

Universidad Siglo 21



Carrera de Contador Público

Trabajo Final de Grado

Reporte de Caso

Informe de planificación tributaria

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

Autor: Diego Alejandro Perez

DNI: 33.175.309

Legajo: VCPB12956

Director de TFG: Nicolás Salvia

2020

Índice

Introducción.....	1
Análisis de situación.....	4
Descripción de la situación.....	4
Análisis de contexto	5
Análisis de las cinco fuerzas de Porter	8
Diagnóstico organizacional	10
Marco Teórico	12
Diagnóstico y Discusión.....	15
Plan de Implementación	17
Alcance y Limitaciones	17
Recursos	17
Herramientas de Planificación Tributaria.....	18
Diagrama de Gantt.....	22
Evaluación de la propuesta.....	22
Conclusiones y Recomendaciones	24
Bibliografía.....	27
Anexo I.....	29
Anexo II.....	30
Anexo III	31

Resumen

La planificación fiscal es una herramienta necesaria, mediante un proceso constituido por actos lícitos del contribuyente que tiene como finalidad invertir eficientemente los recursos destinados por éste al negocio de que se trata y con la menor carga impositiva dentro de los parámetros legales. La planificación tributaria constituye un mecanismo a través del cual se buscó reducir la carga impositiva sobre un contribuyente de manera tal de generar ahorro fiscal dentro de las opciones que contempla las leyes impositivas. Con este reporte se buscó analizar las implicancias, en términos tributarios, que tendría la incorporación de A.J.& J.A Redolfi al llamado régimen de pymes en Argentina y la adopción de herramientas de economía de opción como venta y reemplazo en razón de su política de expansión planeada. Es por ello, que se puede decir que dichas herramientas estuvieron motivadas por razones de expansión empresarial de la empresa objeto del presente reporte, generando importantes ahorros fiscales que permitieron mejorar el nivel de competitividad de la empresa.

Palabras Claves: Planificación Fiscal Impositiva Competitividad Ahorro.

Abstract

Tax planning is a necessary tool, through a process consisting of lawful acts of the taxpayer that aims to invest efficiently the resources allocated by the taxpayer to the business in question and with the lowest tax burden within the legal parameters. Tax planning is a mechanism through which it sought to reduce the tax burden on a taxpayer in such a way as to generate tax savings within the options provided for by tax laws. This report sought to analyze the implications, in tax terms, that the incorporation of A.J.& J.A Redolfi into the so-called SME regime in Argentina and the adoption of economic options of choice as a sale and replacement because of its SME policy planned expansion.

That is why it can be said that these tools were motivated by reasons of business expansion of the company that is the subject of this report, generating significant tax savings that allowed improving the level of competitiveness of the company.

Key Words: Fiscal Planning Tax Competitiveness Saving.

Introducción

La idea de esta planificación fiscal, al igual Capdevilla (2016), es ahorrar costos dentro del marco de una ley o un régimen, empleando la herramienta de economía de opción de la venta y reemplazo, y además, la adhesión al régimen vigente de Pymes en Argentina.

La empresa es A. J. & J. A. Redolfi, de la localidad de James Craik, de la Provincia de Córdoba, Argentina. Lleva 50 años en el sector mayorista de productos alimenticios y posee una cadena de salones de ventas mayoristas y preventistas de productos alimenticios, refrigerados, bebidas, cigarrillos, artículos de limpieza y perfumería, entre otros.

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 productos alimenticios. Todos los años conquista nuevos clientes y mercados en el interior de Córdoba y del país.

Actualmente cuenta con aproximadamente 3.500 clientes, de manera que cubre casi la totalidad de la provincia de Córdoba, incluso traspasa las fronteras provinciales llegando hasta el sur de Santa Fe, La Pampa y San Luis

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, cuatro autoservicios mayoristas ubicados en la ciudad de Villa María, San Francisco, Río Tercero y Río cuarto; y distribuidoras en James Craik, Río Tercero, San Francisco, Córdoba Capital y Río Cuarto.

Continuando con el plan de expansión la empresa está evaluando la posibilidad de trasladar su centro de distribución ubicado en prácticamente en el centro de James Craik hacia las afueras de la localidad a un terreno que posee la empresa; con el objetivo de optimizar el almacenamiento, transporte, manipulación y procesamientos de pedidos, creando beneficios de tiempo y lugar. Logrando de esta manera un medio efectivo para disminuir los costos y aumentar la satisfacción del consumidor marcando una diferencia competitiva.

