

**Determinación del principio de valor de  
mercado para la actividad de  
distribución de productos electrónicos  
realizada entre compañías relacionadas**

**Carlos Paz Ramos**



Universidad Nacional  
Autónoma de México



**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO**

**FACULTAD DE ECONOMÍA**

**TESINA**

**“DETERMINACIÓN DEL PRINCIPIO DE VALOR DE  
MERCADO PARA LA ACTIVIDAD DE DISTRIBUCIÓN DE  
PRODUCTOS ELECTRÓNICOS REALIZADA ENTRE  
COMPAÑÍAS RELACIONADAS”**

**QUE PRESENTA EL ALUMNO  
CARLOS PAZ RAMOS**

**PARA OBTENER EL TÍTULO DE  
LICENCIADO EN ECONOMÍA**

**ASESOR: MIGUEL GONZÁLEZ IBARRA**

**MÉXICO D.F., MAYO DE 2013**

## ÍNDICE

Justificación.....	ii
Objetivos .....	ii
A. Contexto de precios de transferencia.....	1
B. Análisis de los factores de comparabilidad.....	4
1. Características de los bienes o servicios .....	4
2. Análisis de funciones, activos y riesgos (FAR).....	5
3. Términos contractuales y estrategias de negocios .....	9
4. Circunstancias económicas.....	10
4.1. Panorama Global.....	10
4.2. Panorama de la industria en América.....	12
4.3. La industria en México.....	14
C. Aplicación del método más confiable .....	17
1. Evaluación y Descarte de los métodos disponibles .....	17
1.1. Método de Precio Comparable No Controlado (PC) .....	17
1.2. Método del Costo Adicionado (CA) .....	18
1.3. Método de Partición de Utilidades (PU) .....	19
1.4. Método Residual de Partición de Utilidades (RPU).....	20
1.5. Método de Márgenes Transaccionales de Utilidad de Operación (MTUO) .....	20
1.6. Método de Precio de Reventa (PR).....	21
2. Consideraciones para la aplicación del PR .....	21
2.1. Selección de la parte analizada.....	21
2.2. Determinación de la información financiera correspondiente.....	22
2.3. Selección del periodo a comparar .....	22
2.4. Selección de las empresas comparables .....	22
2.5. Selección del PLI.....	22
3. Determinación del periodo de análisis.....	23
4. Proceso de búsqueda de comparables externas .....	23
5. Aplicación del rango intercuartil (IQR).....	30
6. Análisis de resultados.....	31
D. Conclusiones.....	33

## JUSTIFICACIÓN

El propósito del presente trabajo escrito consiste en determinar el principio de valor de mercado o de plena competencia, analizando a través de diversas herramientas cualitativas, cuantitativas y comparativas, para las actividades de distribución de aparatos electrónicos llevadas a cabo entre compañías mexicanas y sus tenedoras, filiales y/o subsidiarias (partes relacionadas) localizadas en el extranjero.

La actividad de distribución de electrónicos implica que las empresas mexicanas desarrollen diversas actividades para poder llevar a cabo la comercialización de los diferentes productos electrónicos los cuales para efectos del presente se referirán principalmente a computadoras (de escritorio y portátiles), impresoras y otros periféricos y accesorios relacionados.

Al desempeñarse como distribuidores en México de importantes marcas de electrónicos a nivel mundial, las compañías mexicanas deben adquirir estos productos de sus partes relacionadas localizadas en el extranjero, principalmente de Estados Unidos, Corea, China, Japón y otros países del sureste asiático. La compra de productos terminados representa una transacción controlada, misma que ha sido pactada a un precio intragrupo, denominado como precio de transferencia.

El análisis en conjunto está dividido en los siguientes capítulos:

- A. *Contexto de precios de transferencia*
- B. *Análisis de los factores de comparabilidad*
- C. *Aplicación del método más confiable*
- D. *Conclusiones*

## OBJETIVOS

A través del análisis de distribución de electrónicos, se busca determinar un rango estadístico basado en la información pública de entidades representativas de la industria, que reflejen las condiciones necesarias para determinar un rango de valores de mercado.

Si bien no se pretende que los resultados mostrados aquí sean aplicados por las empresas dedicadas a la distribución de electrónicos adquiridos de partes

relacionadas, esto debido a las complejidades que pudieran surgir para optar estas medidas de manera individual, sí se considera como una propuesta para la determinación de un marco de referencia razonable de las condiciones de plena competencia aplicables a las empresas dedicadas a la actividades descritas anteriormente.

## A. CONTEXTO DE PRECIOS DE TRANSFERENCIA

En los últimos años, la estructura económica mundial atraviesa un proceso de integración de las economías y de los procesos tecnológicos, lo que ha incrementado drásticamente el papel de las empresas multinacionales en el comercio mundial.

El proceso denominado de “fusiones y adquisiciones” se ha caracterizado por el rápido crecimiento de las empresas multinacionales, fenómeno que representa sistemas de administración de impuestos cada vez más complejos que respondan a las nuevas características del sistema económico actual. La complejidad de los asuntos referentes a los sistemas de impuestos radica en la determinación de un sistema que sea aplicable y compatible con las leyes y requerimientos de cada uno de los países en los que se encuentra integrado un grupo de empresas.

En el afán de cumplir la doble función de asegurar la base tributaria apropiada para cada jurisdicción y evitar la doble tributación, los países miembros de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) han acordado una serie de principios tributarios y normas internacionales que deben ser utilizados tanto por las empresas multinacionales como por las autoridades fiscales y se resumen en el principio de libre mercado (*arm's length principle*). Con el propósito de establecer una serie de guías y lineamientos en la materia, la OCDE publica por primera vez en julio de 1995 las Guías de Precios de Transferencia (*OECD Transfer Pricing Guidelines for Multinational Enterprises and Tax Administrations.*)

Los principales antecedentes de la práctica de precios de transferencia en México corresponden a la incorporación de México al GATT (*General Agreement on Tariffs and Trade*) en 1985 y a la celebración de los Tratados Para Evitar la Doble Tributación con diversos países a lo largo de la década de los 90's.

Al volverse miembro de la OCDE en mayo de 1994, México accede implícitamente a llevar a cabo las prácticas en diferentes áreas que sean

consideradas por la OCDE, como es el caso de precios de transferencia. Por otro lado no es hasta un año después que se comienza a incorporar la estructura para llevar a cabo la revisión de precios de transferencia en el Sistema de Administración Tributario mexicano (SAT), dependencia de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP).

En la práctica, cuando empresas relacionadas realizan transacciones entre ellas, sus transacciones financieras y comerciales pueden no estar influenciadas por las fuerzas del mercado, por el otro lado, muchas veces dichas empresas buscan replicar la dinámica de las fuerzas del mercado en sus transacciones, por lo que no debe asumirse que las transacciones entre empresas relacionadas buscan manipular sus beneficios. Puede ser que realmente sea difícil para dichas empresas fijar un precio de mercado en ausencia de fuerzas del mercado.

En la actualidad la práctica de precios de transferencia se encuentra regulada en México por la Ley del Impuesto Sobre la Renta (LISR), específicamente en los siguientes artículos:

**CUADRO 1: Artículos con implicaciones de Precios de Transferencia en México**

<b>Artículo (LISR)</b>	<b>Contenido</b>
86-XII	Obligación de documentación de PT con partes relacionadas en el extranjero.
86-XIII	Presentación correcta del Anexo 9 de la Declaración Informativa Múltiple (DIM)
86-V	Obligación de documentación de PT con partes relacionadas nacionales.
215	Descripción general de lo que son PT
216	Métodos de PT
216-BIS	PT para maquiladoras

Por otro lado la descripción de multas asociadas con el incumplimiento, errores y/u omisiones en las mismas, así como los montos respectivos de cada multa,



se encuentran contenidos en los artículos del Código Fiscal de la Federación (CFF): 34-A, 37, 81-XVII, 82-XVII, 83-XV y 84 XIII.

## **B. ANÁLISIS DE LOS FACTORES DE COMPARABILIDAD**

Por definición, una comparación implica examinar dos conceptos, en primer lugar, la transacción controlada sujeta a revisión y por otro lado, la transacción no controlada que es considerada como potencialmente comparable. Como parte importante del proceso de selección del método de precios de transferencia más apropiado y su aplicación, el análisis de comparabilidad resulta fundamental para encontrar las comparables más confiables.

La aplicación del principio de valor de mercado generalmente se basa en la comparación de condiciones de transacciones controladas con las condiciones de transacciones no controladas realizadas entre empresas independientes. Ahora bien, para que dichas comparaciones sean relevantes y útiles para el análisis las características de las situaciones deben ser suficientemente comparables, de tal manera que la comparabilidad significa que ninguna de las diferencias (de existir alguna) entre las condiciones a examinar puedan afectar directamente las condiciones analizadas o bien, que aplicando ajustes razonables se pueden eliminar los efectos de dichas diferencias.

A continuación se encuentra el análisis y descripción de los 5 factores de comparabilidad considerados para el análisis de este caso, la distribución de productos electrónicos llevada a cabo entre partes relacionadas.

### **1. CARACTERÍSTICAS DE LOS BIENES O SERVICIOS**

El caso seleccionado consiste en analizar y proponer un rango que cumpla con el principio de valor de mercado para la actividad de distribución de equipo electrónico entre partes relacionadas.

Desde este punto en adelante se identificarán y denominarán dos entidades básicas para el análisis, con las siguientes características, salvo que el sentido indique lo contrario:

- a) *Parte Analizada*: se referirá a la entidad que en la actividad de distribución en conjunto, lleve a cabo la compra de los productos electrónicos a su parte relacionada y los distribuya a terceros

independientes. Esta entidad asumirá todas las funciones, activos y riesgos de una distribuidora de bajo valor agregado.

- b) *Partes relacionadas:* se referirá a las entidades que lleven a cabo la manufactura, investigación y desarrollo (I&D) de los productos terminados. En la distribución en conjunto, serán quienes vendan a la parte analizada además de a clientes independientes.

El segundo punto por definir son las características de los bienes sujetos en la transacción bajo análisis. El concepto de “productos electrónicos terminados” o “productos electrónicos” se referirá a bienes electrónicos terminados enfocados al sector de tecnologías de la información (TI), tal como computadoras y equipos móviles e inalámbricos, y los accesorios, componentes, consumibles y periféricos relacionados con estos.

## **2. ANÁLISIS DE FUNCIONES, ACTIVOS Y RIESGOS (FAR)**

El análisis de funciones, activos y riesgos (FAR) sirve para determinar si las transacciones controladas y las no controladas son realmente comparables. Este análisis permite identificar las actividades significativas y las responsabilidades, así como los activos y riesgos que deben utilizarse y asumirse para poder llevar a cabo la transacción bajo análisis.

El tipo de funciones que se deben identificar y comparar son por ejemplo, su diseño, manufactura, distribución, ensamble, investigación y desarrollo (I+D), transportación, etc. Es importante señalar que solo deben considerarse las transacciones que resulten esenciales para llevar a cabo la transacción analizada, dado que la parte analizada puede incurrir en actividades complementarias para el desarrollo de su actividad económica ordinaria, más no ser influyentes para efectos de la transacción.

