE | Importación de Bienes | Exportación de Bienes | Transferencia Tecnología Cesionario | Transferencia Tecnología Cedente | Prestamos Tomador |
| TOTAL | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| OPERACIONE | Prestamos Dador | Seguros / Dador | Propaganda y Publicidad - Tomador | Propaganda y Publicidad - Dador | Transporte Tomador |
| TOTAL | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| OPERACIONE | Transporte Dador | Servicios Prestatario | Servicios Prestador | Otras Operaciones Pagadas / A Pagar | Otras Operaciones Cobradas/A Cobrar |
| TOTAL | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| OPERACIONE | Actividad Sujetos Ley 21.526-Egresos | Actividad Sujetos Ley 21.526-Ingresos | Reaseguros | Retrocesiones | |
| TOTAL | 100,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | |


 074230706035458002000222430

Declaro que los datos consignados en este formulario son correctos y completos y que he confeccionado la presente utilizando el programa aplicativo (software) entregado por la AFIP, sin omitir ni falsear dato alguno que deba contener, siendo fiel expresión de la verdad. Conservando la documentación de soporte de lo consignado en la presente, la cual es contemporánea con las operaciones detalladas.

Fuente: www.afip.gov.ar

II. Formulario 743

| | | | | | | |
|---|---|-----------------------------------|----------------------|----------------|--------------------|-------------|
|  PRECIO S D E TRAN S F E R E N C I A F. 743 Declaración Jurada |  | Firma | Mes de Cierre | Período | C.U.I.T. | |
| | | Carácter | 0 Original 1-3 Rect. | Cod. Actividad | Número verificador | |
| | | Apellido y Nombre o Razón Social: | | | | |
| | | Domicilio Fiscal: | | | | Versión 2.0 |

| OPERACIONES | IMPORTE | METODOS DE AJUSTE | | |
|---|-----------|---|--|---------------------|
| | | Precios comparables entre partes independientes | Precios de reventa fijados entre partes independientes | Costo mas beneficio |
| Importación Bienes | 0,00 | | | |
| Exportación de Bienes | 0,00 | | | |
| Transferencia Tecnología-Cesionario | 0,00 | | | |
| Transferencia Tecnología-Cedente | 0,00 | | | |
| Prestamos-Tomador | 0,00 | | | |
| Prestamos-Dador | 0,00 | | | |
| Seguros-Dador | 0,00 | | | |
| Propaganda y publicidad Tomador | 0,00 | | | |
| Propaganda y publicidad Dador | 0,00 | | | |
| Transporte-Tomador | 0,00 | | | |
| Transporte-Dador | 0,00 | | | |
| Servicios-Prestatario | 0,00 | | | |
| Servicios-Prestador | 0,00 | | | |
| Otras Operaciones pagadas/A pagar | 0,00 | | | |
| Otras Operaciones cobradas/A cobrar | 0,00 | | | |
| Actividad Sujeto Ley 21526-Egresos | 0,00 | | | |
| Actividad Sujeto Ley 21526-Ingresos | 0,00 | | | |
| Reaseguros | 0,00 | | | |
| Retrocesiones | 0,00 | | | |
| Métodos que Ajustan sobre Utilidades | | | | |
| División de Ganancias | | 0,00 | | |
| Margen Neto de la Transacción | | 0,00 | | |
| Totales de Ajustes por Operaciones Internacionales | | | | |
| FUENTE | ARGENTINA | EXTRANJERA | | |
| Importe Positivo | 0,00 | 0,00 | | |
| Ajuste Correctivo | 0,00 | 0,00 | | |



Declaro que los datos consignados en este formulario son correctos y completos y que he confeccionado la presente utilizando el programa aplicativo (software) entregado por la AFIP, sin omitir ni falsear dato alguno que deba contener, siendo fiel expresión de la verdad. Conservando la documentación de soporte de lo consignado en la presente, la cual es contemporánea con las operaciones detalladas.

Fuente: www.afip.gov.ar

III. Formulario 969

| | | | | | |
|---|-----------------------------|-------------------|-----------------------------------|--------------------|---------|
|  AFIP PRECIOS DE TRANSFERENCIA | | Firma | C.U.I.T. | Número verificador | |
| | | | 8 Original 1-9 Rect. | Mes de Cierre | Período |
| F. 969 Declaración Jurada | Sello sellador de recepción | Carácter | Coef. Actividad | Versión 3.0.0 | |
| | | | Apellido y Nombre o Razón Social: | | |
| | | Domicilio Fiscal: | | | |

| OPERACIONES | IMPORTE U\$S | IMPORTE \$ |
|--|--------------|------------|
| 1 Importación de Bienes | | |
| 2 Exportación de Bienes | | |
| 3 Transferencia de Tecnología - Asistencia Técnica - Cesionario | | |
| 4 Transferencia de Tecnología - Servicios de Ingeniería o Consultoría - Cesionario | | |
| 5 Transferencia de Tecnología - Marcas y Patentes - Cesionario | | |
| 6 Transferencia de Tecnología - Otras - Cesionario | | |
| 7 Transferencia de Tecnología - Asistencia Técnica - Cedente | | |
| 8 Transferencia de Tecnología - Servicios de Ingeniería o Consultoría - Cedente | | |
| 9 Transferencia de Tecnología - Marcas y Patentes - Cedente | | |
| 10 Transferencia de Tecnología - Otras - Cedente | | |
| 11 Préstamos Tomador (Excepción Actividad Ley 21.526) | | |
| 12 Préstamos Dador (Excepción Actividad Ley 21.526) | | |
| 13 Propaganda y Publicidad - Sobre la marca - Dador | | |
| 14 Propaganda y Publicidad - Sobre el producto - Dador | | |
| 15 Propaganda y Publicidad - Sobre la marca - Tomador | | |
| 16 Propaganda y Publicidad - Sobre el producto - Tomador | | |
| 17 Transporte - Marítimo - Dador | | |
| 18 Transporte - Terrestre - Dador | | |
| 19 Transporte - Aéreo - Dador | | |
| 20 Transporte - Otros - Dador | | |
| 21 Transporte - Marítimo - Tomador | | |
| 22 Transporte - Terrestre - Tomador | | |
| 23 Transporte - Aéreo - Tomador | | |
| 24 Transporte - Otros - Tomador | | |
| 25 Servicios - Prestatario | | |
| 26 Servicios - Prestador | | |
| 27 Otras operaciones pagadas o a cobrar | | |
| 28 Otras operaciones cobradas o a cobrar | | |
| 29 Actividad Sujeto Ley 21.526 - Ingresos Financieros - Préstamos | | |
| 30 Actividad Sujeto Ley 21.526 - Ingresos Financieros - Títulos Valores | | |
| 31 Actividad Sujeto Ley 21.526 - Egresos Financieros - Préstamos | | |
| 32 Actividad Sujeto Ley 21.526 - Egresos Financieros - Títulos Valores | | |
| 33 Actividad Sujeto Ley 21.526 - Ingresos por Servicios | | |
| 34 Actividad Sujeto Ley 21.526 - Egresos por Servicios | | |
| 35 Actividad Sujeto Ley 21.526 - Otros Ingresos | | |
| 36 Actividad Sujeto Ley 21.526 - Otros Egresos | | |
| 37 Seguros - Dador | | |
| 38 Reaseguros sobre Daños Patrimoniales - Aeronavegación | | |
| 39 Reaseguros sobre Daños Patrimoniales - Incendio | | |
| 40 Reaseguros sobre Daños Patrimoniales - Responsabilidad Civil | | |
| 41 Reaseguros sobre Daños Patrimoniales - Transporte Mercaderías | | |
| 42 Reaseguros sobre Daños Patrimoniales - Riesgos del Trabajo | | |
| 43 Reaseguros sobre Seguros de Personas - Vida Previsional | | |
| 44 Reaseguros sobre Seguros de Personas - Vida Colectiva | | |
| 45 Reaseguros sobre Seguros de Personas - Vida Individual | | |
| 46 Reaseguros - Otros | | |
| 47 Retrocesiones | | |