J. & J. A. Redolfi tiene como objetivo expandirse en el mercado local durante los siguientes años. La elevada presión tributaria que la invade hace que su estructura de costos sea poco competitiva. La cantidad de impuestos, nacionales, provinciales y municipales que impactan en la operatoria de la empresa objeto de estudio genera una pérdida de competitividad real con respecto a sus competidores directos. Es evidente, que ante esta problemática, la organización requiere urgente una planificación tributaria para optimizar su estructura de costos, en particular los tributarios. Además, la empresa al estar fuertemente endeudada por la inversión realizada en la construcción del nuevo centro de distribución, con miras a una expansión organizacional, tiene poca maniobrabilidad para captar más financiamiento y que el mismo sea sostenible en el tiempo. El problema, entonces, radica en reducir de inmediato la presión fiscal que impacta en el curso habitual de sus operaciones.

Según la tesis de Calderón Mite, Lisette Geomara y Muñoz Ponce, Johanna Cristina (2016), se analizó la importancia del diseño de planificación tributaria para que las pymes argentinas, sean eficientes en el cumplimiento de las obligaciones fiscales por medio de la adopción de un régimen especial que las beneficiase. Este trabajo sirvió como base para aplicar un cronograma lógico en las pautas para detectar incentivos fiscales de los regímenes impositivos, como es el de pymes, con el propósito de aplicarlo a la empresa objeto de estudio, Redolfi SRL.

Asimismo, el trabajo de Cortes (2015) tuvo como objetivo evaluar y realizar una planificación tributaria para la empresa denominada Comercializadora de Productos SAS, identificando el estado actual de la compañía, y sus posibles cambios al realizar una adecuada planificación tributaria de acuerdo a las normas establecidas en la legislación de pymes. Este trabajo se relacionó con el que estamos presentando en la medida de identificar los beneficios fiscales a los que puede acceder una pyme del mismo sector adhiriéndose a un régimen especial que le permita generar importantes ahorros impositivos dignos de emplear para Redolfi SRL.

Finalmente, el trabajo de Capdevila (2016) tuvo como objetivo analizar el planeamiento tributario como instrumento de gestión empresarial y su contribución en la reducción de costos de una empresa del ramo comercial. Este trabajo se vinculó con el que

estamos presentando en esta oportunidad a los efectos de perseguir una reducción de costos en un contexto de alta presión fiscal sobre el sector comercial en el que esta inmiscuida la empresa objeto de estudio.

Resulta conveniente presentar este informe de planificación tributaria para la empresa J. & J. A. Redolfi SRL a los efectos de diseñar una política interna que la identifique como eficiente en la gestión tributaria, teniendo en cuenta que se trata de una empresa que busca optimizar sus costos firmemente. Este informe contemplará los beneficios impositivos que la empresa bajo estudio tendrá de inscribirse bajo el régimen de Pymes en busca de crecimiento corporativo capaz de asimilar nuevos mercados, no solo locales, sino también de países limítrofes. Además, del empleo de herramientas de planificación fiscal como la opción de venta y reemplazo, la cual se considera una verdadera economía de opción.

El objetivo general del presente reporte de caso es:

Plantear acciones concretas para que A. J. & J. A. Redolfi S. R. L, ubicada en la ciudad de Córdoba, pueda generar ahorros tributarios por medio de la adopción de herramientas fiscales.

Para alcanzar dicho objetivo generar, se plantean los siguientes objetivos específicos:

- Analizar beneficios tributarios que deriven de la adhesión de A.J.& J.A Redolfi S.R.L en el régimen de Pymes para el año 2020 .
- Describir los requisitos para que A. J. & J. A. Redolfi S. R. L pueda inscribirse al régimen de pymes en Argentina para el año 2020.
- Describir los pasos para que A. J. & J. A. Redolfi S. R. L pueda inscribirse al régimen de pymes en Argentina para el año 2020.
- Analizar los beneficios impositivos que resulten de la utilización de la opción de venta y reemplazo de bienes de uso, para A.J.& J.A Redolfi S.R.L, en el marco de la expansión organizacional.
- Evaluar la reducción tributaria que generan la adopción de las herramientas tributarias mencionadas.