En el caso de los riesgos, se debe aplicar el mismo tipo de enfoque, es decir, identificar cuáles son los riesgos asumidos por la transacción analizada más que analizar los riesgos adicionales que asume la parte analizada. Una mayor cantidad de riesgos implicaría que la parte analizada debería esperar tener un retorno mucho mayor que si asumiera riesgos menores.

Algunos ejemplos de riesgos que pueden asumir las partes analizadas son riesgos de mercado, fluctuación de precios, riesgos financieros y crediticios, etc.

A continuación se describen las funciones, activos y riesgos supuestos para la parte analizada en el caso de distribución de productos electrónicos de bajo valor agregado.

## **2.1. FUNCIONES**

### **2.1.1. Compras y Proveedores**

La parte analizada realiza la totalidad de las compras de productos terminados a sus partes relacionadas localizadas en el extranjero. El presupuesto de las compras se realizó de dos maneras: la primera y principal, mediante la estimación del volumen de ventas que se espera tenga la parte analizada durante el año en curso; y la segunda, consiste en asignar presupuestos menores de manera mensual para cumplir con la demanda extraordinaria de sus clientes. El periodo otorgado por las partes relacionadas a la parte analizada para que ésta lleve a cabo los pagos por los bienes adquiridos va de entre 30 a 60 días.

Al ser compras realizadas con entidades el extranjero, las compras se pactan en dólares americanos, pero son pagadas en su equivalente en pesos mexicanos, de lo cual se deriva un riesgo cambiario que debe ser asumido por la parte analizada.

### **2.1.2. Distribución y Clientes**

La distribución de los productos terminados se desarrolla a partir de los pedidos que realizan los clientes a la parte analizada. La parte analizada cuenta con un centro de distribución en el cual recibe el producto terminado importado de sus partes relacionadas y cuya transportación desde el puerto o frontera de entrada al país, representa un costo para la parte analizada.

A este mismo centro los clientes acuden con sus propios transportes (o transportistas subcontratados) a recoger sus pedidos previamente acordados con el área de ventas y mercadeo de la parte analizada. Dado que generalmente las ventas se determinan con base en pedidos realizados por los

clientes independientes, la parte analizada cuenta con niveles bajos de inventarios que provienen de mantener una cantidad de reserva para hacer frente a las ventas de diario y que no han sido celebradas de manera anticipada.

El tipo de clientes a quienes la parte analizada distribuye sus productos electrónicos se conforma principalmente por tiendas departamentales y de autoservicio, así como de tiendas de equipo de oficina y distribuidores más pequeños que canalizan este tipo de productos en el mercado *retail* o al menudeo.

### **2.1.3. I+D**

El área de I+D en los sectores tecnológicos como el de los equipos electrónicos analizados en este caso, juega un papel crucial debido a la dinámica innovadora del sector. Sin embargo, la parte analizada no lleva a cabo ninguna de estas actividades dado que su función se limita a ser únicamente la distribuidora de los productos desarrollados por las partes relacionadas en el extranjero. Son estas últimas quienes se encargan de llevar a cabo toda la investigación y desarrollo de nuevos productos y técnicas en sus centros localizados en los países desarrollados en los que opera el Grupo.

### **2.1.4. Publicidad y Mercadotecnia**

La parte analizada lleva a cabo actividades de publicidad y mercadotecnia simples, por las cuales no incurre en un gasto importante. Principalmente estas actividades son apoyadas económicamente por los desarrolladores de los productos sujetos a comercialización, esto con el fin de fomentar la presencia de la marca en el mercado en el mexicano.

## **2.2. ACTIVOS**

El valor contable de los activos empleados tanto por la parte analizada, como por las partes relacionadas, así como por empresas que operen en el mismo mercado puede resultar ser muy heterogéneo, por lo que no resultaría confiable como una medida en la cual comparar los activos empleados para poder llevar a cabo las actividades que dan lugar a la transacción analizada.

Sin embargo, a pesar de estas diferencias en cuanto al valor de los activos, se puede analizar y comparar la estructura del tipo de activos empleados por las distribuidoras de productos electrónicos que generan poco valor agregado.

En este caso el mayor valor de los activos se encuentra dentro del activo circulante ya que representa los recursos económicos más líquidos que utiliza la parte analizada en la distribución de productos. Por otro lado los activos no circulantes no son empleados tan intensivamente ya que solo deben representar los equipos, mobiliario e instalaciones básicas para poder administrar y servir como centro de distribución.

Considerando la estructura de activos con los que cuentan empresas<sup>1</sup> dedicadas a la misma actividad de distribución de productos electrónicos, en el promedio de los últimos tres años, el activo circulante de estas representó 87% del activo total, mientras que el activo no circulante representó en promedio, el 13% restante.

## **2.3. RIESGOS**

### **2.3.1 Riesgo de defecto de producto**

El riesgo de defecto de producto es aquel que afecta al distribuidor ya que la revisión y reparación del mismo representaría un costo para esta entidad que pudiera afectar sus resultados financieros. En el caso de la parte analizada, esta lleva a cabo una revisión de diagnóstico para determinar el defecto o falla del producto. Si se trata de un defecto menor se procede a llevar a cabo la reparación del mismo, de lo contrario el producto en cuestión es devuelto a la parte relacionada de la cual fue adquirido para que este lleve a cabo las reparaciones y/o modificaciones correspondientes. Es importante señalar que en caso de que el producto sea devuelto con el productor original, los costos de transportación y gastos asociados son asumidos por este último.

### **2.3.2 Riesgo de pérdida de valor de inventarios**

Los productos distribuidos por la parte analizada son bienes que forman parte del sector de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC's) el cual

---

<sup>1</sup> La estructura del activo de las compañías del mismo sector se obtuvo de las empresas mencionadas en el punto 4 de la sección C.

tiene un ritmo de innovación y lanzamiento de productos bastante dinámico. Es por esto mismo que los productos deben de ser colocados en el mercado rápidamente para evitar que estos pierdan casi la totalidad de su valor, lo cual sucede en un periodo menor a un año.

### **2.3.3 Riesgo de crédito**

La parte analizada asume un importante riesgo relacionado tanto al crédito recibido como al otorgado con sus clientes, mismo que se desprende de una situación de afectaría los flujos de efectivo con los que cuenta la empresa y que bien le limitaría su capacidad para seguir comprando productos para distribuir, o bien, que le impidiera cumplir con el resto de sus obligaciones económicas. Por esta razón es que la parte analizada debe contar con una estricta administración y seguimiento de la cobranza (a través del departamento correspondiente), para evitar situaciones que puedan tornarse una pausa de su actividad económica principal.

### **2.3.4 Riesgo cambiario**

La parte analizada asume un riesgo cambiario limitado, ya que ésta calcula diariamente una canasta de divisas (principalmente en USD y MXN) las cuales puede comprar y/o vender, para minimizar una parte del riesgo cambiario de las operaciones diarias.

### **2.3.5 Riesgo de mercado**

El riesgo de mercado es asumido por la parte analizada ya que se al tener competidores directos al mismo nivel de mercado, diferencias como la disponibilidad de productos, marcas o precios de los productos que se distribuyen, los clientes pudieran optar por alguno de sus competidores en lugar de adquirirlos de la parte analizada, lo que repercutiría de manera directa en las ventas y en sus resultados financieros.

## **3. TÉRMINOS CONTRACTUALES Y ESTRATEGIAS DE NEGOCIOS**

Dos factores de comparabilidad esenciales al realizar el análisis de precios de transferencia son los términos contractuales y las estrategias de negocio determinadas entre partes relacionadas. Sin embargo dado que puede existir

una amplia variedad de estrategias así como términos contractuales que se determinen para llevar a cabo la distribución de productos electrónicos, es que no se consideraron términos contractuales y estrategias de negocios en específico.

#### **4. CIRCUNSTANCIAS ECONÓMICAS<sup>2</sup>**

##### **4.1. PANORAMA GLOBAL**

El análisis de las circunstancias económicas consiste en describir las características generales del mercado en la que opera la parte analizada, para poder comprender los resultados alcanzados tanto por esta como por las demás empresas que operan en ese mismo mercado. Lo anterior con el fin de construir un marco de comparabilidad para las transacciones no controladas que servirán como punto de referencia para probar el principio de valor de mercado.

Algunas de las variables que pueden afectar el precio de los bienes/servicios o bien, la rentabilidad de las empresas son la localización geográfica, el tamaño de los mercados, la disponibilidad de encontrar bienes/servicios sustitutos, existencia de un ciclo económico, nivel de mercado, entre otras.

Para efectos del análisis de las circunstancias económicas, el mercado global de equipos de cómputo se conforma por computadoras, periféricos y accesorios, y equipos de almacenamiento. Al final del año 2011, dicho mercado alcanzó un valor aproximado de 176 mil millones de dólares (MMDD).

En los últimos 5 años ha presentado una tendencia de crecimiento positiva la cual para el periodo 2007-2011 representó una tasa compuesta anual de crecimiento de 5.1%, la cual equivalió de pasar de un valor de 144 MMDD en 2007, a los 176 MMDD estimados para 2011.

---

<sup>2</sup> Reportes MarketLine; 2012



**CUADRO 2: Participación de Mercado por región geográfica**

Región	Participación de mercado
Asia-Pacífico	51.8%
América	23.2%
Europa	21.8%
Resto del Mundo (RdM)	3.3%
<b>Total</b>	<b>100%</b>

Fuente: *Elaboración propia con información de Datamonitor, 2012*

De acuerdo con Factiva, 80% de las principales compañías de la industria, están localizadas en los Estados Unidos de América (EUA), mientras que el 20% restante se encuentra en el sureste de Asia. La siguiente tabla muestra a las principales 10 compañías de la industria de computadoras y electrónicos, así como la posición que ocuparían de acuerdo con el nivel de ventas, número de empleados y capitalización de mercado que posee cada una de ellas.

**CUADRO 3: Principales 10 compañías del sector de computadoras y electrónicos (Junio 2012)**

Compañía	Ventas	Número de empleados	Capitalización de mercado
Apple Inc.	5	9	1
Hewlett-Packard Co.	2	4	7
Hitachi Ltd.	3	6	8
Hon Hai Precision Industry Co. Ltd.	4	1	6
International Business Machines Corp.	6	2	3
Microsoft Corp.	10	8	2
Panasonic Corp.	8	5	9
Samsung Electronics Co. Ltd.	1	N/A	4
Siemens AG	7	3	5

Compañía	Ventas	Número de empleados	Capitalización de mercado
Sony Corp.	9	7	10

Fuente: *Elaboración propia con información de Factiva, 2012*

#### 4.2. PANORAMA DE LA INDUSTRIA EN AMÉRICA<sup>3</sup>

Centrándose en el continente americano, es importante analizar el comportamiento de los más importantes productores y distribuidores de computadoras y periféricos en la región, que son Canadá y EUA. Además en el análisis se incluye a México, Brasil y Chile, países de América Latina.

La primera comparación se basa en la demanda de mercado de computadoras, periféricos y equipo de oficina.