Declaro que los datos consignados en este formulario son correctos y completos y que he confeccionado la presente utilizando el programa aplicativo (software) entregado por la AFIP, sin omitir ningún dato alguno que deba constar, siendo fiel expresión de la verdad. Conservando la documentación de soporte de lo consignado en la presente, la cual es contemporánea con las operaciones detalladas.

Fuente: www.afip.gov.ar

IV. Formulario 4501

| | | |
|--|---|--|
|  | F. v. | Precios de Transferencia |
| | Tipo de formulario: <input type="text"/> Tipo de Presentación: <input type="text"/> | |
| CUIT Contribuyente: <input type="text"/> Denominación: <input type="text"/> Período: <input type="text"/> ¿SE TRATA DE UNA PRESENTACION DE PERÍODO IRREGULAR? S <input type="radio"/> No <input checked="" type="radio"/> Motivo de presentación irregular: <input type="text"/> <input type="text"/> Fecha de cierre: <input type="text"/> Fecha de realización: <input type="text"/> | | |
| ¿CONTIENE INFORMACIÓN REDACTADA EN IDIOMA EXTRANJERO? S <input type="radio"/> No <input checked="" type="radio"/> Fecha de traducción: <input type="text"/> CUIT Colegio de traductores: <input type="text"/> Nro. de legalización: <input type="text"/> CUIT Traductor: <input type="text"/> Monto del ajuste de precios de transferencia: <input type="text"/> (Monto expresado en pesos) | | |
| Adjuntar Archivo | | |
| <input type="checkbox"/> "Declaro que los datos a transmitir son correctos y completos, y que he confeccionado el archivo digital en carácter de Declaración Jurada, sin omitir ni falsear dato alguno que debe contener, siendo fiel expresión de la verdad conforme lo dispuesto por el Artículo 28 del Decreto N° 1387/79 texto sustituido por el artículo 1° de su similar N° 658/02." | | |
| CUIT Contador certificante: <input type="text"/> ¿EL CONTADOR CERTIFICANTE PERTENECE A UN ESTUDIO PROFESIONAL? S <input type="radio"/> No <input checked="" type="radio"/> Matrícula: <input type="text"/> CUIT estudio profesional: <input type="text"/> | | |
| Adjuntar certificación DEBERÁ ADJUNTARLA CERTIFICACIÓN EMITIDA POR EL PROFESIONAL. | | |
| <input type="checkbox"/> "Declaro que he desarrollado mi tarea profesional con el alcance expresado en el informe/certificación adjunta, y que en virtud de dicha tarea firmo digitalmente el presente formulario. En relación a los documentos adjuntados por el contribuyente, mi firma digital abarca a éstos solo con propósitos de identificación con el informe/certificación antes citada." | | |
| Consejo Profesional interviniente: <input type="text"/> Nro. de legalización: <input type="text"/> Oblea: <div style="border: 1px solid black; height: 60px; width: 100%;"></div> | | |
| <div style="border: 1px solid black; height: 60px; width: 100%;"></div> Firma Contribuyente | <div style="border: 1px solid black; height: 60px; width: 100%;"></div> Firma Contador certificante | <div style="border: 1px solid black; height: 60px; width: 100%;"></div> Firma del Representante del Consejo Profesional de Ciencias Económicas |

Fuente: www.afip.gov.ar

V. Búsqueda de Compañías Comparables

| Motivo de Aceptación / Rechazo | Estado | Revisión Detallada | Código SIC | Nombre de la Compañía | N° |
|--|-----------|--------------------|------------|-----------------------------|----|
| Actividades Significativamente Diferentes. La compañía ofrece servicios de marketing que involucran tres áreas de negocios: consultoría, soporte e infraestructura. Provee soluciones en marketing digital y multimedios, entre otros. | Rechazada | | 7374 | ACXIOM CORP | 1 |
| Segunda revisión: excluida. Actividades Significativamente Diferentes. La compañía presta principalmente servicios de staffing. | Rechazada | x | 7363 | ADECCO SA | 2 |
| Actividades Significativamente Diferentes. La compañía diseña y opera programas de lealtad de clientes. | Rechazada | | 7389 | AIMIA INC | 3 |
| Actividades Significativamente Diferentes. La compañía provee soluciones para la administración de programas de fidelización de clientes. | Rechazada | | 7389 | ALLIANCE DATA SYSTEMS CORP | 4 |
| Interrupción de sus actividades. | Rechazada | | 7311 | ALLY & GARGANO INC | 5 |
| Segunda revisión: excluida. Actividades Significativamente Diferentes. La compañía presta servicios de impresión profesional a sectores de ingeniería, arquitectura y construcción. Además presta otros servicios de gestión de documentos. Ahora es ArcDocumentSolutions, Inc. | Rechazada | x | 7389 | AMERICAN REPROGRAPHICS CO | 6 |
| Actividades Significativamente Diferentes. La compañía presta servicios de reclutamiento para la industria del cuidado de la salud. | Rechazada | | 7361 | AMN HEALTHCARE SERVICES INC | 7 |
| Actividades Significativamente Diferentes. La compañía, a través de sus subsidiarias se dedica al negocio de bienes raíces y medios de comunicación. | Rechazada | | 7389 | AMREP CORP | 8 |
| Operaciones muy diversificadas. La compañía se especializa en la provisión de soluciones de outsourcing. Ofrece soluciones de recursos humanos, cobranzas, impuestos, administración de beneficios, entre otros. Asimismo, provee soluciones integradas de computación para la industria automotriz y presta servicios de alto valor agregado, tales como servicios impositivos, financieros, seguros, retiro y pre-empleo, entre otros. | Rechazada | x | 7374 | AUTOMATIC DATA PROCESSING | 9 |
| Información insuficiente. | Rechazada | | 7311 | BBDO INTERNATIONAL | 10 |
| Información insuficiente. | Rechazada | | 7311 | BLAIR (JOHN) & CO | 11 |
| Actividades significativamente diferentes. La compañía se dedica al segmento publicitario de deportes y marketing. | Rechazada | | 7311 | BULL RUN CORP | 12 |
| Actividades Significativamente Diferentes. La compañía es propietaria y opera una red de cajeros automáticos en los Estados Unidos. | Rechazada | | 7389 | CARDTRONICS INC | 13 |

