



**Trabajo Final de Grado**

**Reporte de caso**

**Informe de planificación tributaria**

**“Planificación tributaria para la empresa A.J. & J.A. Redolfi S. R. L.”**

**Alumno: Vilches Milagros**

**DNI: 38.986.923**

**Matrícula: CPB30616**

**Director de TFG: Fernando Ortiz Bergia**

**Carrera: Contador Público**

**Argentina, 2021**

## Índice

Introducción.....	3
Análisis de situación.....	6
Descripción de la situación.....	6
Análisis de contexto .....	7
Diagnóstico organizacional. ....	10
Análisis específico .....	12
Marco Teórico .....	15
Revisión analítica de bibliografía.....	15
Construcción propia del marco teórico.....	17
Declaración del problema.....	17
Justificación de la relevancia del problema.....	17
Porque es relevante resolver el problema.....	18
Plan de implementación.....	19
Objetivo general .....	19
Objetivos específicos.....	19
Alcance y Limitaciones .....	19
Recursos .....	20
Herramientas de Planificación Tributaria.....	21
Diagrama de Gantt.....	25
Evaluación de la propuesta.....	25
Conclusiones y Recomendaciones .....	27
Bibliografía.....	29

## Resumen

La planificación fiscal es un instrumento necesario, mediante un proceso constituido por actos lícitos del sujeto pasivo que tiene como fin invertir eficientemente los recursos destinados por éste la organización de que se trata y con la menor carga tributaria dentro de los parámetros legales. Con este reporte de caso se buscó analizar las implicancias, en términos fiscales, que tendría la incorporación de la distribuidora A.J. & J.A. Redolfi S.R.L., al régimen de PyMEs y la adopción de herramientas de economía de opción, tales como venta y reemplazo contemplada en la ley de impuesto a las ganancias. Dichas herramientas le permitieron, a la empresa objeto de análisis, generar ahorros en tributos tales como: impuesto a las ganancias, al valor agregado, al cheque y contribuciones patronales. Se trató de estudio de tipo mixto, es decir cuantitativo y cualitativo, con el objetivo primordial de cuantificar los ahorros sobrevinientes de emplear dichas herramientas de planificación fiscal.

**Palabras Claves:** Planificación, Fiscal, Ahorro, Herramientas.

## Abstract

Fiscal planning is a necessary instrument, through a process consisting of lawful acts of the passive subject, which is intended to efficiently invest the resources allocated by the organization concerned and with the least tax burden within the legal parameters. This case report sought to analyze the implications, in fiscal terms, of the incorporation of distributor A.J. & J.A. Redolfi S.R.L., to the SME regime and the adoption of economic option tools, such as sale and replacement contemplated in the income tax law. These tools enabled the company to be analyzed to generate savings in taxes such as: Income tax, value added tax, debits and employer contributions. This was a mixed study, i.e. quantitative and qualitative, with the primary objective of quantifying the savings from using these fiscal planning tools.

**Keywords:** Planning, Fiscal, Savings, Tools.

## Introducción

Con este reporte de caso se propone diseñar una planificación tributaria para que la distribuidora A. J. & J. A. Redolfi S.R.L. logre desarrollar las actividades en su nuevo centro de distribución de forma tal de ahorrar impuestos en el marco de una optimización de costos y cargas fiscales.

La empresa A. J. & J. A. Redolfi, está ubicada en la localidad de James Craik, de la Provincia de Córdoba, lleva más de cincuenta años en el sector mayorista de productos y cuenta con autoservicios ubicados en las ciudades de San Francisco, Río Tercero y Río cuarto, y distribuidoras en James Craik, Río Tercero, San Francisco, Córdoba Capital y Río Cuarto. Comercializa y distribuye varias marcas a distintos minoristas de toda la Provincia de Córdoba y provincias vecinas. Es una empresa que, a través del tiempo, ha demostrado su continuo crecimiento en el sector mayorista de productos alimenticios. Todos los años conquista nuevos clientes y mercados en el interior de Córdoba y del país. La línea de productos que la empresa ofrece es muy variada, ya que las ventas no están enfocadas en algún producto en particular, sino en todo el surtido existente en el mercado. Lo que sí se debe destacar es que posee precios muy competitivos en todos los artículos de Refinerías de Maíz, Gillette, entre otras. Para realizar una óptima distribución y servicio a sus clientes, posee una flota propia de 3 automóviles para el uso de supervisión, 5 utilitarios pequeños, 23 utilitarios de mayor tamaño, 20 camiones y 5 montacargas; un plantel compuesto por 170 empleados.

La estrategia que la empresa se plantea es la de marcar una *diferenciación* con respecto a sus competidores a través de un servicio altamente orientado a la satisfacción del cliente y con precios competitivos. Se encuentra en etapa de crecimiento de infraestructura, que le permitirá obtener mejores rendimientos; por el momento el edificio se encuentra terminado pero no se realizó el traslado que unifica todos los depósitos. Los clientes son en general despensas de barrios, mini mercados, quioscos, etcétera, con salones de pocos metros cuadrados, unipersonales o con pocos empleados, de escasos recursos y volúmenes de ventas reducidos. Por lo general, no cuentan con medios para transportar mercadería. La sumatoria

de todas estas características hace que los compradores tengan un reducido poder de negociación en lo que a precio y financiación se refiere.

La problemática detectada se relaciona a los elevados costos fiscales que resultan de las operaciones económicas de A. J. & J. A. Redolfi S.R.L. La incidencia de los mismos, en particular los impuestos nacionales, generan una pérdida de eficiencia en la estructura de costos totales. No es algo que solo le pase a la empresa objeto de estudio, sino una situación que caracteriza a diversos sectores de la economía argentina. La presión tributaria es cada vez mayor a nivel nacional, provincial y local. Esta situación termina generando que los precios ofrecidos a los clientes no sean del todo competitivos, dañando la continuidad de una estrategia de diferenciación que caracteriza a Redolfi S.R.L. en un contexto donde busca abastecer la demanda creciente con el traslado de su centro de distribución a uno de mayor tamaño con mayor tecnología en términos de administración de *stocks*.

En cuanto a los antecedentes, se pueden mencionar a los siguientes:

Por su parte, el trabajo de Martha Beltrán Cortes & Olga Hernández Murcia (2012) tuvo el objetivo de determinar los aspectos que se deben incluir en un proyecto de planificación tributaria, para que la empresa Comercializadora de Productos Alimenticios S.A.S mejore sus indicadores financieros, optimice su carga impositiva, pagando lo justo, a través de mecanismos legales conforme a las normas fiscales vigentes. Los autores abordaron la problemática que tuvo la empresa en un contexto de elevada presión fiscal sobre sus operaciones económicas habituales. El ahorro de los costos impositivos resultó ser crucial para que la empresa lograra competir con nuevas empresas que ingresaban al sector en un escenario sumamente competitivo. Este trabajo ha servido como base para definir estrategias de ahorro de costos fiscales en el marco de una empresa que se dedica a la comercialización de productos alimentarios tal como Redolfi.