Los EUA poseen la demanda de mercado más grande de los países mencionados anteriormente, con un valor de mercado en 2011 de \$176,100 millones de USD, seguido de Canadá con \$29,090 millones de USD. En el caso de México, dicha demanda en 2011 equivalió a \$6,695 millones de USD, valor que representa menos del 4% de la demanda de mercado de EUA.

Por el contrario, en el periodo de 2005 a 2011, Brasil, Chile y México experimentaron tasas de crecimiento más altas que las de Canadá y EUA. En el caso de Brasil, Chile y México las tasas de crecimiento de la demanda de mercado fueron 61.9%, 61.2% y 78.7%, respectivamente. Lo que coloca a México como el país con la tasa de crecimiento más acelerada de los cinco países americanos.

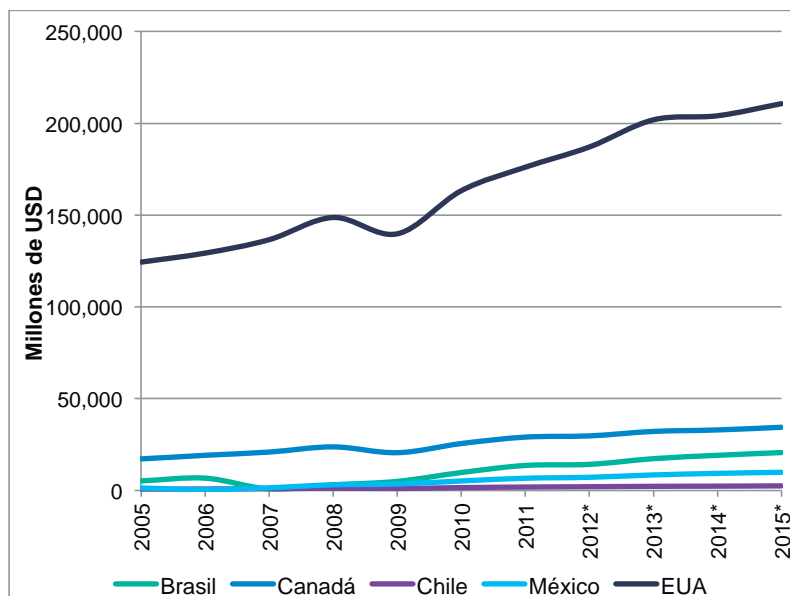
De acuerdo con los pronósticos realizados por *The Economist Intelligence Unit* (EIU), aunque las tasas de crecimiento de la demanda de mercado mantendrán su actual tendencia, éstas se reducirán al menos durante el periodo 2011-2015. Se espera que Brasil, Chile y México cuenten con tasas compuestas de crecimiento anual superiores a las de Canadá y EUA, por encima del 7%.

La siguiente gráfica muestra el valor observado de la demanda de mercado de 2005 a 2011, así como los pronósticos de los cinco países hasta 2015.

---

<sup>3</sup> *The Economist Intelligence Unit (EIU), 2012*

**GRÁFICA 1: Demanda de mercado de computadoras y periféricos. (2005-2015)**



Fuente: *Elaboración propia con información de The Economist Intelligence Unit, Junio 2012. \*Valores pronosticados*

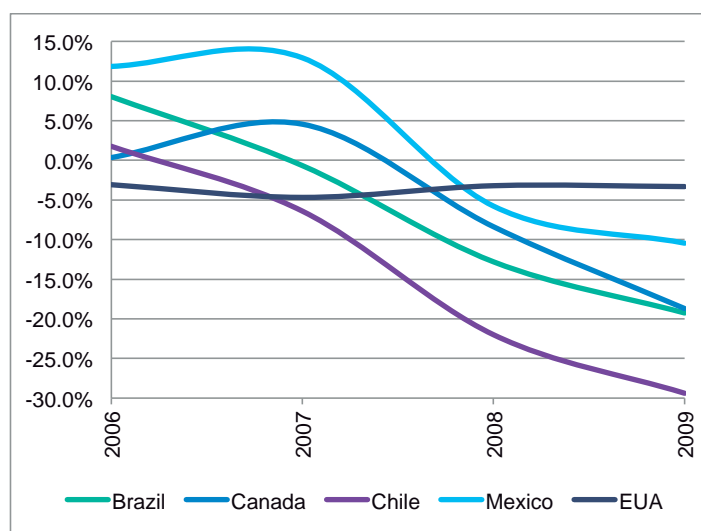
Otro factor importante a considerar en el análisis del sector de computadoras y periféricos en América, es el costo de las computadoras personales. En este caso la información consultada estuvo únicamente disponible para el período 2005-2009 para los mismos cinco países

Al inicio de este período el precio de las computadoras personales era más alto que en 2009 para todos los países, excepto México. En 2005 el precio más alto se encontraba en Chile, donde una persona debía pagar \$2,500 USD, casi \$1,000 USD más de lo que una persona en México, Canadá o EUA pagaba en ese mismo año. Sin embargo para 2009, México se convirtió en el país más costoso para adquirir el mismo bien, ya que en promedio el precio estaba 13% por arriba del precio ofrecido en Chile.

En términos de las tasas compuestas de crecimiento anual entre 2005 y 2009, todas fueron negativas, siendo la propia de Chile la más alta (-11.8%), caso contrario el de México en donde se tuvo una tasa compuesta de crecimiento anual del 2.8%. Por el otro lado en cuanto al cambio de valor en el precio de las

computadoras personales entre 2005 y 2009, el cambio más fuerte se experimentó en Chile donde los precios cayeron 39.4%, seguido de Brasil con -19.7%, Canadá con -18.3%, EUA con -13.1% y finalmente México cuya situación particular reflejó un aumento de 11.5% en el precio de la computadora personal.

**GRÁFICA 2: Variación del precio de la computadora personal (2005-2009)**



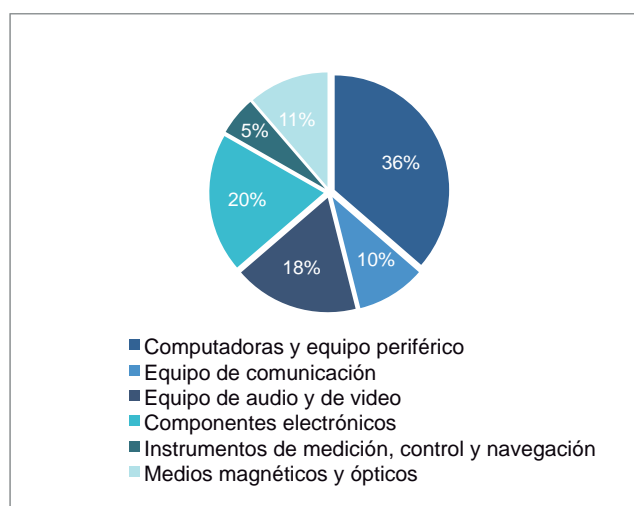
Fuente: Elaboración propia con información de The Economist Intelligence Unit, Junio 2012.

#### 4.3. LA INDUSTRIA EN MÉXICO

Las ventas de equipos de computación y electrónicos en México enfrentó diversos problemas macroeconómicos así como los inherentes al sector, que causaron que de 2007 a 2011 este se contrajera 17.2%, alcanzando un valor de \$39,248,959 miles de pesos al cierre de 2011. En los últimos 2 años el subsector ha recuperado la tendencia creciente con la que contaba antes de la crisis financiera mundial que inició en 2008, y cuyo efecto causó una caída en el valor de las ventas de equipos de computación y electrónicos equivalente al 19.2%.

De acuerdo con la fuente de información en México<sup>4</sup>, la industria puede dividirse en 6 grandes grupos los cuales se muestran en el siguiente cuadro, con su respectivo porcentaje de participación en el valor de las ventas generadas sobre el total del subsector.

**GRÁFICA 3: Estructura del subsector de computación y electrónicos en México (2007-2011).**



Fuente: *Elaboración propia con información de INEGI (BIE)*

De los segmentos que conforman el subsector de computación y electrónicos, el más grande fue el de computadoras y periféricos, con un valor promedio en los últimos 5 años de \$14,205,511 miles de pesos mexicanos. A pesar de la importancia de este segmento de acuerdo con su tamaño, su desarrollo en el periodo de 2007 a 2011 fue el que tuvo una mayor contracción después del segmento de componentes electrónicos, decreciendo a una tasa anual de 6.3% y del 7%, respectivamente. El segmento de computadoras y periféricos cayó a una tasas de 1.82% trimestral, resultando en una contracción de 28.12%.

Por el contrario, los tres segmentos más pequeños del subsector de electrónicos, son los únicos que han tenido un desarrollo favorable en los últimos años: los equipos de comunicación crecieron 5% anual, los

---

<sup>4</sup> INEGI, 2012

instrumentos de medición, control y navegación crecieron 9.2% anual, y finalmente los medios magnéticos y ópticos que crecieron apenas 1.1% anual.

## **C.APLICACIÓN DEL MÉTODO MÁS CONFIABLE**

A continuación se describen las etapas llevadas a cabo tanto para la selección del método más confiable para el análisis de la actividad de distribución de electrónicos, como en la aplicación y análisis de resultados arrojados del mismo.

### **1. EVALUACIÓN Y DESCARTE DE LOS MÉTODOS DISPONIBLES**

De acuerdo a lo estipulado en las Guías de la OCDE, la selección y aplicación del método más confiable para probar el principio de valor de mercado, deberá estar basada en el análisis de funciones, activos y riesgos, el cual marcará las pautas de cuáles son los principales elementos a considerarse para poder mostrar una sólida base de comparabilidad.

#### **1.1. MÉTODO DE PRECIO COMPARABLE NO CONTROLADO (PC)**

El Método de Precio Comparable No Controlado (PC) es el método más directo y confiable para probar el principio de valor de mercado<sup>5</sup>, así como el preferible dentro de los seis métodos disponibles, ya que compara el precio cargado por transferir la propiedad o prestación del servicio de la transacción controlada contra transacciones similares no controladas, es decir, celebradas entre terceros independientes.

La posible aplicación del PC debe considerar una de las siguientes dos condiciones: i) ninguna de las diferencias entre las transacciones o empresas comparadas, debería afectar de manera material el precio de mercado; o, ii) que las diferencias materiales en el precio puedan ser eliminadas mediante ajustes razonables.

En el caso de la transacción bajo análisis, la compra de producto terminado para distribución, el PC podría ser un método apropiado para probar el principio de valor de mercado para la compraventa de productos electrónicos entre

---

<sup>5</sup> OECD, 2010

partes relacionadas, siempre y cuando se pudiera cumplir alguna de las dos condiciones mencionadas en el párrafo anterior.

En caso de que alguna de estas condiciones se cumpliera, el modo de probar de manera más directa y sencilla la compraventa de productos electrónicos sería a través de una aplicación interna del PC, que es, comparar el precio de compra pactado entre alguna de las partes relacionadas con compradores no relacionados; esto dado que encontrar información pública disponible sobre precios y volúmenes de compraventa entre externos podría resultar sumamente complicado.

En la aplicación interna del PC, pudiera haber dos enfoques para la determinación de transacciones comparables:

- i. La primera opción, en la cual la parte relacionada que realiza la venta de productos electrónicos a su parte relacionada, venda los mismos productos a compradores independientes; o bien
- ii. La segunda opción, en la que la parte relacionada que lleva a cabo la compra de productos electrónicos a su parte relacionada, compre productos iguales a proveedores independientes, que pueden no ser los mismos que los de la situación i.