| | | | | | |
|--|-----------|---|------|------------------------------|----|
| Actividades Significativamente Diferentes. La compañía presta servicios financieros y de procesamiento de pagos. | Rechazada | | 7389 | CASS INFORMATION SYSTEMS INC | 14 |
| Actividades Significativamente Diferentes. La compañía se dedica a la prestación de servicios de consultoría de alto valor agregado, tales como impuestos y finanzas corporativas. | Rechazada | | 8721 | CBIZ INC | 15 |
| Actividades Significativamente Diferentes. La compañía ofrece servicios IT y de staffing. | Rechazada | | 7363 | CDI CORP | 16 |
| Actividades significativamente diferentes. La compañía se dedica a proveer servicios de publicidad para la televisión. Vende espacios de publicidad en los canales nacionales de televisión china. | Rechazada | | 7311 | CHINA MASS MEDIA CORP | 17 |
| Actividades significativamente diferentes. La compañía se dedica a proveer servicios de publicidad en la vía pública. | Rechazada | | 7311 | CHINA TIME SHARE MEDIA-REDH | 18 |
| Información insuficiente. | Rechazada | | 7311 | CKS GROUP INC | 19 |
| La compañía presta servicios de customer relationship management. La compañía se focaliza en la creación de relaciones estratégicas de largo plazo con los clientes, en las industrias de telecomunicaciones, tecnología y servicios financieros. | Aceptada | x | 7389 | CONVERGYS CORP | 20 |
| Segunda revisión: excluida. Información contable no disponible. La compañía se dedica a la publicidad y marketing. | Rechazada | X | 7311 | CORDIANT COMMUNICATIONS GRP | 21 |
| Actividades Significativamente Diferentes. La compañía posee y opera instalaciones correccionales y de detención privadas. | Rechazada | | 8744 | CORRECTIONS CORP AMER | 22 |
| Segunda revisión: información contable no disponible. La compañía ofrece servicios de comunicación en Canadá, EEUU y Reino Unido. Provee servicios que incluyen planeamiento estratégico y búsqueda, publicidad, compras virtuales, promoción de ventas, manejo de relaciones con clientes, diseño de marca, comunicaciones B2B. | Rechazada | X | 7311 | COSSETTE INC | 23 |
| Actividades Significativamente Diferentes. La compañía presta servicios de staffing al sector de la salud. | Rechazada | | 7363 | CROSS COUNTRY HEALTHCARE INC | 24 |
| Actividades Significativamente Diferentes. La compañía provee soluciones tecnológicas para la industria de comunicaciones. | Rechazada | | 7374 | CSG SYSTEMS INTL INC | 25 |
| Actividades Significativamente Diferentes. La compañía provee servicios logísticos a entidades gubernamentales. | Rechazada | | 7389 | DELTA TUCKER HOLDINGS INC | 26 |
| Actividades Significativamente Diferentes. La compañía opera y provee servicios a sitios web. | Rechazada | | 7361 | DICE HOLDINGS INC | 27 |
| Interrupción de sus actividades. | Rechazada | | 7311 | DIMARK INC | 28 |
| Actividades significativamente distintas. La compañía ofrece servicios profesionales y de negocios a los sectores legales e inmobiliarios de los Estados Unidos. Tales servicios incluyen la colaboración en procesos de quiebra, litigio, impago de hipotecas, etc. | Rechazada | | 7389 | DOLAN CO | 29 |

| | | | | | |
|--|-----------|---|------|-----------------------------|----|
| Actividades significativamente diferentes. La compañía provee soluciones para las comunicaciones del negocio. Crea videos empresariales y comunicaciones que llegan a audiencias de modo de afectar positivamente el resultado de la empresa. | Rechazada | | 7311 | DOREMUS & CO | 30 |
| Actividades Significativamente Diferentes. La compañía se especializa en la provisión global de soluciones de procesamiento de información y servicios de software de computación a las siguientes industrias: servicios financieros, telecomunicaciones y salud. | Rechazada | | 7374 | DST SYSTEMS INC | 31 |
| Actividades Significativamente Diferentes. La compañía presta servicios de gestión de energía. | Rechazada | | 7389 | ENERNOC INC | 32 |
| Segunda revisión: excluida. Información financiera no disponible. | Rechazada | X | 7374 | ETELECARE GLOBAL SOLUTION | 33 |
| Servicios Significativamente Diferentes. Los servicios prestados por la compañía son de mayor valor agregado; brinda servicios BPO, investigación, análisis y asesoría principalmente en los Estados Unidos y Reino Unido. Los servicios BPO incluyen procesamiento de reclamos, administración de beneficios, conciliaciones bancarias y servicios al cliente al igual que el procesamiento de varios productos bancarios incluyendo hipotecas residenciales, banca minorista, tarjetas de crédito , etc. | Rechazada | x | 7374 | EXLSERVICE HOLDINGS INC | 34 |
| Actividades Significativamente Diferentes. La compañía brinda soluciones tecnológicas a la industria de servicios financieros. | Rechazada | | 7374 | FIDELITY NATIONAL INFO SVCS | 35 |
| Actividades Significativamente Diferentes. La compañía provee soluciones de comercio electrónico y de pago a instituciones financieras, establecimientos comerciales y consumidores de todo el mundo. | Rechazada | | 7374 | FIRST DATA CORP | 36 |
| Actividades Significativamente Diferentes. La compañía provee soluciones tecnológicas a la industria de servicios financieros. | Rechazada | | 7374 | FISERV INC | 37 |
| Situación Irregular de Negocios. La compañía solicitó pedido de liquidación por bancarota. | Rechazada | | 7389 | FRONTLINE CAPITAL GROUP | 38 |
| Información insuficiente. | Rechazada | | 7311 | GAYNOR & CO INC | 39 |
| Actividades Significativamente Diferente. La compañía presta servicios de staffing temporario y permanente. | Rechazada | | 7361 | GENERAL EMPLOY ENTERPRISES | 40 |
| Actividades Significativamente Diferentes. La compañía presta servicios de consultoría de alto valor agregado. | Rechazada | | 7374 | GENPACT LTD | 41 |
| Actividades Significativamente Diferentes. La compañía posee y opera instalaciones correccionales y de detención privadas. | Rechazada | | 8744 | GEO GROUP INC | 42 |
| Actividades Significativamente Diferentes. La compañía se dedica a la prestación de servicios de procesamiento de transacciones electrónicas. | Rechazada | | 7374 | GLOBAL PAYMENTS INC | 43 |
| Información insuficiente. | Rechazada | | 7311 | GMI GROUP INC | 44 |