El trabajo de Yáñez Soria (2018) quien ha abordado las estrategias de planificación tributaria aplicables a una distribuidora de lácteos. La autora sostuvo que la planificación fiscal es una herramienta administrativa que tiene como finalidad determinar el pago justo que le corresponde al contribuyente por concepto de tributos. El trabajo consideró la metodología de investigación bibliográfica para poder comparar y deducir diferentes enfoques tomando en cuenta a las empresas de lácteos del sector, por otro lado se utilizó el

estudio de campo a través de la técnica de la entrevista y encuesta. Se confeccionó un modelo de planificación tributaria para el óptimo cumplimiento de las obligaciones tributarias, tomando como caso de estudio a Distribuidora Tanilact. La autora llegó a la conclusión de que una planificación tributaria en dicha empresa favorecerá la optimización de las estructuras de costos de producción y comercialización de los productos incrementando la productividad organizacional. Este trabajo ha servido como base para comprender que una planificación tributaria es crucial para optimizar los costos de producción en una empresa que se dedica a la distribución de mercaderías, en verosimilitud con la analizada en el presente reporte de caso.

Finalmente, el trabajo de Boy Prado (2018) tuvo como objetivo principal determinar la incidencia del planeamiento tributario en la rentabilidad de la empresa Casa Grande S.A. Según la contratación de hipótesis se concluye que, hubo una relación directa y positiva entre el planeamiento tributario y la rentabilidad de la empresa Casa Grande S.A. Es decir, que el proceso de planificación tributaria, promoviendo el ahorro de impuestos nacionales y provinciales, ha favorecido la rentabilidad de la organización objeto de análisis. Este trabajo ha servido como base para comprender que la planificación fiscal termina incidiendo en la estructura de costos de una empresa, posibilitando que pueda establecer precios más competitivos y aumentar la rentabilidad del negocio.

A. J. & J. A. Redolfi se encuentra en una etapa de crecimiento materializado por medio del traslado de sus operaciones a un nuevo centro de distribución con mayor capacidad de almacenado y operación. La implantación de nuevas tecnologías para poder administrar sus inventarios en forma más eficiente y oportuna hace necesario optimizar los costos, no solo los asociados a la distribución propiamente dicha, sino también otros costos como los fiscales que impactan sustancialmente en la determinación de las estructuras de precios que brinda a sus clientes. Este reporte de caso resulta relevante dado que busca optimizar la estructura de los costos tributarios por medio de la implementación de una planificación impositiva que le permita ahorrar cargas fiscales en un escenario de expansión organizacional.

## **Análisis de situación**

### *Descripción de la situación*

La visión de A.J. & J.A. Redolfi S.R.L. es ser una empresa líder en el mercado en el que participa actualmente, abierto a nuevas oportunidades de negocios. Contar con una cartera diversificada de proveedores, buscando solvencia y rentabilidad continuada, que se distinga por proporcionar una calidad de servicio excelente a sus clientes. Propiciar alianzas sostenidas en el tiempo con ellos y una ampliación de oportunidades de desarrollo personal y profesional a sus empleados, preservando el carácter familiar de la empresa, con una contribución positiva a la comunidad.

En cuanto a la misión, se puede decir que circunscribe en atender las necesidades de nuestros clientes proporcionando un servicio de distribución mayorista de calidad, con una gran variedad de productos masivos de primeras marcas, sustentado en una extensa trayectoria empresarial. Realizar esto brindándoles a nuestros empleados la posibilidad de desarrollar sus habilidades y crecer dentro de la empresa.

Con respecto a los valores organizacionales, se pueden mencionar:

Respeto hacia el cliente, el proveedor y al equipo de trabajo que conforma la empresa; implica manejarse éticamente, cumpliendo con las obligaciones emergentes en cada caso.

- ✓ Esfuerzo y dedicación, manteniendo el impulso de crecimiento y desarrollo de la empresa, liderando con el ejemplo de los miembros de la familia.
- ✓ Honestidad, creyendo en el trabajo y en la construcción de riqueza sin perjudicar a los otros, manejándonos con sentido de justicia, equidad y transparencia, sosteniendo la imagen de una familia honesta, coherente y sincera.
- ✓ Sentido de equipo, sosteniendo la convicción del trabajo colectivo en la toma de decisiones y en la consulta permanente a los directivos de la empresa, buscando compartir decisiones.
- ✓ Responsabilidad social y comunitaria, buscando beneficiar al pueblo de origen de la empresa a través de la colaboración permanente y desinteresada con las instituciones que participan de la calidad de vida de la comunidad.
- ✓ Orientación al cliente, respetándolo y cuidándolo a través de un compromiso con la calidad y el resultado, teniendo siempre presente su satisfacción.

Redolfi tiene una trayectoria reconocida y respetable, lo que ha llevado a un crecimiento constante en el mercado, marcando diferencia con sus competidores. Una parte importante de la organización presenta una carencia en cuanto a sistemas tecnológicos, un mal uso de recursos en cuanto a logística interna que inciden en la satisfacción del cliente, en los costos y en los beneficios.

La estrategia es la de marcar una diferenciación con respecto a sus competidores empleando un servicio orientado a la satisfacción del cliente y con precios competitivos. Esto lo logra brindando un amplio surtido de productos a precios bajos si se los compara con los de los competidores. Es por esta razón que la empresa ha decidido trasladar su centro de distribución a uno con mayor capacidad operativa de forma tal de abastecer los crecientes mercados de los productos que distribuye.

Se caracteriza por formar parte de un sector sumamente competitivo, donde las barreras de entrada no son altas y la competencia se fomenta para garantizar la eficiencia. En este sentido, los clientes tienen un alto poder de negociación, al igual que los proveedores. Dicha negociación se plantea en término de precios, volumen y bonificaciones obtenidas.

#### *Análisis de contexto*

A continuación se realizó en análisis PESTEL, abordando los factores políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ambientales y legales que influyen en el sector donde la empresa opera.

#### *Factor Político*

Siguiendo a CADAM (2021) la inestabilidad del gobierno de turno incide negativamente en las proyecciones de inversiones por parte del sector de distribuidoras mayoristas en Argentina a tal punto de ralentizar dicho proceso más aun en un contexto de pandemia del covid-19 que ha puesto de manifiesto muchas falencias de la política argentina en cuanto a la capacidad de maniobrar una crisis de tal magnitud. Esto incide en Redolfi dado que la empresa tiende a ser más conservadora en el proceso de inversiones, esperando señales que otorguen más seguridad jurídica en el país para hacerlas.

El uso de determinadas estrategias de planificación fiscal permite a las empresas que las implementan aprovechar la complejidad del sistema tributario así como las asimetrías existentes en éste, a fin de minimizar la carga tributaria de cada sujeto. Así es que el Art 1 de la Resolución General AFIP N° 4838 (2020) establece un régimen de información de planificaciones fiscales a cargo de los sujetos comprendidos en el artículo 6° del presente Título. Al respecto dicho artículo establece la obligación de informar una planificación fiscal por parte de los contribuyentes y los asesores fiscales serán responsables de cumplir con el régimen de información. Esta política definida por AFIP incide en Redolfi, dado que la misma tendrá la obligación de cumplimentarlo al igual que otras empresas del mismo ramo.

#### *Factor Económico*

En el plano económico, la pérdida en términos de producción, empleo y destrucción de empresas fue muy significativa. Entre fines de 2019 y fines de 2020, el PBI real cayó 4,7%, luego de haber estado 19% abajo en el segundo trimestre del año. La inflación del mes de marzo 2021 fue de 4.8% (INDEC, 2021).

