

# Caso Glaxo en Materia de Precios de Transferencia

Agosto, 2007.

Lic. Mario Barrera Vázquez  
International Fiscal Association.

# Aspectos Generales

- Partes relacionadas:
  - Glaxo Americas, Inc. (Estados Unidos)
  - GlaxoSmithkline Plc. (Reino Unido)
- Operaciones:
  - Glaxo América es el distribuidor en Estados Unidos de varios productos desarrollados por GlaxoSmithkline:
    - Glaxo América compraba a GlaxoSmithkline el ingrediente activo de los productos.
    - Glaxo América era licenciataria de Glaxo Smithkline.
- Contingencia: USD \$7,800 millones
- Acuerdo: USD \$3,100 millones.

# Posición de Glaxo

- Utilizando el método de precios de reventa, se llegaba a un precio que le permitía a Glaxo Américas un margen bruto de utilidad sobre ventas del 55%.
- La utilidad global se dividía 30-70% entre Glaxo Américas y Glaxo Smithkline, aproximadamente.
- Funciones de Glaxo Smithkline:
  - Descubrimiento de productos.
  - Desarrollo de tecnología.
  - Obtención de permisos y autorizaciones sobre los productos.
  - Diseño de plataformas mundiales de “marketing”.
  - Titularidad de marcas.
  - Desarrollo de la promoción de productos.
- Funciones de Glaxo Américas:
  - Asistencia en la obtención de permisos gubernamentales.
  - Manufactura secundaria.
  - Aplicación en Estados Unidos de las plataformas mundiales de marketing.
  - Introducción de los productos en EUA.
  - Utilización de fuerza de ventas para colocar los productos.

# Posición del IRS

- Utilizando el método de partición de utilidades se concluye que los beneficios de la operación debieron repartirse a razón de 80-20% entre Glaxo Américas y Glaxo Smithkline, respectivamente.
- Glaxo Americas desarrolló una complicada estrategia de mercadotecnia que contribuyó al crecimiento del negocio.
- Los resultados de las ventas se debieron en mayor medida a las estrategias de ventas (desarrolladas por Glaxo Americas) que a la efectividad y diseño de los productos.

# Esencia de la controversia

- Glaxo y el IRS no controvierten las funciones asumidas por Glaxo Américas y Glaxo Smithkline en sus operaciones.
- La controversia versa fundamentalmente en el valor que Glaxo y el IRS, respectivamente, atribuyen a esas funciones, concretamente a las actividades de marketing.
- Para el IRS, las actividades de marketing de Glaxo Américas fueron esenciales para la obtención de ingresos mientras que para Glaxo fueron secundarias.

# Factores de Controversia

- Marketing es un factor clave en la generación de los ingresos de las multinacionales.
- Ausencia de guías detalladas sobre este tema.
- La OCDE reconoce que es difícil evaluar el grado en que el marketing contribuye a la generación del ingreso.

# Aspectos a Considerar a partir de Glaxo

- Ya no basta analizar quien hace cual actividad o función, pues esto da lugar a diferencias interpretativas, respecto del peso que se debe dar a esas actividades o funciones.
- Es necesario identificar:
  - Los factores que contribuyen en la obtención del ingreso y en qué medida.
  - Quién desarrolla esos factores.