A pesar de la posible viabilidad para aplicar el PC como el método más confiable, en el análisis funcional se consideró que la totalidad de las compras de productos terminados son realizadas por la parte analizada con sus partes relacionadas, por lo que el PC no puede ser considerado como el método más confiable para este caso.

## **1.2. MÉTODO DEL COSTO ADICIONADO (CA)**

El tercer método disponible tanto por las Guías de la OCDE como por el artículo 216 de la LISR es el CA, el cual se basa en los costos incurridos de las transacciones controladas, ya sea la prestación de servicios o como en este caso, por la transferencia de bienes. A partir de los costos incurridos es que el proveedor establece un margen de utilidad, el cual es adicionado al costo de los bienes/servicios de acuerdo a las funciones y riesgos asumidos por éste, así como por las condiciones del mercado en el que opera.



Generalmente el CA se aplica para empresas dedicadas a la manufactura o transformación de productos semi-terminados, así como para compañías prestadoras de servicios, en los cuales los gastos no representan una parte importante de los egresos mostrados en los resultados de las compañías. Adicionalmente el CA requiere de la aplicación de un indicador de nivel de utilidad (PLI) que refleje el margen de utilidad adicionado al costo de los bienes/servicios, tal cual como lo refleja el Costo Adicional Bruto (CAB)<sup>6</sup>.

Dado que la transacción bajo análisis así como las funciones desarrolladas por la parte analizada no corresponden a las actividades cubiertas por el CA, es que no se puede considerar el mismo como el método más confiable para probar la compra de producto terminado para su distribución, además de que el PLI correspondiente a este método está basado en transacciones controladas (costos de los bienes vendidos o COGS) lo cual no representaría una base confiable para comprobar el margen de utilidad obtenido por la parte analizada.

### **1.3. MÉTODO DE PARTICIÓN DE UTILIDADES (PU)**

El PU es el primero de los métodos transaccionales considerados en las Guías de la OCDE y la LISR. El PU tiene como finalidad eliminar condiciones especiales en la generación de las utilidades desprendidas de transacciones controladas a través de determinar la asignación de las utilidades que empresas independientes hubieran esperado obtener al entrar en el desarrollo de las actividades relacionadas con las transacciones analizadas.

Este método se aplica en casos donde las actividades desarrolladas por las partes relacionadas involucradas están intrínsecamente ligadas, de tal manera que sin la participación de alguna de ellas, estas no podrían llevarse a cabo de ninguna forma, de tal forma que las utilidades o pérdidas a nivel global, deberán ser repercutidas a nivel individual.

Dado que la transacción que se analiza es la distribución de productos electrónicos terminados, la cual se puede llevar a cabo de manera independiente a cada entidad, este método no resultaría el más apropiado ya

---

<sup>6</sup> El CAB es el cociente de dividir la Utilidad Bruta entre los Costos de los bienes o servicios prestados

que adicionalmente los resultados de la actividad de distribución pueden ser plenamente identificados sin necesidad de separarlos.

#### **1.4. MÉTODO RESIDUAL DE PARTICIÓN DE UTILIDADES (RPU)**

EL RPU al igual que el PU, consiste en la separación y asignación de las utilidades correspondientes derivadas de la transacción analizada. Sin embargo el RPU se aplica cuando intangibles valiosos se involucran en el desarrollo de las funciones correspondientes. La distribución de productos electrónicos tampoco requiere del uso de intangibles valiosos, por lo que la parte analizada no hace uso o goce temporal de estos.

#### **1.5. MÉTODO DE MÁRGENES TRANSACCIONALES DE UTILIDAD DE OPERACIÓN (MTUO)**

El método MTUO consiste en comparar el margen operativo obtenido en la transacción controlada con el margen operativo obtenido por empresas independientes, por lo que las consideraciones para la aplicación del MTUO serían similares a las del PR y el CA.

Sin embargo existen dos diferencias importantes entre estos dos métodos tradicionales y el MTUO. La primera es que el CA y el PR son métodos basados en información correspondiente a nivel bruto mientras que el MTUO es a nivel operativo; la segunda es que mientras el CA y el PR permiten solo la aplicación de un PLI, el MTUO puede aceptar diferentes PLI de acuerdo al tipo de transacción controlada que se busque probar, y que pueden ser calculados con base en los ingresos, los costos, los gastos y los activos operativos.

El MTUO se aplica cuando los gastos incurridos en la operación de la parte analizada resultan relevantes ya sea por su valor monetario o bien, por actividades adicionales inherentes a la operación ordinaria de la empresa como mercadotecnia y publicidad. En tal caso, el MTUO podría resultar ser el método más confiable para probar este tipo de transacción entre empresas relacionadas; sin embargo de acuerdo con el análisis funcional, la parte analizada lleva a cabo funciones de una distribuidora de bajo riesgo, donde únicamente compra y vende productos electrónicos terminados, sin adicionarles un valor agregado real.

Por estas razones es que se consideró que el MTUO, mediante cualquiera de los indicadores con posibilidad de ocuparse, no resulta ser el mejor método para probar la compra de producto electrónico para distribución realizada por la parte analizada de este caso.

### **1.6. MÉTODO DE PRECIO DE REVENTA (PR)**

Finalmente el método restante es el PR, el cual consiste en probar el precio de reventa, que es al cual el producto fue vendido a clientes independientes a partir de la compra efectuada con partes relacionadas. El precio de reventa considera un margen de utilidad, el cual el distribuidor/revendedor busca obtener con el fin de cubrir sus costos y gastos relacionados a la distribución del producto terminado de acuerdo con las funciones y riesgos asumidos. Este margen se denomina como el margen bruto (MB)<sup>7</sup>, el cual está calculado con base en las ventas de la parte analizada, que representan transacciones no controladas y por lo tanto una base confiable para probar el principio de valor de mercado.

De acuerdo a lo mencionado, así como a las características del análisis FAR realizado para este caso, es que se consideró el PR como el método más confiable para probar el principio de valor de mercado de la actividad de distribución de la parte analizada.

## **2. CONSIDERACIONES PARA LA APLICACIÓN DEL PR**

Como se mencionó en el punto 1.5 de la sección, la aplicación de los métodos PR, CA y MTUO resulta similar salvo por las diferencias mencionadas en la misma sección. Para la aplicación de alguno de estos 3 métodos, en este caso el PR, los siguientes elementos deben analizarse durante la aplicación:

### **2.1. SELECCIÓN DE LA PARTE ANALIZADA**

Primeramente, la parte analizada debe de ser coincidente con el análisis FAR de las transacciones controladas. La parte analizada debe ser aquella a la cual aplicar el método seleccionado, la cual lleve a cabo funciones menos

---

<sup>7</sup> El MB es el resultado de dividir la Utilidad Bruta (UB) entre las ventas

complejas. En otras palabras, la parte analizada debe ser aquella que obtenga los ingresos por llevar a cabo dicha actividad en su conjunto. En este caso los ingresos obtenidos por nuestra parte analizada, señalada desde un principio, corresponden a la actividad de distribución, es decir a la reventa del producto terminado adquirido de su parte relacionada.

## **2.2. DETERMINACIÓN DE LA INFORMACIÓN FINANCIERA CORRESPONDIENTE**

La información financiera debe corresponder únicamente al estado de pérdidas y ganancias de la actividad de distribución de la parte analizada correspondiente al periodo en el cual se quiera probar el principio de valor de mercado.

Suponiendo que la parte analizada lleve a cabo actividades adicionales a la de distribución (i.e. manufactura o prestación de servicios), se deberá considerar la información financiera segmentada correspondiente.

En el caso analizado dado que se está proponiendo la manera de análisis y resultados para este tipo de transacción, no se utilizó información financiera alguna desde el punto de vista de la parte analizada.

## **2.3. SELECCIÓN DEL PERIODO A COMPARAR**

De acuerdo a lo establecido en las Guías de la OCDE existe un criterio de comparabilidad en cuanto al periodo de tiempo. En el punto 3 se detalla la información correspondiente.

## **2.4. SELECCIÓN DE LAS EMPRESAS COMPARABLES**

Se debe realizar la búsqueda y selección de empresas comparables a la parte analizada de acuerdo con el análisis FAR. Este proceso se detalla a continuación en el punto 4.

## **2.5. SELECCIÓN DEL PLI**

De acuerdo con lo establecido en las Guías de la OCDE así como en el artículo 216, fracción II de la LISR, la aplicación del PR exige la utilización del MB como

el único PLI para probar la rentabilidad de la parte analizada y las empresas comparables mediante la utilización de este método.

### **3. DETERMINACIÓN DEL PERIODO DE ANÁLISIS**

De acuerdo con lo señalado en las Guías de la OCDE<sup>8</sup> se puede utilizar información de múltiples años, siempre y cuando esta agregue valor al análisis de precios de transferencia. Aunque esta práctica llega a realizarse frecuentemente, no es un requisito estricto del análisis de comparabilidad en cuanto al tiempo.

El considerar información de múltiples años ayuda a eliminar circunstancias extraordinarias en algún año, tanto como para la parte analizada como para las empresas comparables. El número de años que conformen el periodo de comparación se basará de acuerdo al ciclo de vida del negocio o de los productos en cuestión.

De acuerdo con el análisis de circunstancias económicas realizado en la Sección B, no existe claramente un ciclo de negocio para la industria de electrónicos en México, por lo que se consideró utilizar los últimos 3 años de información disponible, es decir, utilizar el periodo 2009-2011.

Es importante mencionar que en el caso de México, principalmente se utiliza la información del año en el cual se llevó a cabo la transacción controlada contra tres o más años de las empresas comparables. Cuando se utiliza la información promedio de múltiples años es porque probablemente la parte analizada presente pérdida en los resultados de algún año, o bien, el ciclo de negocio sea muy relevante e identificable.

### **4. PROCESO DE BÚSQUEDA DE COMPARABLES EXTERNAS**

Para poder tener un parámetro con el cual comparar la utilidad obtenida por la parte analizada en la distribución de productos electrónicos, fue necesario buscar empresas comparables en funciones, activos y riesgos a los asumidos y llevados a cabo por la parte analizada.

---

<sup>8</sup> Op.Cit; Capítulo III, punto B.

Para tener acceso a este tipo de información (cualitativa y cuantitativa) y que resultara ser confiable, se consideró en un principio la base de datos de empresas públicas que cotizan en la Bolsa Mexicana de Valores (BMV). La consulta se realizó a través de su sitio de internet, en la sección de “Empresas emisoras”<sup>9</sup>. De acuerdo con los distintos filtros mostrados para realizar la búsqueda de empresas emisoras, se seleccionó el sector de “tecnología de la información”, el cual no arrojó ninguna empresa emisora en el mercado mexicano a la fecha que se realizó la búsqueda<sup>10</sup>.

A consecuencia de los resultados obtenidos en la búsqueda de empresas comparables, se procedió a realizar la búsqueda en la Securities and Exchange Commission (SEC) de Estados Unidos, donde existe un número considerablemente mayor de empresas públicas, comparado con la BMV. La búsqueda en la SEC se llevó a cabo a través de su propio motor de búsqueda denominado *Electronic Data Gathering, Analysis and Retrieval system* (EDGAR)<sup>11</sup>.