Todo parece indicar que el gobierno irá imponiendo nuevas restricciones, inicialmente apuntando a limitar encuentros sociales para minimizar el impacto en la actividad económica. Aun así, y extrapolando la lógica de la política económica de 2020, el escenario más probable parece ser de freno de la dinámica de recuperación económica y repunte del empleo, con actividades que continuarán extremadamente deprimidas. Esta situación impacta de lleno en el sector de distribuidores de bebidas y alimentos en el sentido que la caída del poder compra de los consumidores genera una caída del consumo de dichos bienes en términos de volumen y calidad negociada.

#### *Factor Social- Cultural*

En el plano social, los niveles de pobreza son sustancialmente más elevados que antes de la pandemia. Producto del virus y el confinamiento, la tasa de pobreza trepó del 35,5% al 42,0% entre el segundo semestre de 2019 y el de 2020, en una economía que ya venía castigada por el aumento previo, producto de la crisis financiera de 2018-2019 (CPCEBA, 2021). Esta situación genera una caída del consumo de alimentos y bebidas que el sector

distribuidor mayorista y minorista trata de amortiguar por medio de la optimización de las estructuras de costos.

Las empresas de toda la cadena de suministro de alimentos están activando sus planes de continuidad de negocio, ya que el paro de actividades ha afectado la economía a nivel mundial.

Dentro del entorno social en que está inserta Redolfi, se observa una visión favorable respecto de sus servicios debido a la atención, rápida entrega de los productos y asesoramiento a sus clientes postventa. En cualquier caso, sin reducción de la inflación y mejora de la actividad es casi imposible pensar que la pobreza podrá bajar únicamente a base de expandir y mejorar la focalización de las políticas sociales.

#### *Factor Tecnológico*

El desarrollo tecnológico en el sector de distribuidoras mayoristas, en la cual Redolfi está inmersa, ha sido crucial para subsistir en un contexto de pandemia, donde el comercio online fue la clave. La Confederación Argentina de la Mediana Empresa comenzó su ciclo de videoconferencias apuntadas a brindar a las pymes diferentes herramientas para saber vender digitalmente de una forma más eficiente. Entre las temáticas, durante las diferentes conferencias se abordarán cuestiones como: utilización de redes sociales para mejorar las ventas; *Instagram* como canal de venta; herramientas digitales para optimizar el trabajo de las pymes; herramientas de teletrabajo y automatización de tareas. (CAME, 2020).

Por otro lado, el desarrollo de sistemas de administración de stock ha sido crucial para la optimización de los inventarios en el sector de distribuidoras de alimentos y bebidas en Argentina. A pesar que Redolfi, todavía no está actualizada en esta temática, es preciso mencionar que la mayoría de su competencia si lo está como herramientas como ERP para la gestión de stock.

La industria de consumo masivo se encuentra en plena transformación, con compradores cada vez más informados y una participación creciente del comercio electrónico, lo que impone una reflexión acerca de las estrategias que son necesarias para sobrevivir a estas nuevas condiciones que marca la necesidad de innovación tecnológica para comercializar productos.

### *Factor Ecológico*

La Confederación Argentina de la Mediana Empresa ha desarrollado el Departamento de Responsabilidad Social y Desarrollo Sustentable, el cual es un área dedicada a generar políticas, programas y acciones coordinadas con distintos actores que busquen propiciar un crecimiento económico con inclusión social y cuidado del ambiente. El objetivo fundamental es contribuir al desarrollo sustentable de comunidades, municipios, provincias y regiones de todo el país, generando líneas de intervención que ayuden a modificar el entorno en pro de la equidad, la inclusión y el desarrollo local (CAME, 2021).

En particular, el sector de distribuidoras mayoristas de alimentos y bebidas, entre las cuales se encuentra Redolfi, carecen de una política de responsabilidad social empresaria que promueva cuidado del medio ambiente y de la comunidad que las rodea.

### *Factor Legal*

La ley de góndolas busca que los precios sean claros para los consumidores y que los consumidores puedan acceder a más productos regionales o artesanales de las micro, pequeñas y medianas empresa, productos de agricultura familiar, campesina e indígena, productos de la economía popular y productos de cooperativas y mutuales (Ley 27.545, 2020). Uno de los objetivos de dicha norma es que los precios de los productos sean claros y transparentes para los consumidores en un mercado competitivo como el que está inmersa la distribuidora Redolfi.

Por otro lado, la Ordenanza N° 1564/07 de la localidad de James Craik, que exige, a partir del año 2003, trasladar las infraestructuras (industriales, depósitos, etc.) fuera del ejido urbano, y para aquellas empresas que se trasladen antes del año 2012 la Municipalidad dispuso beneficios tributarios y subsidios por la contratación de nuevos empleados. Esta fue la razón por la que Redolfi ha decidido trasladar su centro de distribución a uno más grande que ya tiene construido.

### *Diagnóstico organizacional.*

Para realizar el diagnóstico organizacional se optó por emplear la matriz FODA.

Tabla 1: Análisis FODA.

<i>Fortalezas</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Amplia trayectoria e historia en el mercado local.</li> <li>2. Buen clima de trabajo con posibilidades de desarrollo de carrera profesional.</li> <li>3. Buena solvencia económica y financiera de la empresa.</li> <li>4. Excelente relación con los proveedores.</li> <li>5. Muy buena relación con sus clientes.</li> <li>6. La variedad de productos que ofrece en el mercado.</li> <li>7. Alto nivel de satisfacción de los clientes.</li> <li>8. Estrategia orientada a satisfacer a los clientes.</li> </ol>
<i>Oportunidades</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Desarrollo tecnológico que impulsa a las empresas a vender por canales online.</li> <li>2. Aumento de la demanda de alimentos y bebidas a nivel nacional e internacional.</li> <li>3. Globalización del comercio de alimentos y bebidas.</li> <li>4. El desarrollo del mercado de capitales como mecanismo para obtener financiamiento.</li> <li>5. Desarrollo del mercado de capitales como fuente de financiamiento de proyectos de inversión para las PyMEs.</li> </ol>
<i>Debilidades</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Carencia de una planificación tributaria.</li> <li>2. Procesos de selección del personal no estas tecnificados.</li> <li>3. Carencia de compromiso con el cuidado del medio ambiente.</li> <li>4. Ausencia de un modelo de evaluación del desempeño interno.</li> <li>5. Carece de certificaciones de normas de calidad.</li> </ol>

	<ol style="list-style-type: none"> <li>6. No cuenta con un asesor financiero.</li> <li>7. Carece de una política de <i>marketing</i>.</li> </ol>
<i>Amenazas</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Delicada situación macroeconomía del país, con elevada inflación, recesión y caída del consumo.</li> <li>2. Elevada presión tributaria a nivel nacional y provincial.</li> <li>3. Reducción de subsidios a la producción y distribución.</li> <li>4. Mayores regulaciones de precios de alimentos y bebidas por parte del gobierno.</li> <li>5. Continuidad de la pandemia del covid-19.</li> </ol>

*Fuente: Elaboración propia.*

Una de las fortalezas más importante que tiene la empresa A.J. & J.A. Redolfi S.R.L. es su amplia trayectoria en el mercado local, bajo una estrategia de liderar en costos y satisfacción del cliente, ha perdurado en el tiempo, aun en contextos adversos que caracterizan a la economía argentina. Su relación con los diversos grupos de interés, tales como los proveedores, clientes y trabajadores son crucial para conservar la experiencia y dedicación en la formación de lazos que promueven la optimización de la rentabilidad.