| | | | | | |
|---|-----------|---|------|---------------------------|----|
| Segunda revisión: excluida. Información contable no disponible. Dejó de cotizar, no posee información financiera disponible desde el año 2005. Además es vinculada La empresa se dedica a las comunicaciones, publicidad y marketing. Ofrece servicios de marketing de masas, publicidad en medios de comunicación, diseño gráfico y comunicaciones corporativas. | Rechazada | X | 7311 | GREY GLOBAL GROUP INC | 45 |
| Es una compañía que presta servicios de publicidad y comunicación. Ofrece servicios de publicidad tradicional, digital y online, estrategia de marca, comunicación corporativa, etc. Además realiza la creación de aplicaciones para celulares, social media. | Aceptada | X | 7311 | HAVAS | 46 |
| Mercados significativamente diferentes. La compañía se dedica a las comunicaciones y el marketing focalizado en empresas del cuidado del cuerpo. | Rechazada | | 7311 | HEALTHWORLD CORP | 47 |
| Segunda revisión: excluida. Actividades Significativamente Diferentes. La compañía presta servicios de reclutamiento de personal. | Rechazada | | 7361 | HEIDRICK & STRUGGLES INTL | 48 |
| Actividades Significativamente Diferentes. La compañía se dedica a la gestión de proyectos de construcción. | Rechazada | | 8741 | HILL INTERNATIONAL INC | 49 |
| Actividades significativamente distintas. La compañía presta servicios de información y soluciones tecnológicas al sector de la salud. | Rechazada | | 7374 | HMS HOLDINGS CORP | 50 |
| Actividades Significativamente Diferentes. Servicios de staffing, reclutamiento y consultoría relacionada. | Rechazada | | 7361 | HUDSON GLOBAL INC | 51 |
| Información insuficiente. | Rechazada | | 7311 | INFOVIEW INC | 52 |
| Servicios Significativamente Diferentes. La compañía presta servicios de digitalización e indexación de información, así como servicios de IT y edición principalmente para compañías que operan en industrias intensivas en información, como compañías de medios, editoriales y de servicios de información. | Rechazada | x | 7374 | INNODATA INC | 53 |
| Servicios Significativamente Diferentes. La compañía realiza operaciones de gestión y manejo de inventarios y documentos y presta servicios de soporte a clientes. | Rechazada | x | 7374 | INNOTRAC CORP | 54 |
| La compañía se dedica a la prestación de servicios de consultoría para la administración de recursos humanos. | Aceptada | x | 7363 | INSPERITY INC | 55 |
| La compañía provee servicios de publicidad y marketing a nivel mundial. Sus servicios incluyen publicidad para los consumidores, marketing digital, planeamiento de comunicaciones y compras, relaciones públicas. También ofrece varios servicios diversificados, como producción de eventos, identidad de marca, consultoría de marketing estratégico. | Aceptada | X | 7311 | INTERPUBLIC GROUP OF COS | 56 |
| Actividades Significativamente Diferentes. La compañía presta servicios de gestión de alquiler de hospedajes. | Rechazada | | 7389 | INTERVAL LEISURE GROUP | 57 |

| | | | | | |
|--|-----------|---|------|------------------------------|----|
| Actividades significativamente diferentes. La compañía provee software y soluciones tecnológicas por medio de Internet para el uso online de publicistas y creadores de páginas Web. | Rechazada | | 7311 | INUVO INC | 58 |
| Actividades Significativamente Diferentes. La compañía presta servicios de movilidad empresarial. | Rechazada | | 7389 | IPASS INC | 59 |
| Actividades Significativamente Diferentes. La compañía brinda servicios de procesamiento de pagos. | Rechazada | | 7389 | IPAYMENT INC | 60 |
| Segunda revisión: excluida. Información contable no disponible. La compañía ofrece servicios tales como diseño y colocación de publicidad, diseño de marca, entre otros. | Rechazada | X | 7311 | JWT GROUP INC | 61 |
| Actividades Significativamente Diferentes. La compañía brinda servicios de staffing y otros relacionados. | Rechazada | | 7363 | KELLY SERVICES INC | 62 |
| Actividades Significativamente Diferentes. La compañía presta servicios de staffing. | Rechazada | | 7363 | KFORCE INC | 63 |
| Actividades Significativamente Diferentes. La compañía presta servicios de reclutamiento de personal ejecutivo. | Rechazada | | 7361 | KORN/FERRY INTERNATIONAL | 64 |
| Actividades significativamente diferentes. La compañía se dedica al negocio de la energía solar. | Rechazada | | 7311 | KUPPER PARKER COMMUNICATIONS | 65 |
| Segunda revisión: excluida. Información contable no disponible. La compañía se dedica a generar soluciones creativas, proveyendo servicios de marketing y desarrollo, consultoría de Internet y publicidad tradicional. La compañía trabaja para desarrollar estrategias de marcas y crea campañas publicitarias con elementos online y offline. | Rechazada | X | 7311 | LEAPNET INC | 66 |
| Información insuficiente. | Rechazada | | 7311 | LOIS/USA INC | 67 |
| Actividades Significativamente Diferentes. La compañía presta servicios de tratamiento para la industria de la salud. | Rechazada | | 8741 | MAGELLAN HEALTH SERVICES INC | 68 |
| Información insuficiente. | Rechazada | | 7311 | MALLORY RANDALL CORP | 69 |
| Actividades Significativamente Diferentes. La compañía, a través de sus subsidiarias, presta servicios de staffing temporario y permanente y de reclutamiento. | Rechazada | | 7363 | MANPOWERGROUP | 70 |
| Actividades Significativamente Diferentes. La compañía presta servicios de administración de planes de salud a entidades gubernamentales. | Rechazada | | 8741 | MAXIMUS INC | 71 |
| Segunda revisión: excluida. Interrupción en sus actividades. La compañía figura como deslistada. Es una compañía de marketing. Sus servicios incluyen la publicidad, el marketing directo, manejo de bases de datos, promoción de ventas, comunicación empresarial, análisis de mercado, branding. | Rechazada | X | 7311 | MAXXCOM INC | 72 |

| | | | | | |
|---|-----------|---|------|------------------------------|----|
| La compañía provee servicios de marketing a nivel mundial. Opera en dos segmentos: Servicios de Estrategia de Marketing (publicidades y medios, marketing interactivo/directo, análisis de mercado, promoción de ventas) y Servicios de Performance de Marketing (diseño, desarrollo, búsqueda e implementación de servicios al consumidor). Además ofrece publicidad para celulares, e-commerce, social media marketing. | Aceptada | X | 7311 | MDC PARTNERS INC | 73 |
| Segunda revisión: excluida. Información contable no disponible. La compañía ofrece servicios de marketing y publicidad. | Rechazada | X | 7311 | OGILVY GROUP | 74 |
| Provee servicios de publicidad, marketing y comunicación empresarial. Ofrece servicios de publicidad, relación con el consumidor, relaciones públicas. | Aceptada | X | 7311 | OMNICOM GROUP | 75 |
| Actividades Significativamente Diferentes. La compañía ofrece servicios de contratación de personal. | Rechazada | | 7363 | ON ASSIGNMENT INC | 76 |
| Información insuficiente. | Rechazada | | 7311 | ON LINE MEDIA INC | 77 |
| Segunda revisión: excluida. Información contable no disponible. Es una agencia de publicidad en Israel, cuyos servicios incluyen análisis de mercado, desarrollo de estrategias de ventas y conceptos creativos, media planning, y colocación de publicidades en TV, revistas y diarios. | Rechazada | X | 7311 | OZ INVESTMENTS CO LTD | 78 |
| Actividades Significativamente Diferentes. La compañía, junto a sus subsidiarias, se dedica prestación de servicios de procesamiento de pagos a empleados, a la provisión de soluciones de recursos humanos relacionadas, a la provisión de software para la administración de personal y a la prestación de servicios de broker de seguros. | Rechazada | | 8721 | PAYCHEX INC | 79 |
| Actividades Significativamente Diferentes. La compañía presta servicios de auditoría y consultoría de alto valor agregado. A su vez provee soluciones de software. | Rechazada | | 8721 | PRGX GLOBAL INC | 80 |
| Segunda revisión: excluida. Información contable no disponible. La compañía provee servicios de publicidad y comunicación. Ofrece servicios de publicidad tradicional, marketing tradicional, relación con el cliente, promoción de ventas y manejo de P.O.P.. También ofrece servicios especializados en la creación de páginas web comerciales o corporativas, e-commerce, etc. | Rechazada | X | 7311 | PUBLICIS GROUPE SA | 81 |
| Actividades Significativamente Diferentes. La compañía ofrece servicios de IT. | Rechazada | | 7374 | RACKSPACE HOSTING INC | 82 |
| Actividades significativamente diferentes. La compañía provee servicios de publicidad mediante una plataforma cross-media que permite a los publicistas implementar campañas multimedios. Vende tiempo publicitario de programas de TV o radio. | Rechazada | | 7311 | REDGATE MEDIA GROUP-ADR-REDH | 83 |
| Segunda revisión: excluida. Actividades Significativamente Diferentes. La compañía presta servicios de alquiler de oficinas. | Rechazada | | 7374 | REGUS PLC | 84 |