La búsqueda de empresas en EDGAR puede llevarse a cabo de varios criterios, tal como: el nombre de la empresa, la Central Index Key (CIK), el número de archivo, el estado o país donde se localiza, o bien, el Standard Industrial Classification (SIC). En esta búsqueda se consideró utilizar el código SIC.

El código SIC es un método de clasificación desarrollado por el Departamento del Trabajo de los Estados Unidos a través de la Occupational Safety & Health Administration (OSHA), el cual consiste en otorgar un código numérico de hasta 4 dígitos a los establecimientos y empresas que operan en ese país. Cabe mencionar que el código SIC también se ha extendido como método de clasificación a otros países alrededor del mundo. De acuerdo con el manual de los códigos SIC<sup>12</sup> estos se encuentran clasificados en 10 grandes divisiones las cuales van de la A a la J, de acuerdo con el tipo de actividad económica.

---

<sup>9</sup> <http://www.bmv.com.mx/>

<sup>10</sup> Julio 2012

<sup>11</sup> <http://www.sec.gov/edgar/searchedgar/companysearch.html>

<sup>12</sup> [http://www.osha.gov/pls/imis/sic\\_manual.html](http://www.osha.gov/pls/imis/sic_manual.html)

En este caso se analiza la actividad de distribución al mayoreo de productos electrónicos, llevada a cabo por la parte analizada. Por lo tanto se consideró, del manual de códigos SIC, el Grupo 50: Comercio al mayoreo de bienes durables. A continuación se mostraron los 9 grupos industriales contenidos en el Grupo 50, los cuales están clasificados por tipo de bienes.

De acuerdo al tipo de productos electrónicos definidos al inicio de este caso, se abrieron los grupos industriales 504 (Equipo y suministros profesionales y comerciales) y 506 (Bienes eléctricos) para revisar el tipo de bienes con los que contaban, y tomar su código SIC para realizar la búsqueda de empresas comparables. Los 2 códigos considerados fueron los siguientes:

- *5045: Computadoras, equipo, periféricos y software; y*
- *5065: Equipo y partes electrónicas, sin clasificar*

Al realizar la búsqueda en EDGAR por los códigos SIC se obtuvieron en total 151 empresas potencialmente comparables a la parte analizada, de las cuales 88 correspondieron al código 5045 y 63 al código 5065.

Para poder incrementar el nivel de comparabilidad entre la parte analizada y las empresas comparables a la actividad de distribución de electrónicos se aplicaron los siguientes filtros:

1. Que hubieran operado y contaran con información disponible para los 3 años del periodo 2009-2011;
2. Que no realizaran actividades diferentes a la distribución de producto terminado, o bien, no se pudiera identificar la información de dicho segmento;
3. Que no hubieran sufrido cambios importantes en el transcurso de sus actividades económicas tales como bancarrota, fusiones o adquisiciones;
4. Que no tuvieran pérdidas promedios en los resultados del periodo 2009-2011;
5. Que no hicieran uso de intangibles valiosos o activos únicos que les permitieran crear distorsiones a favor del mercado en el que operan.

De la primera revisión se descartaron en total 124 empresas que no cumplieron con el filtro número 1. Para poder aplicar los 4 filtros restantes se llevó a cabo

la revisión de las formas 10-K<sup>13</sup> para las 26 compañías potencialmente comparables.

Desprendida de la segunda revisión de los 10-K, se obtuvieron 11 empresas comparables a las funciones, activos y riesgos descritas con anterioridad, las cuales se encuentran enlistadas y descritas<sup>14</sup> a continuación:

**i. Arrow Electronics, Inc.(ARROW)**

ARROW es una empresa distribuidora de productos, servicios y soluciones para usuarios comerciales e industriales de componentes electrónicos, cuya función reside como parte de la cadena de suministro de sus clientes. Al 31 de diciembre de 2011 ARROW prestó sus servicios a más de 120 mil clientes entre Manufactureras de Equipos Originales (MEO), Manufactureras Contractuales (MC) y otros clientes comerciales.

Al cierre de 2011 ARROW mantuvo más de 250 oficinas de ventas y 34 centros de operación y distribución localizados en 52 países, a través de los cuales se da cumplimiento a las necesidades de los clientes en más de 80 países. Para el periodo de análisis, 2009-2011, las ventas de ARROW crecieron 27.7% en 2010, y 14.1% en 2011.

**ii. Avnet, Inc.(AVNET)**

AVNET es un distribuidor industrial de componentes electrónicos, computadoras para uso empresarial y productos de almacenamiento, así como subsistemas integrados. Los productos que distribuye son componentes electrónicos, computadoras y software recibido de sus proveedores tal cual, o también terminados de ensamblar por AVNET.

AVNET cuenta con una base de más de 100 mil clientes que incluye MEO, Servicios Manufactureros en Electrónica (SME), Manufactureros del Diseño Original (MDO) y Revendedores de Valor Agregado (RVA). En 2010 las ventas

---

<sup>13</sup> La forma 10-K es un documento anual llenado por las empresas públicas en Estados Unidos la cual contiene información financiera y descripción completa de las actividades llevadas a cabo durante ese año.

<sup>14</sup> La información descriptiva de las compañías comparables se obtuvo tanto de sus reportes 10-K como de las páginas corporativas de cada una de ellas.



de AVNET se incrementaron 18.1%; mientras que para 2011 aumentaron hasta 38.5% con respecto al año inmediato anterior.

**iii. Brightpoint, Inc. (BRIGHTPOINT)**

BRIGHTPOINT, creada en 1989, opera bajo dos segmentos de negocio: la distribución de productos y los servicios de logística. El segmento de distribución está enfocado a empresas manufactureras de dispositivos electrónicos a través de la compra de diversos productos de voz y de información. La promoción y venta de estos productos se realiza para aproximadamente 25,000 clientes a nivel mundial.

La distribución de productos no corresponde a marcas propias, pero sí reconocidas a nivel mundial, tal como el caso de Apple, HTC, Huawei, LG Electronics, Motorola, Nokia, RIM, Sony Ericsson entre otras.

Al cierre del ejercicio 2010, las ventas del segmento de distribución de BRIGHTPOINT se incrementaron 15.9%, un crecimiento mucho menor al 44.3% alcanzado en 2011.

**iv. ePlus Inc. (ePLUS)**

ePLUS en conjunto con sus subsidiarias se dedican al negocio de la venta, arrendamiento, financiamiento y administración de tecnología de la información (TI), así como otros activos. El segmento de venta de aparatos tecnológicos incluye productos de Cisco Systems, HP, NetApp, IBM y Microsoft, principalmente.

Los equipos distribuidos se enfocan principalmente en 5 áreas: recolección de información “data center”, almacenamiento, seguridad, habilitación en la nube e infraestructura. El segmento de distribución de ePLUS creció 25.5% entre 2009 y 2011.

**v. Ingram Micro, Inc.(INGRAM)**

INGRAM es una empresa dedicada en su totalidad a la distribución al mayoreo de productos de IT a nivel mundial, cuya oficina matriz se encuentra localizada en Santa Ana, California.

INGRAM distribuye hardware computacional, equipo de redes, así como productos de consumo, suministros y periféricos, siendo uno de los líderes del sector y compitiendo contra Tech Data, Synnex Corporation, Intcomex, ScanSource, Brightpoint, entre otras. En el periodo 2009-2011 las ventas de INGRAM se incrementaron en 23%.

**vi. Intcomex, Inc.(INTCOMEX)**

INTCOMEX es la denominación pública de Software Brokers of America. Residente en Estados Unidos, INTCOMEX es un distribuidor internacional de productos electrónicos para el sector IT, en específico, equipos, componentes y periféricos. Adicionalmente llega a distribuir también software y accesorios.

INTCOMEX opera recientemente en los mercados del Caribe y América Latina, operando en un total de 40 países, lo que equivale a más de 40,000 clientes.

**vii. Scansource Inc. (SCANSOURCE)**

SCANSOURCE incorporada en 1992 es la empresa *parent* de un Grupo de 23 empresas dedicadas a la distribución al mayoreo de productos tecnológicos, dirigida hacia revendedores especializados del mercado tecnológico. SCANSOURCE divide su operación en dos segmentos geográficos: EUA y los mercados internacionales.

Los productos distribuidos por SCANSOURCE están compuestos en su mayoría por productos de Identificación Automática y Captura de Datos (AIDC, por sus siglas en inglés), de Punto de Venta (POS), de comunicación y de seguridad.

SCANSOURCE cuenta con aproximadamente 30,000 clientes RVA localizados en EUA, Canadá, Latinoamérica y Europa. Las ventas consolidadas de SCANSOURCES se incrementaron 26% en el último año, llegando a superar los 2,600 millones de dólares.

**viii. Sed International Holdings, Inc.(SED)**

SED es un disitrbuidor mayorista de productos para microcomputadoras, incluyendo almacenamiento masivo y de productos electrónicos de consumo, tanto en los EUA como en América Latina.

La compra de productos para distribuir supera 17 mil productos diferentes provenientes de 170 proveedores como Acer, Cisco, Epson, HP, Lexmark, Panasonic, Samsung, entre otras.

Los clientes de SED ascendieron en 2011 hasta más de 10,000 de los cuales se generaron ventas superiores a los 600 millones de dólares, lo que representó un incremento del 28.5% con respecto a las ventas de 2009.

**ix. Sinohub, Inc.(SINOHUB)**

SINOHUB es una empresa china localizada en la ciudad de Shenzhen que cotiza en la Bolsa de Valores de Nueva York (NYSE) bajo la CIK de *SIHI*. SINOHUB está compuesta por 3 empresas, las cuales cuentan en conjunto con dos segmentos de negocio: la manufactura contractual integrada (MCI) y los servicios y ventas de componentes electrónicos (SVCE), comprendidos a su vez por la venta de componentes electrónicos y la administración y cadena de suministro de este tipo de componentes.

Del segmento de negocio que nos interesa, el SVCE, 80% se encuentra enfocado a clientes operando en el mercado de teléfonos móviles, localizados tanto en China como en el extranjero. El 70.3% de los ingresos totales de SINOHUB provienen de su operación en Hong Kong, mientras que el 29.7% restante corresponden a las operaciones en China.

**x. Tech Data Corp.(TECH DATA)**

Fundada en 1974, TECH DATA, es una empresa líder mundial en el suministro de productos de tecnología de la información, con más de 100,000 clientes en alrededor de más de 100 países. El modelo de negocios de la compañía permite a los proveedores de soluciones, fabricantes y publicistas a vender a los mejores precios y dar soporte a usuarios finales que van desde las pequeñas y medianas empresas hasta los grandes corporativos.

Las líneas de productos que distribuye TECH DATA abarcan sistemas, redes y comunicaciones, almacenamiento a gran escala y dispositivos periféricos, provenientes de más de 1,000 fabricantes de diferentes partes del mundo. La extensa gama de servicios que ofrece TECH DATA incluye capacitación,

apoyos técnicos previos y posteriores a la venta, opciones de financiamiento, servicios de configuración.