Dichas fortalezas han de ser aprovechadas para favorecerse de las diversas oportunidades que ofrece el sector de distribuidoras mayoristas en Argentina, con un crecimiento del consumo de bienes de primera necesidad, alimentos y bebidas, aun en un contexto de crecimiento de la inflación que pone de manifiesto la amenaza de las variables económicas en razón de la necesidad de reformas estructurales en el país.

La principal debilidad que se exhibe en A.J. & J.A. Redolfi S.R.L. es la ausencia de una planificación fiscal en un escenario donde la presión tributaria argentina va en ascenso sobre el sector privado. Es crucial optimizar la estructura de costos, no solo de producción y/o distribución, sino también lo de no producción, como lo son los fiscales.

#### *Análisis específico*

La presión tributaria de Argentina es cada vez más intensa, asfixiando al desarrollo del sector privado, aun en un contexto de pandemia. A.J. & J.A. Redolfi S.R.L. no ha sido

eximida en este sentido, y sus costos tributarios han aumentado más que proporcional a sus ventas. De acuerdo a los estados financieros 2020, el total de costos fiscales ascendió a \$30.871.273,96 siendo sus ventas de \$ 318.857.647,78. Si se realiza el cociente entre el primero y el segundo, arroja un resultado de 0.0968, es decir que por cada peso de venta, \$0.0968 representan impuestos que la empresa bajo análisis debió afrontar en el ejercicio 2020.

A continuación, se puede observar la Tabla 1, donde se detallan los principales impuestos que la distribuidora Redolfi debió afrontar conforme a los estados financieros 2020. En particular la incidencia de los tributos sobre el total de ventas de la empresa fue del 9.68%.

Tabla 2

## Cargas Fiscales de A.J. &amp; J.A. Redolfi S.R.L.

Tributo	Año 2020	%	% de la ventas
Impuesto a los débitos	\$ 5.475.893,80	17,74%	1,72%
Ingresos Brutos Cba	\$ 4.295.787,25	13,92%	1,35%
Impuesto a las Ganancias	\$ 3.336.057,91	10,81%	1,05%
IVA a Pagar	\$ 2.329.562,00	7,55%	0,73%
Anticipos Imp. a las Ganancias a pagar	\$ 1.904.061,00	6,17%	0,60%
Cargas Sociales	\$ 11.845.059,00	38,37%	3,71%
Otros	\$ 1.684.853,00	5,46%	0,53%
Total de Tributos	\$ 30.871.273,96	100,00%	9,68%

*Fuente: Elaboración propia en base a estados contables de Redolfi S.R. L.*

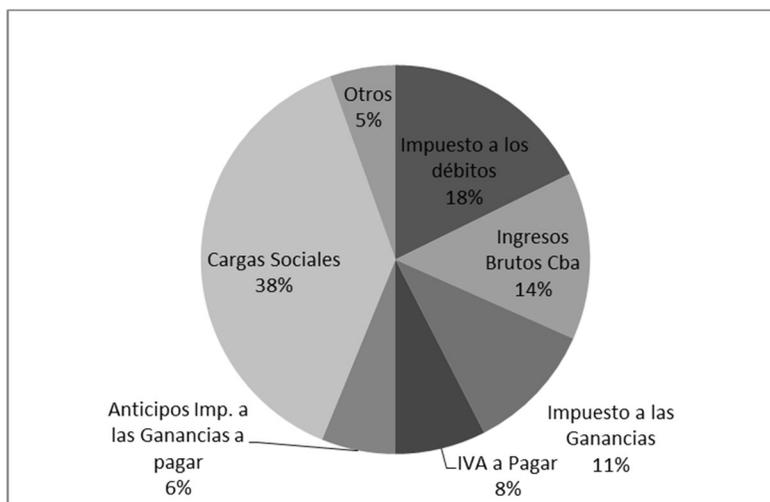


Figura 1: Principales cargas fiscales

Fuente: Elaboración propia en base a Tabla 2.

En la Figura 1 se observa que casi el 18% del total de cargas fiscales afrontadas por Redolfi en el ejercicio 2020 pertenece al impuesto a los débitos, el 10.81% a impuesto a las ganancias y el 7.55% a IVA. Por su parte, en el plano provincial, el 13.92% de los impuestos corresponden a ingresos brutos. Y las contribuciones patronales representan un 38.37%.

## Marco Teórico

Con este reporte de caso se buscó diseñar una planificación fiscal para que la distribuidora Redolfi S.R.L. pueda generar ahorros tributarios, frente la elevada presión impositiva que exhibe su actividad económica. Se abordaron temáticas como: planificación fiscal, pymes en Argentina y herramientas de planificación fiscal.

### *Revisión analítica de bibliografía*

#### *Planificación fiscal*

A nivel nacional, Bustamante (2016) sostiene que la planificación fiscal, o *Tax Planning*, es el análisis de alternativas y ponderación de las más convenientes para obtener, siempre dentro de los límites legales, el ahorro económico por la disminución en las cargas fiscales con el objetivo de volver más rentable un negocio. Es reducir, diferir o eliminar la carga fiscal, a través de la aplicación de estrategias mediante el uso o interpretación de las leyes, procurando el menor riesgo contando con el respaldo documental que demuestre su licitud.

La planificación tributaria, de acuerdo a Rivera (2015) es un proceso formado por una serie de actos dentro de la ley, cuyo objetivo es invertir eficientemente los recursos de un negocio con la menor carga tributaria que sea legalmente admisible, dentro de las opciones que el ordenamiento jurídico contempla.

Dicho autor diferencia la planificación tributaria de la elusión y evasión. Asimismo, según él, la elusión tributaria es toda conducta dolosa del contribuyente que tiene como finalidad evitar el nacimiento de una obligación tributaria, y la evasión tributaria es toda conducta ilícita del contribuyente, dolosa o culposa, cuya consecuencia es la sustracción al pago de una obligación tributaria que ha nacido válidamente en la vida del derecho, mediante su ocultación a la administración tributaria.

Con estos dos autores, se puede sostener que la planificación fiscal es un procedimiento que permite a la empresa ahorrar impuestos en el marco de la legislación vigente, evitando la evasión y elusión impositiva.

### *Pymes en Argentina*

Se considera relevante mencionar que un autor nacional como Manassero (2019) afirma que las Pymes deben trabajar en mejorar su gestión para ayudar a mantener un orden interno, admitiendo que la presión fiscal existe y que permita reducir los costos impositivos que la misma genera y que afecta directamente a su competitividad.

Una PyME es una micro, pequeña o mediana empresa que realiza sus actividades en el país, en alguno de estos sectores: servicios, comercial, industrial, agropecuario, construcción o minero. Puede estar integrada por una o varias personas y su categoría se establecen de acuerdo a la actividad declarada, a los montos de las ventas totales anuales o a la cantidad de empleados (Senteno, 2016).