| | | | | | |
|--|-----------|---|------|------------------------------|----|
| Actividades Significativamente Diferentes. La compañía se dedica a la prestación de servicios de consultoría de alto valor agregado. | Rechazada | | 8721 | RESOURCES CONNECTION INC | 85 |
| Actividades Significativamente Diferentes. La compañía opera programas de recompensa por utilización de restaurantes. | Rechazada | | 7389 | REWARDS NETWORKS INC | 86 |
| Actividades Significativamente Diferentes. La compañía se dedica a realizar ventas a través de subastas. | Rechazada | | 7389 | RITCHIE BROS AUCTIONEERS INC | 87 |
| Actividades Significativamente Diferentes. La compañía presta servicios de staffing y consultoría de riesgos. | Rechazada | | 7363 | ROBERT HALF INTL INC | 88 |
| Segunda revisión: excluida. Interrupción en sus actividades. La compañía figura como deslistada. | Rechazada | X | 7311 | SAATCHI & SAATCHI PLC | 89 |
| Información insuficiente. | Rechazada | | 7311 | SIMERA CORP | 90 |
| Actividades Significativamente Diferentes. La compañía realiza subastas. | Rechazada | | 7389 | SOTHEBY'S | 91 |
| Segunda revisión: excluida. La compañía posee pérdidas operativas recurrentes en los últimos tres años con información financiera disponible. La compañía presta servicios BPO a la industria de las comunicaciones, operando centros de contacto. Entre los servicios provistos se incluyen: atención al cliente, soporte de ventas, management de cuentas a cobrar y soporte técnico, entre otros. | Rechazada | x | 7389 | STARTEK INC | 92 |
| La compañía ofrece servicios de gestión de clientes y outsourcing. Lo mencionado incluye, servicios de atención de clientes, asistencia de salud, soporte técnico y venta de productos por e-mail, web chat, teléfono. | Aceptada | x | 7374 | SYKES ENTERPRISES INC | 93 |
| La compañía se dedica a la prestación de servicios BPO, soluciones empresariales y de soporte en la atención de clientes. | Aceptada | x | 7389 | TELETECH HOLDINGS INC | 94 |
| Actividades Significativamente Diferentes. La compañía presta servicios de procesamiento electrónico de pagos. | Rechazada | | 7389 | TOTAL SYSTEM SERVICES INC | 95 |
| La compañía presta servicios de customerrelationship management. La compañía se focaliza en servicios de atención al cliente, líneas de ayuda, soporte técnico y construcción de relaciones. | Aceptada | x | 7389 | TRANSCOM WORLDWIDE SA | 96 |
| Segunda revisión: excluida. Interrupción en sus actividades. La compañía figura como deslistada. La compañía se dedica a proveer servicios de publicidad y comunicación. Éstos incluyen el planeamiento, creación y producción de programas publicitarios, la compra de dichos espacios en diversos medios. Otros servicios incluyen las relaciones públicas, servicios promocionales,. | Rechazada | X | 7311 | TRUE NORTH COMMUNICATIONS | 97 |
| Actividades Significativamente Diferentes. La compañía provee personal temporario, específicamente operarios y obreros para el sector industrial. | Rechazada | | 7363 | TRUEBLUE INC | 98 |
| Actividades Significativamente Diferentes. La compañía se dedica a la gestión de eventos y | Rechazada | | 7389 | VIAD CORP | 99 |

| | | | | | |
|---|-----------|---|------|---------------------------|-----|
| exposiciones. | | | | | |
| Actividades Significativamente Diferentes. La compañía presta servicios de impresión, consultoría IT y soporte de comunicación. | Rechazada | | 7363 | VOLT INFO SCIENCES INC | 100 |
| La compañía ha dejado de cotizar. | Rechazada | | 7389 | WEST CORP | 101 |
| Información insuficiente. | Rechazada | | 7311 | WINSTON NETWORK INC | 102 |
| Información insuficiente. | Rechazada | | 7311 | WPP GROUP PLC-PRO FORMA | 103 |
| La compañía ofrece servicios de comunicación a nivel mundial. Lleva a cabo el marketing de marcas, campañas publicitarias, diseño y producción de publicidades para distintos medios. También ofrece media planning, desarrollo de contenido y estudios de mercado. | Aceptada | X | 7311 | WPP PLC | 104 |
| Actividades significativamente diferentes. La compañía se dedica a la producción de programas televisivos y a la colocación de publicidades en China. | Rechazada | | 7311 | XINHUA SPORTS & ENTMT LTD | 105 |
| Segunda revisión: excluida. Interrupción en sus actividades. La compañía dejó de cotizar. Provee servicios de marketing. | Rechazada | X | 7311 | YOUNG & RUBICAM INC | 106 |

VI. Presentación del Rango Intercuartil

| Costo Adicionado Neto (CAN) | |
|------------------------------------|--------------------------|
| 2013 | |
| 10,98 % | LATAM ARG |
| Promedio 2011-2013 | |
| 1,50 % | TRANSCOM WORLDWIDE SA |
| 1,58 % | MDC PARTNERS INC |
| 3,42 % | INSPERITY INC |
| 6,72 % | SYKES ENTERPRISES INC |
| 8,03 % | CONVERGYS CORP |
| 9,59 % | TELETECH HOLDINGS INC |
| 10,63 % | INTERPUBLIC GROUP OF COS |
| 14,11 % | WPP PLC |
| 14,33 % | OMNICOM GROUP |
| 15,52 % | HAVAS |
| 1,50 | Mínimo |
| 4,25 | Primer Cuartil |
| 8,37 | Mediana -5% |
| 8,81 | Mediana |
| 9,25 | Mediana +5% |
| 13,24 | Tercer Cuartil |
| 15,52 | Máximo |