**xi. Wayside Technology Group, Inc.(WAYSIDE)**

Al igual que el resto de las empresas comparables, WAYSIDE es una empresa dedicada a la distribución de productos de IT, tanto hardware como software a clientes localizados en EUA y Canadá.

WAYSIDE ofrece productos de terceros como herramientas virtuales, de redes, de modelaje de bases de datos y de seguridad, principalmente. Entre las marcas que son distribuidas se encuentran Intel, TechSmith, Acronis, Solarwinds, entre otras. En 2010, WAYSIDE presentó un incremento en sus ventas en 19.1%, mientras que en 2011, tuvo lugar una disminución equivalente al 0.2%.

**5. APLICACIÓN DEL RANGO INTERCUARTIL (IQR)**

A partir de los resultados desprendidos de la búsqueda de empresas comparables, se calculó el MB de cada una de ellas para cada una de los años del periodo 2009-2011. Es importante mencionar que de acuerdo con la revisión de la forma 10-K se consideró la información segmentada para algunas de las comparables, en el caso de que estas llevaran a cabo actividades adicionales a la distribución de productos electrónicos terminados.

Los resultados del MB de cada una de las empresas comparables son mostrados en el cuadro a continuación:

**CUADRO 4: Resultados del MB de las empresas comparables**

<b>Empresa Comparable</b>	<b>MB 2011</b>	<b>MB 2010</b>	<b>MB 2009</b>	<b>MB promedio 2009-2011</b>
<b>Arrow Electronics, Inc.</b>	13.78%	12.90%	11.92%	12.98%
<b>Avnet, Inc.</b>	11.71%	11.90%	12.46%	11.97%
<b>Brightpoint, Inc.</b>	3.67%	4.62%	4.21%	4.10%
<b>ePlus Inc.</b>	17.76%	17.91%	14.14%	16.72%

<b>Empresa Comparable</b>	<b>MB 2011</b>	<b>MB 2010</b>	<b>MB 2009</b>	<b>MB promedio 2009-2011</b>
<b>Ingram Micro, Inc.</b>	5.25%	5.47%	5.66%	5.45%
<b>Intcomex, Inc.</b>	9.70%	9.45%	9.99%	9.70%
<b>Scansource Inc.</b>	10.29%	10.35%	11.30%	10.59%
<b>Sed International Holdings, Inc.</b>	5.21%	5.25%	5.49%	5.31%
<b>Sinohub, Inc.</b>	13.85%	19.36%	17.44%	17.12%
<b>Tech Data Corp.</b>	5.26%	5.26%	5.21%	5.25%
<b>Wayside Technology Group, Inc.</b>	11.20%	10.95%	11.70%	11.26%

*Fuente: Elaboración propia con base en los 10-K de las empresas mostradas.*

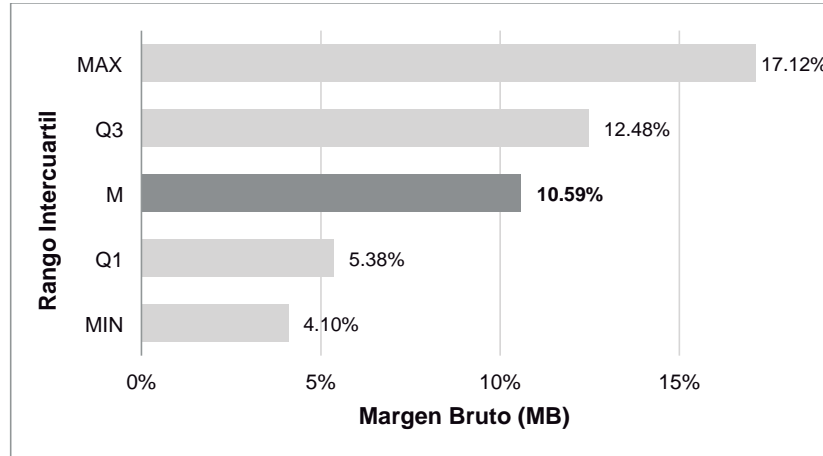
Sin embargo, los resultados representan una aproximación a la transacción analizada en mayor o menor grado, por lo que estas diferencias pueden seguir causando distorsión en los resultados alcanzados.

Previendo ésta situación, las Guías de la OCDE establecen que en caso de que se obtengan dos o más observaciones consideradas como comparables y confiables a la transacción analizada, se deberá aplicar un rango estadístico de tendencia central, como el rango intercuartil (IQR), el cual permite dejar fuera los valores extremos del conjunto de datos comparables, en este caso, de MB's de las empresas comparables.

## **6. ANÁLISIS DE RESULTADOS**

El IQR de MB las compañías comparables construido para este caso va de 5.38% a 12.48% con una mediana de 10.59%; por lo que el Margen Bruto esperado para una compañía que se dedicara a la compra y posterior reventa de productos electrónicos debería localizarse entre el cuartil inferior y el cuartil superior, aunque una postura conservadora sería optar por la mediana en caso de que en años siguientes hubieran cambios importantes en la industria.

**GRÁFICA 4: IQR propuesto para empresas distribuidoras de productos electrónicos**



*Fuente: Elaboración propia con base en los 10-K de las empresas comparables.*

## D.CONCLUSIONES

Para poder llevar a cabo el análisis y proponer un rango que cumpliera con el principio de valor de mercado (*arm's length principle*) de la actividad de distribución de productos electrónicos terminados por partes relacionadas, primeramente se tuvieron que evaluar y considerar los factores de comparabilidad implícitos en esta transacción, y que marcan el punto de referencia para la búsqueda de transacciones comparables.

A partir del análisis FAR de la transacción controlada fue que se procedió a descartar el método más confiable dentro de los 6 disponibles tanto para las Guías de la OCDE como para la legislación mexicana vigente (Artículo 216 de la LISR). El método seleccionado como más confiable fue el PR, uno de los tres métodos tradicionales disponibles.

Es importante recalcar que para la compra de producto terminado llevada a cabo por la parte analizada, podría ser viable aplicar el PC en caso de que se contara con transacciones comparables internas (llevadas a cabo tanto con partes relacionadas como con terceros independientes), donde no existan diferencias que afecten de manera directa el precio de compra de los productos en cuestión. Asimismo, el MTUO podría ser un método aplicable en caso de que se estuviera analizando una distribuidora de valor agregado (RVA).

La búsqueda de empresas comparables está basada en el análisis FAR de la parte analizada, la cual se llevó a cabo a través del sistema EDGAR de la SEC, considerando los códigos SIC 5045 y 5065. El resultado fueron 11 empresas comparables a las cuales se les calculó el PLI más confiable, el cual en el caso del PR es exclusivamente el MB.

El IQR de las 11 comparables representa el rango en el cual el margen bruto de empresas dedicadas a la distribución de productos electrónicos (de bajo valor agregado y bajo riesgo) cumpliría con el *arm's length principle*. Es importante mencionar que la recomendación corresponde a una postura conservadora equivalente a la mediana del IRQ (10.59% de MB), ya que las situaciones de mercado podrían hacer que el IQR se modificará a la baja (de

acuerdo con el análisis de circunstancias económicas), y que por lo tanto el margen ya no cumpliera con el principio de plena competencia.

Dentro de las consideraciones para la aplicación de esta propuesta están:

1. El rango intercuartil propuesto, incluyendo el margen bruto sugerido, está basado en las observaciones de los últimos 3 años de las empresas comparables. Sin embargo, dada la dinámica del sector, los resultados alcanzados podrían resultar congruentes con el principio de valor en el corto plazo (hasta 2 años a la fecha de elaboración de esta propuesta); por lo que posteriormente se debería revisar el estatus de las empresas comparables así como la respectiva actualización de su información financiera.
2. Los resultados propuestos están determinados exclusivamente con base en la información financiera de las comparables, a modo de política. Un caso práctico, con información financiera para la parte analizada implicaría la realización de ajustes a la información financiera tanto de esta última como de las comparables, dado que existirían diferencias contables, de capital y en los mercados geográficos en que operan ambas partes. De acuerdo con las Guías de la OCDE, las diferencias deberán tratar de eliminarse o minimizarse mediante la aplicación de ajustes razonables.



## ANEXO 1: MATRIZ DE ACEPTACIÓN-RECHAZO DE EMPRESAS POTENCIALMENTE COMPARABLES.

Núm	Empresa	SIC	Estatus	Razón de rechazo
1	Acl Semiconductors Inc	5065	Rechazada	Hubo una reestructura del Grupo en 2010 lo cual crea situaciones irregulares en el mercado, adicionalmente sigue teniendo cambios importantes como el JOINT VENTURE con ATDM Ltd.
2	Active Link Communications Inc	5065	Rechazada	No hay 10-K
3	Agilysys Inc	5065	Rechazada	Principalmente está enfocada a la prestación de servicios tecnológicos. Los ingresos por distribución son mínimos
4	Alco Standard Corp	5045	Rechazada	Información hasta 2006
5	All American Semiconductor Inc	5065	Rechazada	Información hasta 2006
6	Allstar Systems Inc	5045	Rechazada	Prestadora de servicios tecnológicos
7	Alphanet Solutions Inc.	5045	Rechazada	Información hasta 2009
8	American Telecom Services Inc	5065	Rechazada	Información hasta 2006
9	Ameridata Technologies Inc	5045	Rechazada	No hay 10-K
10	Amerquest Technologies Inc	5045	Rechazada	Información hasta 2002
11	Anthem Electronics Inc	5065	Rechazada	No hay 10-K
12	Applied Visual Sciences, Inc	5045	Rechazada	Servicios de software de imagen de solución a negocios
13	Apw Ltd	5065	Rechazada	Información hasta 2002
14	Arc International Corp	5065	Rechazada	No hay 10-K
15	Arrow Electronics, Inc.	5065	<b>Aceptada</b>	
16	Astrex Inc	5065	Rechazada	No hay 10-K
17	Aurora Electronics Inc	5045	Rechazada	Información hasta 2000
18	Avnet, Inc.	5065	<b>Aceptada</b>	
19	Bell Industries Inc	5065	Rechazada	Información hasta 2010
20	Bell Microproducts Inc	5065	Rechazada	Información hasta 2010
21	Blue Chip Computerware Inc	5045	Rechazada	No hay 10-K
22	Bookedbyus Inc.	5045	Rechazada	No hay 10-K
23	Brightpoint, Inc.	5065	<b>Aceptada</b>	
24	Brightstar Corp.	5065	Rechazada	No hay 10-K
25	Capital Associates Inc	5045	Rechazada	Información hasta 1999
26	Centiv Inc	5045	Rechazada	Información hasta 2004
27	Chinese Manufacturers Online Corp	5065	Rechazada	No hay 10-K
28	Chs Electronics Inc	5045	Rechazada	Información hasta 1999
29	Cis World Inc	5045	Rechazada	No hay 10-K
30	Cist Holdings, Inc.	5065	Rechazada	Información hasta 2010
31	Cnh Holdings Co	5045	Rechazada	Información hasta 2010
32	Compucom Systems Inc	5045	Rechazada	Información hasta 2004
33	Computer Devices Inc /Md	5045	Rechazada	No hay 10-K
34	Computer Integration Corp	5045	Rechazada	Información hasta 1997
35	Computer Marketplace Inc	5045	Rechazada	No hay 10-K
36	Contardi James N	5045	Rechazada	No hay 10-K
37	Continental Information Systems Corp	5045	Rechazada	Información hasta 2003
38	Corporate Software Inc	5045	Rechazada	No hay 10-K
39	Cumetrix Data Systems Corp	5045	Rechazada	Información hasta 2007
40	Dataflex Corp	5045	Rechazada	Información hasta 1997
41	Datatrend Services Inc	5045	Rechazada	No hay 10-K
42	Dawn Technologies Inc	5045	Rechazada	No hay 10-K
43	Delta Computec Inc	5045	Rechazada	Información hasta 1998
44	Digital River Inc /De	5045	Rechazada	Resultaba comparable en cuanto a las actividades sin embargo su estructura de gastos en ventas y mercadotecnia era muy importante, no como en el caso presentado donde estos gastos no deben ser más relevantes que los costos directos
45	Egghead Com Inc	5045	Rechazada	Información hasta 1999