Las Pymes en Argentina, y en la mayoría de los países del mundo, siguiendo a Aguilar (2019), nacen como una pequeña unidad productiva, generalmente familiar, que a medida que va transcurriendo el tiempo se genera la necesidad de optimizar las estructuras de costos, no necesariamente los de producción sino más bien los de no producción como lo son los impuestos o cargas fiscales que impactan fuertemente en las posibilidades de generar condiciones de competitividad.

### *Herramientas de planificación fiscal*

Ahora bien, siguiendo con las herramientas de una planificación fiscal a utilizar, se pueden mencionar: opción de venta y reemplazo, y adicionalmente régimen de pymes.

El sistema tributario argentino ofrece algunos beneficios fiscales que deberían ser aprovechados llevando a cabo una correcta planificación fiscal. Tomando como referencia a Senteno (2016), se señalan las economías de opción tales como la opción de venta y reemplazo y el criterio devengado exigible.

En el caso de la opción de venta y reemplazo, Manassero (2019) afirma que lo cierto es que puede ocurrir, por cualquier circunstancia, que una maquinaria u otro bien de uso deba venderse. Esta venta va a estar gravada con el impuesto a las Ganancias. En el caso que se ejerza la opción de venta y reemplazo, el impuesto va a ser diferido en el tiempo vía una menor amortización del bien adquirido en reemplazo. Pero no siempre esta posibilidad puede concretarse o en el tiempo máximo exigido por la ley (1 año).

En cuanto al criterio de devengado exigible, el contribuyente puede optar por declarar la ganancia en el ejercicio de su devengamiento o en la proporción que corresponda en función de la exigibilidad de las cuotas de pago convenidas. Comprende las actualizaciones y diferencias de cambio correspondientes a la utilidad diferida (Villasmil, 2015).

#### *Construcción propia del marco teórico*

Después de haber hecho una revisión literaria de los autores/as más importantes y las leyes pertinentes a la temática planteada en el presente reporte de caso, se puede decir que la planificación fiscal es una herramienta crucial para que las pymes en Argentina, tales como la distribuidora Redolfi S.R.L., puedan optimizar sus costos fiscales, evitando la evasión y elusión impositiva que resulta penada por la legislación vigente.

A modo de conclusión se puede decir que muchas veces el tema de la planificación fiscal es dejado de lado por la administración, sin embargo, la carga impositiva tiene un impacto importante en la gestión de una empresa y la planificación fiscal surge como una importante herramienta que puede contribuir a disminuir el mismo.

#### Diagnóstico y Discusión

##### *Declaración del problema*

El problema que tiene la distribuidora Redolfi S.R.L, es la cuantiosa carga fiscal que debe afrontar en un contexto donde la optimización de los costos es crucial para sobrevivir en un mundo sumamente competitivo. La distribuidora es una empresa cordobesa que tiene potencial para captar nuevos clientes a nivel local y nacional. La implementación de una planificación fiscal, por medio de herramientas como la opción de venta y reemplazo, el criterio devengado exigible y la adopción del régimen vigente de PyMEs procuran la optimización de los costos en post de mejorar la posición en cuanto a la fijación de precios más competitivos.

##### *Justificación de la relevancia del problema*

Se justifica resolver el problema, dado que la empresa requiere optimizar su estructura de costos fiscales, que se trasladan a los precios que fija para sus clientes, en el marco de un

mercado sumamente competitivo donde la diferenciación se promueve por medio de precios competitivos en relación a la competencia directa e indirecta. Todo ello, bajo el escenario del traslado del centro de distribución a uno con mayor capacidad de operación que tiene construido en las afueras de la ciudad de James Craik, permitiendo abastecer con mejor eficiencia y eficacia las demandas de sus clientes y pensando en captar nuevos bajo un horizonte de crecimiento organizacional.

*Porque es relevante resolver el problema*

Vale la pena resolver el problema dado que A. J. & J. A. Redolfi S. R. L. es una empresa que, a través del tiempo, ha demostrado su continuo crecimiento en el sector mayorista de alimentos, manteniendo una cartera de clientes significativa debido a su estrategia general de liderazgo en costo bajo una integración hacia adelante.

La reducción de los costos fiscales sobre la actividad económica de Redolfi impartirá efectos positivos sobre la fijación de precios más atractivos para los clientes actuales y potenciales. El empleo de herramientas como la opción de venta y reemplazo, el criterio devengado exigible y la adhesión al régimen de PyMEs resulta una verdadera oportunidad para planificar el cumplimiento de sus obligaciones con el fisco bajo la premisa de ahorro de impuesto, evitando la evasión y/o elusión.

Se espera que la empresa tome conciencia entorno a que la planificación fiscal puede generar importantes beneficios en el marco de una estrategia de liderar en costos y diferenciación que tanto la caracterice en el mercado. Se espera que la planificación sea la panacea para evitar trasladar todo impuesto a los precios de los productos que comercializa, ganando cuota de mercado en el mediano plazo bajo la percepción de una cultura tributaria que la diferencie de su competencia.

## **Plan de implementación**

### *Objetivo general*

Planificar qué pasos y requisitos requiere la empresa A. J. & J. A. Redolfi S.R.L., ubicada en la ciudad de Córdoba, para inscribirse en el régimen de PyMEs y adoptar la opción de venta y reemplazo para generar ahorros impositivos en el año 2021.

### *Objetivos específicos*

- ✓ Analizar los beneficios impositivos que resulten de la inscripción en el régimen de PyMEs vigente.
- ✓ Describir los requisitos para que la distribuidora logre inscribirse al régimen de PyMEs.
- ✓ Describir los pasos necesarios para la inscripción en el al régimen de PyMEs.
- ✓ Cuantificar los ahorros impositivos que deriven de la inscripción en el régimen de PyMEs vigente.
- ✓ Analizar los beneficios impositivos que resulten de la venta y reemplazo de bienes de uso para acondicionar el nuevo centro de distribución de la distribuidora.
- ✓ Cuantificar los ahorros fiscales que deriven de la adopción de la opción de venta y reemplazo propuesta
- ✓ Confeccionar un estado de resultados proforma que muestre el impacto de la planificación fiscal propuesta.

### *Alcance y Limitaciones*

Se aborda un tema en materia impositiva para el diseño de una planificación fiscal para la distribuidora A. J. & J. A. Redolfi S. R. L. El estudio se realizó abarcando el primer semestre del año calendario de 2021, para implementar la propuesta a partir de julio del mismo año. Por tratarse de un reporte de caso para una empresa en particular, el ámbito geográfico se define como la Provincia de Córdoba, Argentina. De acuerdo con los objetivos planteados, será un estudio de tipo mixto y de naturaleza descriptiva.

### *Limitaciones*

Durante la realización del reporte de caso no se presentaron ni dificultades ni limitaciones que pudiesen afectar la realización del caso. La elaboración del trabajo fue factible, en razón que se contó con los recursos necesarios para su efectivo desarrollo. Toda la información empleada para la ejecución del presente reporte de caso estuvo disponible en la plataforma Canvas. En particular, se emplearon los estados financieros de la distribuidora correspondientes a los ejercicios 2020 a 2018. En este reporte de caso se analiza el impacto de los tributos nacionales, tales como el IVA, el impuesto al cheque, y el impuesto a las ganancias. Además de analizar el impacto de las contribuciones patronales. Se deja fuera del análisis a los impuestos provinciales y municipales. Se analiza toda la organización como un todo.