VII. Información Contable de LATAM ARG y de las Compañías Comparables

| LATAM ARG | | | Compañía |
|-------------------|-------------------|---------------------|-----------------------------|
| 2011 | 2012 | 2013 | Año Ejercicio Fiscal |
| 12 | 12 | 12 | Mes Ejercicio Fiscal |
| | | | Estado de Resultados |
| 5.021.330,00 | 9.935.473,00 | 49.267.567,00 | Ventas Netas |
| 4.636.514,00 | 9.000.000,00 | 43.766.259,00 | Costos y Gastos de Ventas |
| 30.740,00 | 544.490,00 | 628.641,00 | Depreciación y Amortización |
| 354.076,00 | 390.985,00 | 4.872.667,00 | Utilidad Operativa |

| | | | | |
|--------------------------|------|----------------------------|------------------|--------|
| LATAM MEDIA SERVICES ARG | 2011 | Utilidad Operativa | \$ 354.076,00 | 7,59% |
| | | Costos y Gastos Operativos | \$ 4.667.254,00 | |
| | 2012 | Utilidad Operativa | \$ 390.985,00 | 4,10% |
| | | Costos y Gastos Operativos | \$ 9.544.490,00 | |
| | 2013 | Utilidad Operativa | \$ 4.872.667,00 | 10,98% |
| | | Costos y Gastos Operativos | \$ 44.394.900,00 | |

| | | TRANSCOM WORLDWIDE SA | Compañía |
|----------------------|------------|--------------------------|--|
| 2011 12 | 2012 12 | 2013 12 | Año Ejercicio Fiscal Mes Ejercicio Fiscal |
| Estado de Resultados | | | |
| 554.069 | 605.581 | 653.184 | Ventas Netas |
| 537.681 | 590.173 | 626.427 | Costos y Gastos de Ventas |
| 11.851 | 9.969 | 9.123 | Depreciación y Amortización |
| 4.537 | 5.439 | 17.634 | Utilidad Operativa |

| | | | | |
|---------------------------------|------|----------------------------|---------------|--------------|
| TRANSCOM WORLDWIDE SA | 2011 | Utilidad Operativa | \$ 4.537,00 | 0,83% |
| | | Costos y Gastos Operativos | \$ 549.532,00 | |
| | 2012 | Utilidad Operativa | \$ 5.439,00 | 0,91% |
| | | Costos y Gastos Operativos | \$ 600.142,00 | |
| | 2013 | Utilidad Operativa | \$ 17.634,00 | 2,77% |
| | | Costos y Gastos Operativos | \$ 635.550,00 | |
| PROMEDIO CAN (2011-2013) | | | | 1,50% |

| | | MDC PARTNERS INC | Compañía |
|----------------------|---------------|---------------------|--|
| 2011 12 | 2012 12 | 2013 12 | Año Ejercicio Fiscal Mes Ejercicio Fiscal |
| Estado de Resultados | | | |
| 943.274.000 | 1.070.711.000 | 1.148.881.000 | Ventas Netas |
| 893.792.000 | 989.638.000 | 1.106.406.000 | Costos y Gastos de Ventas |
| 40.175.000 | 45.954.000 | 38.553.000 | Depreciación y Amortización |
| 9.307.000 | 35.119.000 | 3.922.000 | Utilidad Operativa |

| | | | | |
|---------------------------------|------|----------------------------|---------------------|--------------|
| MDC PARTNERS INC | 2011 | Utilidad Operativa | \$ 9.307.000,00 | 1,00% |
| | | Costos y Gastos Operativos | \$ 933.967.000,00 | |
| | 2012 | Utilidad Operativa | \$ 35.119.000,00 | 3,39% |
| | | Costos y Gastos Operativos | \$ 1.035.592.000,00 | |
| | 2013 | Utilidad Operativa | \$ 3.922.000,00 | 0,34% |
| | | Costos y Gastos Operativos | \$ 1.144.959.000,00 | |
| PROMEDIO CAN (2011-2013) | | | | 1,58% |

| | | INSPERITY INC | Compañía |
|-----------------------------|-------------------|-------------------|--|
| 2011 12 | 2012 12 | 2013 12 | Año Ejercicio Fiscal Mes Ejercicio Fiscal |
| Estado de Resultados | | | |
| 1.976.219.000 | 2.158.824.000 | 2.256.112.000 | Ventas Netas |
| 1.882.687.000 | 2.068.889.000 | 2.175.483.000 | Costos y Gastos de Ventas |
| 15.218.000 | 18.250.000 | 21.064.000 | Depreciación y Amortización |
| 78.314.000 | 71.685.000 | 59.565.000 | Utilidad Operativa |

| | | | | |
|---------------------------------|------|-----------------------------------|---------------------|--------------|
| INSPERITY INC | 2011 | <i>Utilidad Operativa</i> | \$ 78.314.000,00 | 4,13% |
| | | <i>Costos y Gastos Operativos</i> | \$ 1.897.905.000,00 | |
| | 2012 | <i>Utilidad Operativa</i> | \$ 71.685.000,00 | 3,43% |
| | | <i>Costos y Gastos Operativos</i> | \$ 2.087.139.000,00 | |
| | 2013 | <i>Utilidad Operativa</i> | \$ 59.565.000,00 | 2,71% |
| | | <i>Costos y Gastos Operativos</i> | \$ 2.196.547.000,00 | |
| PROMEDIO CAN (2011-2013) | | | | 3,42% |

| | | SYKES ENTERPRISES INC | Compañía |
|-----------------------------|-------------------|-----------------------|--|
| 2011 12 | 2012 12 | 2013 12 | Año Ejercicio Fiscal Mes Ejercicio Fiscal |
| Estado de Resultados | | | |
| 1.169.267.000 | 1.127.698.000 | 1.263.460.000 | Ventas Netas |
| 1.031.499.000 | 1.007.617.000 | 1.133.659.000 | Costos y Gastos de Ventas |
| 55.100.000 | 52.050.000 | 56.947.000 | Depreciación y Amortización |
| 82.668.000 | 68.031.000 | 72.854.000 | Utilidad Operativa |

| | | | | |
|---------------------------------|------|-----------------------------------|---------------------|--------------|
| SYKES ENTERPRISES INC | 2011 | <i>Utilidad Operativa</i> | \$ 82.668.000,00 | 7,61% |
| | | <i>Costos y Gastos Operativos</i> | \$ 1.086.599.000,00 | |
| | 2012 | <i>Utilidad Operativa</i> | \$ 68.031.000,00 | 6,42% |
| | | <i>Costos y Gastos Operativos</i> | \$ 1.059.667.000,00 | |
| | 2013 | <i>Utilidad Operativa</i> | \$ 72.854.000,00 | 6,12% |
| | | <i>Costos y Gastos Operativos</i> | \$ 1.190.606.000,00 | |
| PROMEDIO CAN (2011-2013) | | | | 6,72% |