Análisis de situación

Descripción de la situación.

La empresa A.J. & J.A. Redolfi S.R.L. fue fundada Alonso Jacobo y Miguel Ángel Redolfi en el año 1959, en la localidad de James Craik, provincia de Córdoba. Actualmente se dedica a la distribución de cigarrillos, productos alimenticios, congelados, artículos de limpieza, entre otros. Se trata de una distribuidora de bienes de consumo masivo que tiene objetivos concretos de expandir sus canales de distribución hacia provincias limítrofes y otros países también.

Por ello, la misión de la empresa radica 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.

Ahora bien, en cuanto a misión organización, Redolfi S.R.L desea 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.

Tanto con la Visión como la Misión se puede inferir que la empresa bajo estudio tiene objetivos muy claros en cuanto a lograr la expansión hacia nuevos mercados, buscando nuevos clientes, proveedores e incluso solvencia y rentabilidad. Esa expansión organización, plasmada por medio de la misión y visión, está en consonancia con su estrategia general de liderar en costos para poder ofrecer precios más atractivos que la competencia. En el proceso de liderazgo en costos, es imprescindible, no optimizar la estructura de costos de producción, sino también los de no producción, tales como los impuestos que inciden sobre sus operaciones.

La expansión, antes mencionada, resulta posible dado que la industria es atractiva por aspectos tales como el crecimiento importante que ha tenido el canal tradicional en proporción los hipermercados y supermercados principalmente, debido al cambio en el hábito de consumo de la población. Otro aspecto que hace que la industria sea atractiva es la posición competitiva que posee la empresa a través de las representaciones de marcas y productos exclusivos brindando una fuerte barrera de entrada para la competencia y un alto poder de negociación con los compradores o clientes.

La Gráfico N° 1 muestra cómo está formada la empresa en cuanto sus puestos de trabajo.

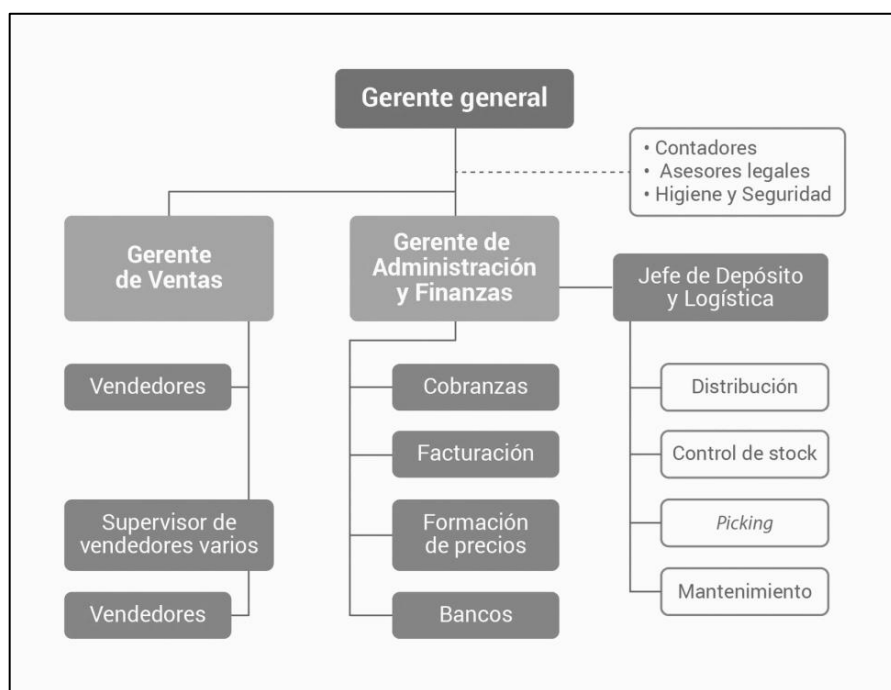


Gráfico N° 1: Organigrama de Redolfi S.R.L

Fuente: Elaboración propia en base a información brindada por Redolfi S.R.L

Análisis de contexto

El análisis se llevó a cabo siguiendo la estructura del análisis PESTEL de Aguilar (1967), en el cual se identifican los factores del entorno general que afectan positiva o

negativamente a la empresa. Los factores son: Político, Económico. Social, Tecnológico, Ecológico y Legal.