### *Recursos*

Para la implementación de la propuesta planteada, se detallan los recursos que se requieren para llevar adelante la planificación fiscal en la organización.

Tabla 3: Detalle de recursos

Recursos iniciales o de lanzamiento	Carácter	Cantidad	\$
Mobiliario	Necesario	1	\$ 15.500,00
Equipo de informática	Indispensable	1	\$ 55.000,00
Conexión de internet	Indispensable	1	\$ 2.950,00
Leyes tributarias (Ley de ganancias, IVA y Ley de PyMEs)	Necesario	varios	\$ 1.050,00
Asesor tributarista-Honorarios según CPCECba	Indispensable	1	\$ 65.000,00
Sub - Total			\$ 139.500,00
Recursos para el mantenimiento del trabajo	Carácter	Cantidad	\$ por mes
Honorarios del tributarista-Honorarios según CPCECba	Indispensable	1	\$ 25.000,00
Actualizaciones tributarias	Necesario	1	\$ 1.050,00
Informe de planificación tributaria	Indispensable	1	\$ 12.500,00
Conexión de internet	Indispensable	1	\$ 2.950,00
Sub - Total			\$ 41.500,00
Total			\$ 181.000,00

*Elaboración propia*

### *Herramientas de Planificación Tributaria*

#### 1) Régimen MiPyMES

Los principales beneficios que trae aparejada la adhesión al régimen son: prorrateo del IVA, compensación del impuesto al cheque y reducción impositiva para las cargas sociales. En particular, para una empresa comercial como lo es Redolfi S.R.L., hay que tener en cuenta el nivel de facturación anual y la cantidad de empleados en relación de dependencia, para poder encuadrar a la distribuidora en alguna de las siguientes categorías para que forme parte del régimen vigente de PyMEs.

Tabla 4: Categoría para empresas Comerciales

Categoría	Comercio (Ventas)	Personal ocupado
Micro	\$ 57.000.000,00	7
Pequeña	\$ 326.660.000,00	35
Mediana Tramo 1	\$ 2.530.470.000,00	125
Mediana Tramo 2	\$ 3.955.200.000,00	345

*Elaboración propia en base a AFIP (2021)*

Según datos de los Estados Financieros de la distribuidora Redolfi S.R.L., el promedio de ventas de los últimos tres ejercicios fiscales (2020 a 2018) fue de \$ 271.484 y la empresa objeto de estudio no tiene más de 35 empleados, con lo cual se encuadra como pequeña empresa.

#### *Principales incentivos tributarios del régimen*

- ✓ IVA: pago a 90 días y certificado de no retención.
- ✓ Compensación del impuesto al cheque en el pago del Impuesto a las Ganancias: para el caso analizado se puede compensar el 100% del impuesto al cheque. La compensación se puede hacer a través del Formulario F798 en SIAP o en la declaración jurada.
- ✓ Alícuota reducida para contribuciones patronales: aquellos empleadores que cuenten con el certificado MiPyMES tendrán una alícuota reducida para el pago de las contribuciones patronales. Esta será del 18%.

*Requisitos para la inscribirse en el régimen de PyMEs.*

Tener CUIT. Tener clave fiscal nivel 2 o superior. Estar inscripta en el monotributo o en el régimen general (en Ganancias y en IVA). Estar adherida a TAD (Trámites a distancia). Haber realizado la presentación de las declaraciones juradas de IVA y F.931 de los tres últimos ejercicios cerrados.

*Acciones para inscribirse en el régimen (Anexo I).*

Para realizar la solicitud de adhesión al régimen se debe:

- ✓ Ingresar a la página web de la AFIP con CUIT y clave fiscal a la relación PyMEs.
- ✓ Ir a solicitud de categorización y/o beneficios.
- ✓ Seleccionar la opción que dice nuevo donde se abre el formulario 1272 para ser completado.
- ✓ En la pantalla se mostrará la solapa compuesta por datos informativos y por los períodos fiscales cerrados en los que estuviste inscripto en el impuesto al valor agregado de los últimos 3 períodos fiscales cerrados.
- ✓ El sistema consultará si se desea solicitar la opción para cancelar el IVA por trimestre, para ello se deberá seleccionar la opción sí. En caso de que únicamente se quiera categorizar se debe seleccionar la opción no.
- ✓ Posteriormente, en las solapas de los períodos fiscales se encuentra la suma de las ventas totales (excluyendo IVA, impuestos internos y el 50% del monto de las exportaciones), allí se debe detallar a qué actividades se corresponden dichas ventas.
- ✓ Informar la suma total de las ventas anuales por cada actividad que se informe coincidiendo con el total de ventas anuales que mostrará el sistema.
- ✓ Luego de haber informado las ventas correspondientes, se habilita la opción presentar declaración jurada.
- ✓ El sistema emite un certificado de MiPyME, el cual tendrá una vigencia hasta el último día del cuarto mes posterior al de cierre de ejercicio y la renovación se podrá realizar durante ese mes.

Tabla 5: Ahorros impositivos

Tributos	Antes de la Propuesta (Ejercicio 2020)	Después de la propuesta	Ahorro/Diferimiento (8)	% de ahorro/diferimiento (9)
IVA	\$ 29.658.168 (1)	\$ 22.243.625 (2)	\$ 7.414.543 (3)	25%
Imp. A las Ganancias	\$ 3.336.057 (4)	\$ 245.719 (5)	\$ 3.090.338	93%
Contribuciones Patronales	\$ 11.845.059 (6)	\$ 5.796.039 (7)	\$ 6.049.020	51%
Totales	\$ 44.839.284	\$ 28.285.383	<b>\$ 16.553.901</b>	37%

(1) y (2) Posición frente al IVA año 2020 (Ventas gravadas - Compras gravadas)\*21% = \$141.229.399 x 21% = \$29.658.173,79. En promedio por mes = \$29.658.173,79 / 12 = \$2.471.514,48

(3) \$2.471.514 \* 3 meses de prorrateo = \$7.414.543. Ahorro fiscal resultante del prorrateo de los últimos tres meses del año 2020.

(4) Según estados financieros de la empresa año 2020,

(5) \$3.336.057 menos la compensación del 100% del impuesto al cheque (\$3.090.338) = \$245.719 (Ver tabla 6)

(6) Según estados financieros de la empresa año 2020.

(7) Sueldo y jornales x 18% = \$32.200.217 x 18% = \$5.796.039

(8) Diferencia entre valor antes de la propuesta y después de la propuesta.

(9) Ahorro fiscal / Valor antes de propuesta (ejercicio 2020).

*Elaboración propia.*

Tabla 6: Impuesto al cheque.