| | | CONVERGYS CORP | Compañía |
|--------------------|--------------------|--------------------|--|
| 2011 12 | 2012 12 | 2013 12 | Año Ejercicio Fiscal Mes Ejercicio Fiscal |
| | | | Estado de Resultados |
| 2.262.000.000 | 2.005.000.000 | 2.046.100.000 | Ventas Netas |
| 1.999.600.000 | 1.773.400.000 | 1.795.200.000 | Costos y Gastos de Ventas |
| 96.500.000 | 88.700.000 | 90.800.000 | Depreciación y Amortización |
| 165.900.000 | 142.900.000 | 160.100.000 | Utilidad Operativa |

| | | | | |
|-----------|---------------------------------|-----------------------------------|---------------------|-------|
| CONVERGYS | 2011 | <i>Utilidad Operativa</i> | \$ 165.900.000,00 | 7,91% |
| | | <i>Costos y Gastos Operativos</i> | \$ 2.096.100.000,00 | |
| | 2012 | <i>Utilidad Operativa</i> | \$ 142.900.000,00 | 7,67% |
| | | <i>Costos y Gastos Operativos</i> | \$ 1.862.100.000,00 | |
| | 2013 | <i>Utilidad Operativa</i> | \$ 160.100.000,00 | 8,49% |
| | | <i>Costos y Gastos Operativos</i> | \$ 1.886.000.000,00 | |
| | PROMEDIO CAN (2011-2013) | | | |

| | | TELETECH HOLDINGS INC | Compañía |
|-------------------|--------------------|-----------------------|--|
| 2011 12 | 2012 12 | 2013 12 | Año Ejercicio Fiscal Mes Ejercicio Fiscal |
| | | | Estado de Resultados |
| 1.179.388.000 | 1.162.981.000 | 1.193.157.000 | Ventas Netas |
| 1.036.841.000 | 1.016.986.000 | 1.040.012.000 | Costos y Gastos de Ventas |
| 44.912.000 | 41.217.000 | 46.106.000 | Depreciación y Amortización |
| 97.635.000 | 104.778.000 | 107.039.000 | Utilidad Operativa |

| | | | | |
|-----------------------|---------------------------------|-----------------------------------|---------------------|-------|
| TELETECH HOLDINGS INC | 2011 | <i>Utilidad Operativa</i> | \$ 97.635.000,00 | 9,03% |
| | | <i>Costos y Gastos Operativos</i> | \$ 1.081.753.000,00 | |
| | 2012 | <i>Utilidad Operativa</i> | \$ 104.778.000,00 | 9,90% |
| | | <i>Costos y Gastos Operativos</i> | \$ 1.058.203.000,00 | |
| | 2013 | <i>Utilidad Operativa</i> | \$ 107.039.000,00 | 9,86% |
| | | <i>Costos y Gastos Operativos</i> | \$ 1.086.118.000,00 | |
| | PROMEDIO CAN (2011-2013) | | | |

| | | INTERPUBLIC GROUP OF COS | Compañía |
|--------------------|--------------------|--------------------------|--|
| 2011 12 | 2012 12 | 2013 12 | Año Ejercicio Fiscal Mes Ejercicio Fiscal |
| | | | Estado de Resultados |
| 7.014.600.000 | 6.956.200.000 | 7.122.300.000 | Ventas Netas |
| 6.175.500.000 | 6.130.200.000 | 6.306.000.000 | Costos y Gastos de Ventas |
| 150.900.000 | 147.700.000 | 157.400.000 | Depreciación y Amortización |
| 688.200.000 | 678.300.000 | 658.900.000 | Utilidad Operativa |

| | | | | |
|--------------------------|---------------------------------|-----------------------------------|---------------------|--------|
| INTERPUBLIC GROUP OF COS | 2011 | <i>Utilidad Operativa</i> | \$ 688.200.000,00 | 10,88% |
| | | <i>Costos y Gastos Operativos</i> | \$ 6.326.400.000,00 | |
| | 2012 | <i>Utilidad Operativa</i> | \$ 678.300.000,00 | 10,80% |
| | | <i>Costos y Gastos Operativos</i> | \$ 6.277.900.000,00 | |
| | 2013 | <i>Utilidad Operativa</i> | \$ 658.900.000,00 | 10,19% |
| | | <i>Costos y Gastos Operativos</i> | \$ 6.463.400.000,00 | |
| | PROMEDIO CAN (2011-2013) | | | |

| | | WPP PLC | Compañía |
|----------------------|----------------------|----------------------|--|
| 2011 12 | 2012 12 | 2013 12 | Año Ejercicio Fiscal Mes Ejercicio Fiscal |
| | | | Estado de Resultados |
| 15.570.871.000 | 16.868.734.000 | 18.263.554.000 | Ventas Netas |
| 13.388.699.000 | 14.402.277.000 | 15.549.229.000 | Costos y Gastos de Ventas |
| 328.608.000 | 365.407.000 | 388.992.000 | Depreciación y Amortización |
| 1.853.564.000 | 2.101.050.000 | 2.325.333.000 | Utilidad Operativa |

| | | | | |
|---------|---------------------------------|-----------------------------------|----------------------|--------|
| WPP PLC | 2011 | <i>Utilidad Operativa</i> | \$ 1.853.564.000,00 | 13,51% |
| | | <i>Costos y Gastos Operativos</i> | \$ 13.717.307.000,00 | |
| | 2012 | <i>Utilidad Operativa</i> | \$ 2.101.050.000,00 | 14,23% |
| | | <i>Costos y Gastos Operativos</i> | \$ 14.767.684.000,00 | |
| | 2013 | <i>Utilidad Operativa</i> | \$ 2.325.333.000,00 | 14,59% |
| | | <i>Costos y Gastos Operativos</i> | \$ 15.938.221.000,00 | |
| | PROMEDIO CAN (2011-2013) | | | |

| | | OMNICOM GROUP | Compañía |
|----------------------|----------------------|----------------------|--|
| 2011 12 | 2012 12 | 2013 12 | Año Ejercicio Fiscal Mes Ejercicio Fiscal |
| | | | Estado de Resultados |
| 13.872.500.000 | 14.219.400.000 | 14.584.500.000 | Ventas Netas |
| 11.919.800.000 | 12.132.500.000 | 12.433.000.000 | Costos y Gastos de Ventas |
| 273.700.000 | 282.700.000 | 284.800.000 | Depreciación y Amortización |
| 1.679.000.000 | 1.804.200.000 | 1.866.700.000 | Utilidad Operativa |

| | | | | | |
|---------------|---------------------------------|-----------------------------------|----------------------|--------|---------------|
| OMNICOM GROUP | 2011 | <i>Utilidad Operativa</i> | \$ 1.679.000.000,00 | 13,77% | |
| | | <i>Costos y Gastos Operativos</i> | \$ 12.193.500.000,00 | | |
| | 2012 | <i>Utilidad Operativa</i> | \$ 1.804.200.000,00 | 14,53% | |
| | | <i>Costos y Gastos Operativos</i> | \$ 12.415.200.000,00 | | |
| | 2013 | <i>Utilidad Operativa</i> | \$ 1.866.700.000,00 | 14,68% | |
| | | <i>Costos y Gastos Operativos</i> | \$ 12.717.800.000,00 | | |
| | PROMEDIO CAN (2011-2013) | | | | 14,33% |