Fuente: *Elaboración propia con base en la información del sistema EDGAR, SEC (Julio 2012)*

Universidad Nacional Autónoma de México

Núm	Empresa	SIC	Estatus	Razón de rechazo
46	Elite Technologies Inc	5045	Rechazada	Información hasta 2001
47	Emachines Inc	5045	Rechazada	Información hasta 2001
48	En Pointe Technologies Inc	5045	Rechazada	Información hasta 2009
49	Enstar Inc	5045	Rechazada	Información hasta 1999
50	Entenberg Herbert	5065	Rechazada	No hay 10-K
51	Entex Information Services Inc	5045	Rechazada	Información hasta 1999
52	Environmax Com Inc	5045	Rechazada	No hay 10-K
53	Eplus Inc	5045	<b>Aceptada</b>	
54	Esquire Radio & Electronics Inc	5065	Rechazada	No hay 10-K
55	European Micro Holdings Inc	5045	Rechazada	Información hasta 2000
56	Even Technologies Inc.	5045	Rechazada	No hay 10-K
57	Federal Data Corp	5045	Rechazada	Información hasta 2000
58	Flexemessaging Com Inc	5065	Rechazada	No hay 10-K
59	Focus Affiliates Inc	5065	Rechazada	Información hasta 2010
60	Funtalk China Holdings Ltd	5065	Rechazada	No hay 10-K
61	Future Now Inc	5045	Rechazada	No hay 10-K
62	Gates Fa Distributing Inc	5045	Rechazada	No hay 10-K
63	Gbc Technologies Inc	5045	Rechazada	No hay 10-K
64	Getgo Mail Com Inc	5065	Rechazada	No hay 10-K
65	Global Datatel Inc	5045	Rechazada	No hay 10-K
66	Global Intellicom Inc	5045	Rechazada	Información hasta 1999
67	Golden Oasis New Energy Group, Inc.	5065	Rechazada	No hay 10-K
68	Golding Jay H	5065	Rechazada	No hay 10-K
69	Government Technology Services Inc	5045	Rechazada	Prestación de servicios de IT al Gobierno en sus diferentes niveles
70	Hilz Mark T	5045	Rechazada	No hay 10-K
71	Hirel Holdings Inc	5045	Rechazada	No hay 10-K
72	Icx Electronics Inc	5065	Rechazada	No hay 10-K
73	Image Analysis Inc	5045	Rechazada	No hay 10-K
74	Image Metrics, Inc.	5065	Rechazada	Soluciones en animación para videojuegos y películas
75	Infonow Corp	5045	Rechazada	Información hasta 2001
76	Infosonics Corp	5065	Rechazada	Posee su propia marca lo que se considera un intangible valioso, además de desempeñar actividades de R&D
77	Ingram Micro, Inc.	5045	<b>Aceptada</b>	
78	Inmac Corp.	5045	Rechazada	No hay 10-K
79	Intcomex, Inc.	5045	<b>Aceptada</b>	
80	Intelligent Electronics Inc	5045	Rechazada	Información hasta 1998
81	Internet Communications Corp	5065	Rechazada	Información hasta 2000
82	Ituran Location & Control Ltd.	5065	Rechazada	No hay 10-K
83	Jaco Electronics Inc	5065	Rechazada	Información hasta 2009
84	Kent Electronics Corp	5065	Rechazada	Información hasta 2000
85	Killoren Jack K	5065	Rechazada	No hay 10-K
86	Lambert Sheldon M	5065	Rechazada	No hay 10-K
87	Lax Eugene H	5065	Rechazada	No hay 10-K
88	Ldi Corp	5045	Rechazada	Información hasta 1995
89	Liuski International Inc	5045	Rechazada	Información hasta 1999
90	Marshall Industries	5065	Rechazada	No hay 10-K
91	Maxus Technology Corp	5065	Rechazada	No hay 10-K
92	Mcconnell Hugh H	5065	Rechazada	No hay 10-K
93	Memec Inc	5065	Rechazada	No hay 10-K
94	Merisel Inc	5045	Rechazada	No hay 10-K
95	Metro One Development, Inc	5045	Rechazada	Información desde 2010
96	Michael James H	5045	Rechazada	No hay 10-K
97	Michael Jeffrey J	5045	Rechazada	No hay 10-K
98	Microage Inc	5045	Rechazada	Información hasta 2000
99	Microsource Online Inc	5045	Rechazada	No hay 10-K
100	Milgray Electronics Inc	5065	Rechazada	Información hasta 1996

Fuente: *Elaboración propia con base en la información del sistema EDGAR, SEC (Julio 2012)*

Universidad Nacional Autónoma de México

Núm	Empresa	SIC	Estatus	Razón de rechazo
101	Moore Avery	5045	Rechazada	No hay 10-K
102	Mtn Holdings Inc	5065	Rechazada	No hay 10-K
103	Navarre Corp	5045	Rechazada	Desarrollaba actividades de publicidad no muy importantes, sin embargo su estructura de gastos era muy importante para usar un MB. Pérdida en 2012
104	Nogatech Inc	5065	Rechazada	No hay 10-K
105	Nu Horizons Electronics Corp	5065	Rechazada	Información hasta 2010
106	O Brien Christopher	5065	Rechazada	No hay 10-K
107	Orcad Inc	5045	Rechazada	No hay 10-K
108	Pacific Multimedia Inc	5065	Rechazada	No hay 10-K
109	Pc Service Source Inc	5045	Rechazada	Información hasta 2000
110	Peak Technologies Group Inc	5045	Rechazada	Información hasta 1997
111	Pierce Mark S	5045	Rechazada	No hay 10-K
112	Pomeroy Computer Resources Inc	5045	Rechazada	Información hasta 2009
113	Pomeroy Select Integration Solutions Inc	5045	Rechazada	No hay 10-K
114	Premier Farnell Plc	5065	Rechazada	No hay 10-K
115	Premier Industrial Corp	5065	Rechazada	Información hasta 1995
116	Prologic Management Systems Inc	5045	Rechazada	No hay 10-K
117	Rada Electronic Industries Ltd	5065	Rechazada	No hay 10-K
118	Ramsin Product Development Inc	5045	Rechazada	No hay 10-K
119	Random Access Inc	5045	Rechazada	No hay 10-K
120	Reece Franklin A Iii	5065	Rechazada	No hay 10-K
121	Reptron Electronics Inc	5065	Rechazada	Información hasta 2006
122	Richardson Electronics Ltd	5065	Rechazada	Soluciones de instalación de equipo de microondas en especial para el radio a nivel ingeniería
123	Richey Electronics Inc	5065	Rechazada	Información hasta 1998
124	Robec Inc	5045	Rechazada	No hay 10-K
125	Sand Hills, Inc	5045	Rechazada	Información desde 2010
126	Savoir Technology Group Inc	5045	Rechazada	Información hasta 2000
127	Scansource Inc.	5045	<b>Aceptada</b>	
128	Sed International Holdings, Inc.	5045	<b>Aceptada</b>	
129	Sinohub, Inc.	5065	<b>Aceptada</b>	
130	Software Spectrum Inc	5045	Rechazada	Información hasta 2001
131	Somera Communications Inc	5065	Rechazada	Información hasta 2006
132	Sterling Electronics Corp	5065	Rechazada	Información hasta 1997
133	Suntron Corp	5065	Rechazada	Información hasta 2007
134	Surge Components Inc	5065	Rechazada	Información desde 2010
135	Taitron Components Inc	5065	Rechazada	No se contó con información separada para las actividades de manufactura y distribución
136	Te Connectivity Ltd.	5065	Rechazada	Actividad de manufactura es la mas relevante, no separada en el 10-k de la de distribución
137	Tech Data Corp.	5045	<b>Aceptada</b>	
138	Tech Squared Inc	5045	Rechazada	Información hasta 1999
139	Tessco Technologies, Inc.	5045	Rechazada	Servicios prestados eran la principal actividad, con desviaciones de negocio
140	Transnet Corp	5045	Rechazada	Información hasta 2010
141	Universal Security Instruments Inc	5065	Rechazada	Actividades de diseño y manufactura de equipos electronicos
142	Universal Tracking Solutions, Inc.	5065	Rechazada	No hay 10-K
143	Us-Tianxia Software Technology Intl, Inc	5045	Rechazada	No hay 10-K
144	Venturian Corp	5045	Rechazada	Información hasta 2001
145	Vox International Corp	5065	Rechazada	Distorsión en el transcurso de negocios (adquisiciones) e incremento en R&D
146	Wareforce Com Inc	5045	Rechazada	Información hasta 2002
147	Wayside Technology Group, Inc.	5045	<b>Aceptada</b>	
148	Westcon Group Inc	5045	Rechazada	No hay 10-K
149	Wise Philip W	5045	Rechazada	No hay 10-K
150	Wiz Technology Inc	5045	Rechazada	No hay 10-K
151	Wyle Electronics	5065	Rechazada	Información hasta 1997

Fuente: *Elaboración propia con base en la información del sistema EDGAR, SEC (Julio 2012)*

## ANEXO 2: INFORMACIÓN FINANCIERA DE LAS EMPRESAS COMPARABLES.

	Arrow Electronics Inc. (000's USD)			
FIN EF	dic-31			
EF	2011	2010	2009	Prom
Ingresos Netos	21,390,264	18,744,676	14,684,101	18,273,014
Costos Totales	18,441,661	16,326,069	12,933,207	15,900,312
Utilidad Bruta (UB)	2,948,603	2,418,607	1,750,894	2,372,701
<b>Margen Bruto (MB)</b>	<b>13.78%</b>	<b>12.90%</b>	<b>11.92%</b>	<b>12.98%</b>

Fuente: Reporte anual 10-K de Arrow Electronics, Inc. llenado el 01/Febrero/2012 ante la SEC.

	Avnet Inc. (000's USD)			
FIN EF	jul-02			
EF	2011	2010	2009	Prom
Ingresos Netos	26,534,413	19,160,172	16,229,896	20,641,494
Costos Totales	23,426,608	16,879,955	14,206,903	18,171,155
UB	3,107,805	2,280,217	2,022,993	2,470,338
<b>MB</b>	<b>11.71%</b>	<b>11.90%</b>	<b>12.46%</b>	<b>11.97%</b>

Fuente: Reporte anual 10-K de Avnet, Inc. llenado el 12/Agosto/2011 ante la SEC.