Saldo inicial cuentas por cobrar	\$ 45.888.641,48
Ventas anuales	\$ 318.857.647,78
Saldo final cuentas por cobrar	-\$ 53.142.941,30
Total cobrado 2020	\$ 311.603.347,96
*80 % de las ventas	\$ 249.282.678,37
a) Saldo inicial cuenta corriente bancos	\$ 9.954.707,30 * 0,6%
Impuesto al debito	\$ 59.728,24
b) Saldo final cuenta corriente bancos	\$ 2.178.770,08 *0,6%
Impuesto al crédito	\$ 13.072,62
c) 80% del total cobrado 2018	\$ 249.282.678,37
Saldo final cuenta corriente bancos	-\$ 2.178.770,08
	\$ 251.461.448,45 * 1,2%
Impuesto al débito y crédito	\$ 3.017.537,38
Total Impuesto (a+b+c)	\$ 3.090.338,25

*Elaboración propia.*

2) *Venta y Reemplazo*

Dado que Redolfi S.R.L. planea trasladar su centro de distribución a uno con mayor capacidad operativa de su propiedad que ya ha construido, se considera conveniente tener presente la opción de venta y reemplazo que admite la ley de impuesto a las ganancias vigente. Podrá afectar la ganancia del bien reemplazado al costo del bien de reemplazo, en la medida que las operaciones de compra-venta se produzcan en un plazo menor a un año. Esto último es factible para la empresa Redolfi S.R.L.

Es importante mencionar que Redolfi, al emplear la opción de reemplazo de bienes, deberá comunicarla a la AFIP, ingresando con clave fiscal al servicio "Transferencia de Inmuebles" disponible en el sitio web del organismo. Para proceder a la información se emplea una multinota, formulario F206.

Tabla 7: Ahorro impositivo

Tributo	Antes de la propuesta (ejercicio 2020)	Después de la propuesta	Ahorro fiscal (3)
Impuesto a las Ganancias	\$300.513 (1)	\$0 (2)	\$ 300.513
Total	\$ 300.513	\$ 0	<b>\$ 300.513</b>

(1) Los bienes de uso considerados son lo equipamientos que planea renovar. Suponiendo que el valor de venta de mercado es de \$8.000.000. Rtdo de venta del bien de uso x 30% = \$1.001.712 x30% = \$300.513.

(2) Rtdo venta = \$8.000.000 - \$6.998.288 (valor residual según EECC 2020 = \$1.001.712. El costo de los nuevos bienes (de mercado) es de \$12.000.000 - \$1.001.712 = \$10.998.288 (costo impositivo del nuevo bien). Suponiendo un vida útil de 10 años, entonces la depreciación impositiva será \$1.099.828 por año.

(3) Surge del impuesto diferido por haber afectado el resultado de la venta del bien al costo impositivo del nuevo bien. Es decir el ahorro fiscal será la diferencia entre (1) - (2).

*Elaboración propia*

### Diagrama de Gantt.

En el siguiente diagrama de Gantt se exponen las acciones concretas para que el Redolfi S.R.L. pueda implementar la propuesta de planificación impositiva que se ha diseñado en el presente reporte de caso. El plazo total es de 10 días corridos.

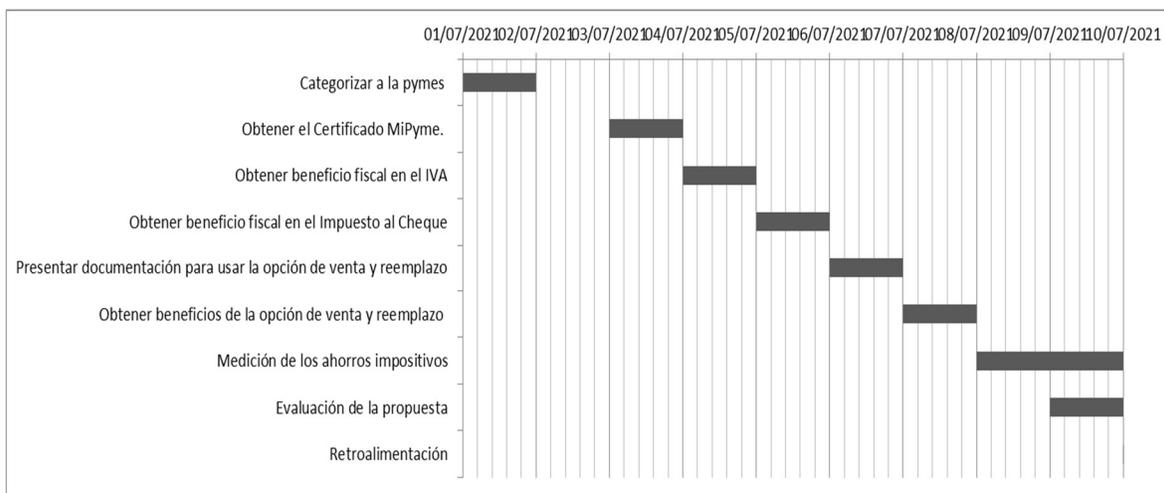


Figura 2: Diagrama de Gantt

*Elaboración propia*

### Evaluación de la propuesta.

A continuación, se presenta la siguiente tabla con la cuantificación de los ahorros fiscales que se obtendría con la planificación fiscal propuesta.

Tabla 8: Medición de la propuesta

Herramienta	Tributos	Antes de la propuesta (1)	Después de la propuesta (2)	Ahorro fiscal (1-2)	Diferimiento IVA
Reg. Pyme	IVA	\$ 29.658.138	\$ 22.243.625		\$ 7.414.513
	Imp. al cheque	\$ 3.090.338	\$ 3.090.338		
	Imp. a las Ganancias	\$ 3.390.851	\$ 245.719	\$ 3.090.338	
	Contribuciones patronales	\$ 11.845.059	\$ 5.796.039	\$ 6.049.019	
Venta y reemplazo	Imp. a las Ganancias	\$ 300.513		\$ 300.513	
Totales		\$ 48.284.899	\$ 31.375.721	\$ 9.439.870	\$ 7.414.513
				<b>Total propuesta</b>	<b>\$ 16.854.838</b>

*Elaboración propia*

Como se puede observar, con la planificación fiscal propuesta se generaría un ahorro de \$9.439.870 para el ejercicio 2021, y un diferimiento de IVA a 90 días, (\$7.414.513) lo cual genera una mejora en el financiamiento, ya que es más probable que para esa fecha la empresa ya haya percibido el pago del débito fiscal de las facturas que adeudan sus clientes. Lo que representa un 54,59% del total de cargas fiscales para el ejercicio 2020 (\$16.854.383 /\$ 30.871.273,96).

A su vez, en la Figura 3 se presenta un estado de resultados proforma bajo el supuesto de un incremento en las ventas del 15% anual para el ejercicio 2021.