| | | HAVAS | Compañía |
|----------------|----------------|----------------|--|
| 2011 12 | 2012 12 | 2013 12 | Año Ejercicio Fiscal Mes Ejercicio Fiscal |
| | | | Estado de Resultados |
| 1.645.000 | 1.778.000 | 1.772.000 | Ventas Netas |
| 1.396.800 | 1.501.000 | 1.462.000 | Costos y Gastos de Ventas |
| 31.200 | 41.000 | 65.000 | Depreciación y Amortización |
| 217.000 | 236.000 | 245.000 | Utilidad Operativa |

| | | | | | |
|-------|---------------------------------|-----------------------------------|-----------------|--------|---------------|
| HAVAS | 2011 | <i>Utilidad Operativa</i> | \$ 217.000,00 | 15,20% | |
| | | <i>Costos y Gastos Operativos</i> | \$ 1.428.000,00 | | |
| | 2012 | <i>Utilidad Operativa</i> | \$ 236.000,00 | 15,30% | |
| | | <i>Costos y Gastos Operativos</i> | \$ 1.542.000,00 | | |
| | 2013 | <i>Utilidad Operativa</i> | \$ 245.000,00 | 16,04% | |
| | | <i>Costos y Gastos Operativos</i> | \$ 1.527.000,00 | | |
| | PROMEDIO CAN (2011-2013) | | | | 15,52% |

VIII. Cálculo Intereses Resarcitorios por Período 2012

| AFIP | | Cálculo de Intereses Resarcitorios | | | | | 13/10/2014 |
|----------------------------------|------------|------------------------------------|------|---------|------------|-----------|------------|
| Tipo de cálculo | | : Intereses RESARCITORIOS | | | | | |
| Fecha de Vencimiento | | : 15/05/2013 | | | | | |
| Fecha de Pago del Capital | | : 15/10/2014 | | | | | |
| Importe del Capital | | : 126.309,05 | | | | | |
| Desde | Hasta | Importe | Tipo | Tasa % | Diferencia | Intereses | |
| 16/05/2013 | 15/10/2014 | 126.309,05 | Res | 0.10000 | 510 días | 64.417,62 | |
| Total de Intereses Resarcitorios | | | | | | 64.417,62 | |

Fuente: www.afip.gov.ar

IX. Balance –Periodo 2012-

[..\Desktop\balance2012-2011.pdf](#)

X. Balance –Periodo 2013-

[..\Desktop\balance2013-2012.pdf](#)

7. BIBLIOGRAFIA

- I. Argentina, “Ley de Impuesto a las Ganancias”, *Boletín Oficial*, 30 de Diciembre de 1998, N° 25.063
- II. Argentina, “Ley de Procedimiento Tributario”, *Boletín Oficial*, 12 de Enero de 1933, N° 11.683
- III. Argentina, “Ley Penal Tributaria”, *Boletín Oficial*, 15 de Enero de 1997, N° 24.769
- IV. SABORIO A., *et al.* (2013) “Un tema mundial. Ahora en Centroamérica y República Dominicana” en Deloitte, *Seminario de Precios de Transferencia*.
- V. JNPENALEC4, “CARGILL S.A. S/INF. LEY 24.769”, Causa N° 11.991 (2010)
- VI. GOMEZ, T., (2011), “¿Precios de Transferencia califican para imputar una conducta dolosa?”, <http://www.consejo.org.ar/publicaciones/consejo/consejo19/consejo19_jurisprudencia.pdf>, [Consulta: 22 de Agosto 2014]
- VII. .CPCESFE1, “Precios de Transferencia: Sentencias del Tribunal Fiscal de la Nación”, <http://www.cpcesfe1.org.ar/boletin/simplenews/print.php?news_id=2614>, [Consulta: 16 de Septiembre de 2014]
- VIII. ERREPAR, Jurisprudencia, < www.errepar.com>, [Consulta: 28 de Agosto 2014]
- IX. Administración Federal De Ingresos Públicos, Varios, <www.afip.gov.ar>, [Consulta: Agosto – Octubre 2014]
- X. Administración Federal De Ingresos Públicos, *Guía de Tramites*, <http://www.afip.gov.ar/genericos/guiaDeTramites/categoria_list_detail.aspx?id_padre=808>, [Consulta: 22 de Agosto 2014]
- XI. Administración Federal De Ingresos Públicos, *Consultas y Respuestas Frecuentes sobre Normativa, Aplicativos y Sistemas*, <http://www.afip.gob.ar/genericos/guiavirtual/directorio_subcategoria_nivel3.aspx?id_nivel1=563id_nivel2=569&id_nivel3=651>, [Consulta: 22 de Agosto 2014]

- XII.** DAE On-Line, Resolución General (AFIP) 1122, <<http://www.dae.com.ar/leg/resol/res11/rg1122.html>>, [Consulta: 15 de Septiembre 2014]
- XIII.** Deloitte& Co. S.R.L., (2005), “Normas sobre Precios de Transferencia”, <https://www.deloitte.com/assets/DcomArgentina/Local%20Assets/Documents/precios_transferencia_10-2005.pdf>, [Consulta: 18 de Septiembre de 2014]
- XIV.** Deloitte & Co. S.R.L., *Arm’s Length Standard (Special Edition)*, 3 de Febrero de 2014
- XV.** ADROGUÉ, R., (2010), “Precios de Transferencia, Introducción”, Estudio Adrogué, [Consulta: 18 de Septiembre de 2014]
- XVI.** FERREIRO, J.C. y SORIA, H.H., (2014), “Precios de Transferencia, en el contexto internacional, y los cambios que se asoman a nivel global y local” en *El Cronista*, <<http://www.cronista.com/fiscal/Precios-de-transferencia-en-el-contexto-internacional-y-los-cambios-que-se-asoman-a-nivel-global-y-local-20140623-0003.html>>, [Consulta: 18 de Septiembre de 2014]
- XVII.** ESTUDIO HARTENECK, QUAIN & ASOCIADOS, Departamento de Consultoría Tributaria, (2007), “Un fallo reaviva controversias sobre Precios de Transferencia” en *iProfesional*, <<http://www.iprofesional.com/notas/38514-Un-fallo-reaviva-controversias-sobre-precios-de-transferencia>>, [Consulta: 10 de Septiembre de 2014]
- XVIII.** D’AGOSTINO, H.M., (2010), “Jurisprudencia relevante en materia de operaciones internacionales entre partes vinculadas”, <http://www.errepar.com/anexoslibros/colecciones/Anexo_preciostransf_201006_1.pdf>, [Consulta: 10 de Septiembre de 2014]
- XIX.** ALCONADA MON, H., (2013), “Giro de la AFIP: desistió de un reclamo millonario contra Cargill” en *La Nación*, <<http://www.lanacion.com.ar/1625353-giro-de-la-afip-desistio-de-un-reclamo-millonario-contra-cargill>>, [Consulta: 18 de Septiembre de 2014]
- XX.** OECD, (2006), “Comparability: Public Invitation To Comment On A Series Of Draft Issues Notes” en *TPA*, <<http://www.oecd.org/tax/transfer-pricing/36651642.pdf>>, [Consulta: 18 de Septiembre de 2014]