	Brightpoint Inc. (000's USD)			
FIN EF	dic-31			
EF	2011	2010	2009	Prom
Ingresos Netos	4,700,458	3,258,474	2,810,354	3,589,762
Costos Totales	4,527,808	3,107,861	2,692,161	3,442,610
UB	172,650	150,613	118,193	147,152
<b>MB</b>	<b>3.67%</b>	<b>4.62%</b>	<b>4.21%</b>	<b>4.10%</b>

Fuente: Reporte anual 10-K de Brightpoint, Inc. llenado el 29/Febrero/2012 ante la SEC.

	<b>ePlus Inc. (000's USD)</b>			
<b>FIN EF</b>	<b>mar-31</b>			
<b>EF</b>	<b>2011</b>	<b>2010</b>	<b>2009</b>	<b>Prom</b>
Ingresos Netos	784,951	672,303	625,607	694,287
Costos Totales	645,558	551,860	537,128	578,182
UB	139,393	120,443	88,479	116,105
<b>MB</b>	<b>17.76%</b>	<b>17.91%</b>	<b>14.14%</b>	<b>16.72%</b>

Fuente: Reporte anual 10-K de ePlus, Inc. llenado el 14/Junio/2012 ante la SEC.

	<b>Ingram Micro Inc. (000's USD)</b>			
<b>FIN EF</b>	<b>dic-31</b>			
<b>EF</b>	<b>2011</b>	<b>2010</b>	<b>2009</b>	<b>Prom</b>
Ingresos Netos	36,328,701	34,588,984	29,515,446	33,477,710
Costos Totales	34,420,419	32,696,693	27,845,237	31,654,116
UB	1,908,282	1,892,291	1,670,209	1,823,594
<b>MB</b>	<b>5.25%</b>	<b>5.47%</b>	<b>5.66%</b>	<b>5.45%</b>

Fuente: Reporte anual 10-K de Ingram Micro, Inc. llenado el 29/Febrero/2012 ante la SEC.

	<b>Intcomex Inc. (000's USD)</b>			
<b>FIN EF</b>	<b>dic-31</b>			
<b>EF</b>	<b>2011</b>	<b>2010</b>	<b>2009</b>	<b>Prom</b>
Ingresos Netos	1,286,973	1,013,272	917,168	1,072,471
Costos Totales	1,162,161	917,529	825,587	968,426
UB	124,812	95,743	91,581	104,045
<b>MB</b>	<b>9.70%</b>	<b>9.45%</b>	<b>9.99%</b>	<b>9.70%</b>

Fuente: Reporte anual 10-K de Intcomex, Inc. llenado el 14/Marzo/2012 ante la SEC.

	<b>Scansource Inc. (000's USD)</b>			
<b>FIN EF</b>	<b>jun-30</b>			
<b>EF</b>	<b>2011</b>	<b>2010</b>	<b>2009</b>	<b>Prom</b>
Ingresos Netos	2,666,531	2,114,979	1,847,969	2,209,826
Costos Totales	2,392,224	1,896,052	1,639,121	1,975,799
UB	274,307	218,927	208,848	234,027
<b>MB</b>	<b>10.29%</b>	<b>10.35%</b>	<b>11.30%</b>	<b>10.59%</b>

Fuente: Reporte anual 10-K de Scansource, Inc. llenado el 29/Agosto/2011 ante la SEC.

	<b>Sed International Holdings Inc. (000's USD)</b>			
<b>FIN EF</b>	<b>jun-30</b>			
<b>EF</b>	<b>2011</b>	<b>2010</b>	<b>2009</b>	<b>Prom</b>
Ingresos Netos	606,983	541,663	472,478	540,375
Costos Totales	575,330	513,210	446,534	511,691
UB	31,653	28,453	25,944	28,683
<b>MB</b>	<b>5.21%</b>	<b>5.25%</b>	<b>5.49%</b>	<b>5.31%</b>

Fuente: Reporte anual 10-K de Sed International Holdings, Inc. llenado el 14/Septiembre/2011 ante la SEC.

	<b>Sinohub, Inc. (000's USD)</b>			
<b>FIN EF</b>	<b>dic-31</b>			
<b>EF</b>	<b>2011</b>	<b>2010</b>	<b>2009</b>	<b>Prom</b>
Ingresos Netos	105,135	135,461	128,408	123,001
Costos Totales	90,569	109,237	106,020	101,942
UB	14,566	26,224	22,388	21,059
<b>MB</b>	<b>13.85%</b>	<b>19.36%</b>	<b>17.44%</b>	<b>17.12%</b>

Fuente: Reporte anual 10-K de Sinohub, Inc. llenado el 30/Abril/2012 ante la SEC.

	<b>Tech Data Corp. (000's USD)</b>			
<b>FIN EF</b>	<b>ene-31</b>			
<b>EF</b>	<b>2011</b>	<b>2010</b>	<b>2009</b>	<b>Prom</b>
Ingresos Netos	26,488,124	24,375,973	22,099,876	24,321,324
Costos Totales	25,094,133	23,092,685	20,947,522	23,044,780
UB	1,393,991	1,283,288	1,152,354	1,276,544
<b>MB</b>	<b>5.26%</b>	<b>5.26%</b>	<b>5.21%</b>	<b>5.25%</b>

Fuente: Reporte anual 10-K de Tech Data Corp. llenado el 21/Marzo/2012 ante la SEC.

	<b>Wayside Technology Group, Inc. (000's USD)</b>			
<b>FIN EF</b>	<b>dic-31</b>			
<b>EF</b>	<b>2011</b>	<b>2010</b>	<b>2009</b>	<b>Prom</b>
Ingresos Netos	57,449	57,579	48,326	54,451
Costos Totales	51,012	51,272	42,674	48,319
UB	6,437	6,307	5,652	6,132
<b>MB</b>	<b>11.20%</b>	<b>10.95%</b>	<b>11.70%</b>	<b>11.26%</b>

Fuente: Reporte anual 10-K de Wayside Technology Group, Inc. llenado el 24/Febrero/2012 ante la SEC.

## BIBLIOGRAFÍA

1. Abdallah, Wagdy. *Critical concerns in transfer pricing and practice*. Greenwood Publishing Group, Estados Unidos, 2004.
2. Arrow Electronics, Inc. [www.arrow.com](http://www.arrow.com); 2005 – 2012 Copyright.
3. Avnet, Inc. [www.avnet.com](http://www.avnet.com); 2012 Copyright.
4. Bechanko, Dranvoe & Shanley. *Economics of Strategy*. John Wiley and Sons, Nueva York, 2000.
5. Brightpoint, Inc. [www.brightpoint.com](http://www.brightpoint.com); 2012 Copyright.
6. Canales, Jordi. *La Nueva Economía Global*. Ediciones Deusto, España, 1994.
7. Chung, Kerwin; Levey, Mark; Wrappe Steven. *Transfer Pricing Rules and Compliance Handbook*. CCH, Wolters Kluwer, Estados Unidos, 2006.
8. Datamonitor. *Global computers & Peripherals*, Junio 2012.
9. Dirección General de Servicios de Documentación, Información y Análisis de la Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión. *Ley del Impuesto sobre la Renta*. Artículos 215 y 216. México, 2011.
10. Eiteman, David; Stonehill Arthur. *Las Finanzas de las Empresas Multinacionales*. Addison Wesley Longman, México, 2000.
11. Emmanuel, Clive; Mehafti, Messaoud. *Transfer pricing*. Academic Press, Estados Unidos, 1994.
12. ePlus, Inc. [www.eplus.com](http://www.eplus.com); 2000 – 2012 Copyright.
13. Factset Research Systems, Inc. (Factiva). [www.factset.com](http://www.factset.com); 2000-2013 Copyright.
14. Feinschreiber, Robert. *Transfer pricing methods: an applications guide*. Jhon Wiley & Sons, Inc., Estados Unidos, 2004.
15. Gitman, Lawrence. *Fundamentos de Administración Financiera*. Harla, México, 1997.
16. Ingram Micro, Inc. [www.ingrammicro.com](http://www.ingrammicro.com); 2012 Copyright.
17. Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), Banco de Información Económica (BIE). [www.inegi.org.mx](http://www.inegi.org.mx); 2012 Copyright.
18. Intcomex, Inc. [www.intcomex.com](http://www.intcomex.com); 2012 Copyright.



19. King, Elizabeth. *Transfer Pricing and Corporate Taxation. Problems, Practical Implications and Proposed solutions*. Springer, Estados Unidos, 2009.
20. Krugman, Paul y Obstfeld M. *Economía Internacional. Teoría y Política*. McGraw-Hill, España, 2011.
21. Levy, Maurice. *Finanzas Internacionales: Un Estudio de los Mercados y de la Administración Financiera de las Empresas Multinacionales*. McGraw-Hill, México, 1997.
22. MarketLine, *Global Computer Hardware*. Febrero 2012
23. MarketLine, *Computer Hardware in Mexico*. Febrero 2012
24. MarketLine, *Computer Hardware in the United States*. Febrero 2012
25. Mills, R. *Estadística para Economía y Administración*. Edit McGraw-Hill; México, 1980.
26. Occupational Safety & Health Administration (OSHA) del Departamento del Trabajo de los Estados Unidos de América. [www.osha.gov](http://www.osha.gov) , Junio 2012
27. Organization for Economic Cooperation and Development. *OECD Transfer Pricing Guidelines for Multinational Enterprises and Tax Administrations*. 2010.
28. Ross, S. *Finanzas Corporativas*, McGraw-Hill, México, 1999.
29. Salvatore, Dominick. *Economía Internacional*. Prentice Hall, España, 1999.
30. ScanSource, Inc. [www.scansource.com](http://www.scansource.com); 2012 Copyright.
31. Securities and Exchange Commission (SEC) de los Estados Unidos de América. [www.sec.gov](http://www.sec.gov) , Junio 2012
32. Sed International Holdings, Inc. [www.sedonline.com](http://www.sedonline.com); 2012 Copyright.
33. Sinohub, Inc. [www.sinohub.com](http://www.sinohub.com); 2001-2011 SinoHub, Inc.
34. Tech Data Corp. [www.techdata.com](http://www.techdata.com); 1995-2012 Copyright.
35. The Economist Intelligence Unit (EIU) [www.eiu.com](http://www.eiu.com); 2013 Copyright.
36. Tirole, Jean. *Teoría de la Organización Industrial*. MIT Press, Estados Unidos, 1992.
37. Varela, Manuel. *Organización Económica Internacional. Problemas actuales de la economía mundial*. Editorial Pirámide, España, 1991.
38. Wayside Technology Group, Inc. [www.waysidetechnology.com](http://www.waysidetechnology.com); 2012 Copyright.

39. Winzter, Erik. *Transfer pricing for multinational enterprises: an Integrated Approach*. Grin Verlag, Alemania, 2007.
40. Wittendorff, Jens. *Transfer pricing and the arm's length principle in international tax law*. Kluwer Law International BV, Holanda, 2010.