Estado de Resultados	2020	2021
<b>Ventas Netas</b>		
Ventas Rubro Almacen	\$ 188.635.386	\$ 216.930.694
Ventas Rubro Cigarrillos y golosinas	\$ 130.222.262	\$ 149.755.601
<b>Total Ventas del Ejercicio</b>	<b>\$ 318.857.648</b>	<b>\$ 366.686.295</b>
<b>Costos</b>		
Costos de Venta	-\$ 147.429.627	-\$ 169.544.072
Otros costos de venta	-\$ 102.468.794	-\$ 117.839.113
<b>Total Costos de Ventas</b>	<b>-\$ 249.898.421</b>	<b>-\$ 287.383.185</b>
<b>Resultado Bruto</b>	<b>\$ 68.959.226</b>	<b>\$ 79.303.110</b>
<b>Gastos</b>		
Administración	-\$ 7.669.955	-\$ 8.820.449
Comercialización	-\$ 11.375.121	-\$ 13.081.390
<b>Resultado Actividad Principal</b>	<b>\$ 49.914.149</b>	<b>\$ 57.401.272</b>
<b>Resultado Financiero</b>	<b>-\$ 39.496.697</b>	<b>-\$ 39.496.697</b>
<b>Resultado NETO</b>	<b>\$ 10.417.452</b>	<b>\$ 17.904.574</b>
Otros Ingresos y Egresos	-\$ 885.858	\$ -
<b>Resultado antes de Imp. a las Ganancias</b>	<b>\$ 9.531.594</b>	<b>\$ 17.904.574</b>
Impuesto a las Ganancias	-\$ 3.336.058	-\$ 5.371.372
Ahorro impositivo		<b>\$ 16.854.383</b>
<b>Resultado Final</b>	<b>\$ 6.195.536</b>	<b>\$ 29.387.585</b>

Figura 3: Estados de Resultados. *Elaboración propia*

## Conclusiones y Recomendaciones

La empresa A. J. & J. A. Redolfi planea un crecimiento en los siguientes años, captando nuevos mercados no solo nacionales sino también internacionales, por medio de la puesta en marcha del nuevo centro de distribución que ya tiene construido en las afueras de la localidad de James Craik. La estrategia aplicable es la de liderazgo en costos, lo que le permitirá fijar precios más competitivos en relación a la competencia creciente que tiene la empresa. En particular, los costos fiscales poseen una incidencia preponderante en las estructuras de precios de los productos que distribuye la distribuidora. Por esa razón, es que se propuso la adhesión de la empresa al régimen de PyMEs vigente, gozando de una diversidad de beneficios fiscales dignos de ser aprovechados para reducir la carga fiscal que impacta sobre sus operaciones habituales. Adicionalmente, el empleo de opción de venta y reemplazo, previsto en la ley de impuesto a las ganancias, permite generar un ahorro fiscal dado que planea la renovación de ciertos bienes de uso para acondicionar el nuevo centro de distribución.

La contribución de este trabajo es optimizar los costos fiscales en el marco del cumplimiento de una estrategia de liderar en costos para fijar precios sumamente competitivos que le permitan a la empresa conservar su cartera de clientes y atraer nuevos en el mediano y largo plazo. Los ahorros que se generarían con la presente planificación fiscal denotan un incremento en el resultado proyectado de la empresa digno de ser aprovechado como una verdadera oportunidad.

Como fortaleza del presente trabajo, se puede mencionar que la planificación tributaria promueve la conciencia empresarial por ahorrar en costos fiscales, más allá de los de distribución y comercialización típicamente optimizados en la distribuidora. Con este reporte de caso, se busca, entre otras cosas, diseñar estrategias tendientes a que la Redolfi S.R.L pueda eficientizar sus estructuras de costos impositivos dentro del marco de legislación vigente. Por otro lado, los altos costos de mantenimiento de una planificación tributaria y las escasas economías de opción a los que una PyME puede acceder para diferir impuestos se configuran como una verdadera debilidad. Aun así, se concluye que toda planificación tributaria tiene beneficios positivos para una empresa que busca ahorrar costos para fijar

precios más competitivos en relación a una competencia creciente y agresiva como lo denota el sector analizado.

Se recomienda que la empresa genere conductas idóneas para evitar la evasión y la elusión como maniobras anheladas por los sujetos pasivos para ahorrar impuestos, desconociendo los futuros perjuicios que podría generar para la imagen empresarial. Además, se recomiendan que la planificación sea acompañada de una serie de capacitaciones entorno a los desafíos que las organizaciones deben atender para evitar conductas en fraude a la ley. Los miembros se debieran sentir comprometidos con el cumplimiento de las obligaciones fiscales que emerjan para la organización.

Como nueva discusión no desarrollada en el presente reporte de caso, se puede plantear el estudio de otras herramientas de planificación fiscal como: el *leasing* financiero, el criterio devengado exigible, los beneficios fiscales que imparte una administración del inventario estratégica, etc.

## Bibliografía

- Aguilar, A. (2019). Motor Económico. Recuperado el 03-05-2021, de Motor Económico:  
<http://motoreconomico.com.ar/Cultura/la-importancia-de-las-pymes-en-el-crecimiento-colectivo-de-una-sociedad>
- Beltrán Cortes, M. L. & Hernández Murcia, O. P (2012). Alternativas para el control contable y tributario en la compañía Comercializadora de Alimentos S.A.S. Universidad Piloto de Colombia. Recuperado el 29-04-2021 de  
<http://polux.unipiloto.edu.co:8080/00000571.pdf>
- Boy Prado, M. Y. (2018). El planeamiento tributario y su incidencia en la rentabilidad de la empresa Casa Grande S.A. Recuperado el 29-04-2021 de  
<https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/45710>.
- CADAM (2021). Principales aprendizajes y tendencias de los mayoristas en un año en pandemia y primeros datos de 2021. Cámara Argentina de Distribuidores y Autoservicios Mayoristas. Recuperado el 29-04-2021 de  
<http://cadam.com.ar/mercados/>
- CAME (2020). Argentina: CAME brinda herramientas para impulsar las ventas digitales. Recuperado el 20-04-2021 de <https://www.america-retail.com/argentina/argentina-came-brinda-herramientas-para-impulsar-las-ventas-digitales/>
- CPCEBA (2021). Informe Económico de Coyuntura. Recuperado el 29-04-2021 de  
<http://iec.consejo.org.ar/>
- INDEC (2021). Índice de precios al consumidor (IPC). Recuperado el 29-04-2021 de  
[https://www.indec.gob.ar/uploads/informesdeprensa/ipc\\_04\\_21CDDCA5F8DD.pdf](https://www.indec.gob.ar/uploads/informesdeprensa/ipc_04_21CDDCA5F8DD.pdf)
- Ley 27.545 (2021). Ley de Góndolas. Recuperado el 29-04-2021 de  
<http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/335000-339999/335538/norma.htm>
- Manassero, C. (2019). Impuesto a las Ganancias. Facultad de Ciencias Económicas de la Provincia de Córdoba. UNC.

- Resolución General AFIP N° 4838 (2020). Régimen de información de planificaciones fiscales tributarias. Recuperado el 29-04-2021 de [http://biblioteca.afip.gob.ar/dcp/REAG01004838\\_2020\\_10\\_19](http://biblioteca.afip.gob.ar/dcp/REAG01004838_2020_10_19)
- Rivera, R. (2015). La Planificación Tributaria Internacional. En: Revista Retos, Año 2, Núm. 3, pp. 53-67. Quito: Editorial Abya Yala. Recuperado el 03-05-2021 de <https://reunir.unir.net/handle/123456789/5966>
- Senteno, K. &. (2016). Estrategias de planificación Tributaria. Santiago de Chile. Chile. Recuperado el 03-05-2021 de <https://tinyurl.com/yb2zpmq>
- Villasmil, M. (2015). La planificación tributaria. Herramienta legítima del contribuyente en la gestión empresarial. Argentina, Buenos Aires. Recuperado el 03-05-2021 de <https://tinyurl.com/yxc5gfwx>
- Yáñez Soria, N.S. (2018). Planificación tributaria para empresas de lácteos. Caso Distribuidora Tanilact. Ecuador: Ambato. Recuperado el 29-04-2021 de <https://repositorio.pucesa.edu.ec/bitstream/123456789/2566/1/76825.pdf>