En lo político, se puede decir, según la CAME (2020), que las acciones del actual gobierno, populista, impactan de forma negativa en empresas como A. J. & J. A. Redolfi S.R.L, tanto por las trabas a las exportaciones como es restricciones a las importaciones. La ideología del nuevo gobierno, en concordancia con Deborah (2020), hace pensar que prima los beneficios sobre el sector público más que por sobre el sector privado, que resultan ser verdaderos generadores de puestos de empleo genuinos en la economía argentina.

En lo económico, siguiendo al BCRA (2019) la Argentina tiene una larga historia de inestabilidad. Desde el año 2018, el país fue golpeado por un cambio de ánimo de los inversionistas extranjeros con respecto a los mercados emergentes, lo que generó una larga y masiva liquidación del peso, activando presiones inflacionistas, ante lo cual el Banco Central subió con fuerza las tasas de interés. La inflación es una preocupación de peso en Argentina; Argentina está atravesando una Inflación mensual, según BCRA (2020) para el mes de febrero de 2%, Inflación Interanual 50,3%.

Empresas comerciales tales como A. J. & J. A. Redolfi S.R.L han sido muy afectadas por la inflación, junto a la elevada presión fiscal, aumentando considerablemente los costos operativos de las mismas. Las empresas, ante esta situación, toman medidas como reducir el horario laboral, cerrando la producción determinados días, recortando turnos o dando vacaciones adelantadas, en anticipación de una mayor demanda de sus clientes una vez que la economía se recupere.

Los ítems antes mencionados, como las altas tasas de interés, inflación y el desempleo, impacta según la CAME (2020), específicamente en su estructura de costos, algo relevante para mantener la competitividad de las empresas.

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

En cuanto a lo tecnológico, se puede decir que las distribuidoras argentinas, según la CAME (2020), actualmente carecen de desarrollo a lo referido en este enfoque, ya que podría mejorar su logística y distribución implementando nuevas formas de control de stock y trazabilidad de mercaderías mediante diferentes sistemas de gestión, uno de ellos podría ser el Presea ERP (*Enterprise Resource Planning*) este sistema mantiene un control más ágil al proporcionar un seguimiento de todas los procedimientos relacionados con el movimiento de mercadería dentro y fuera del depósito (recepciones, preparaciones, despachos, transferencia de productos entre locales/depósitos, distribución, etc.). Desde su aparición facilito la gestión de los aspectos relacionados con el manejo de mercancías (stock, listado de precios, costos, rentabilidad por producto, etc.). Actualmente Presea posee el ERP más completo de toda la Argentina, ofrece distintas alternativas para el control de stock, ya que cada empresa cuenta con una visión diferente acerca de que manejo desea obtener sobre la mercadería.

Otra observación en este enfoque es que 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 e, incluso, explotirlas para ganar en ventas.

Adicionalmente, a lo que refiere este enfoque, si bien hay acceso a la tecnología de punta, la falta de financiamiento por parte del estado hace que esto resulte costoso para las empresas por el contexto político-económico.

En cuanto al aspecto ecológico, la mayoría de las Pymes en Argentina, de acuerdo a la CAME (2020), no poseen una política ambiental definida, tanto en preservar el uso del agua como promover el uso de artículos reciclados.

En cuanto a lo legal, un aspecto a considerar podría ser la llamada ley de góndolas, Ley 27.545, la cual tiene como objetivo promover la competencia en el sector de bienes de consumo (alimentos) masivo, evitando que el poder de fijación de precios se concentre en los híper y supermercados. Dos aspectos importantes a tener en cuenta, con respecto a dicha ley, son que en góndolas y locaciones virtuales debe haber un treinta por ciento de tope de espacio disponible por marca y además, se establece que los supermercados deben ofrecer

un mínimo de cinco proveedores de un mismo producto por góndola. Esta situación, debe ser tenida en cuenta por empresas como distribuidoras de productos alimentarios de consumo masivo.

Es sumamente importante tener conocimiento de toda la legislación vigente a nivel nacional, provincial y municipal, para lograr esto, lo correcto sería contar con asesoramiento legal constante. Tenemos el claro ejemplo de 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. Fue por este motivo que los socios decidieron realizar la inversión en un nuevo predio de depósito, brindando la posibilidad de crecimiento. O las leyes nacionales o provinciales que permiten reducir la carga impositiva acogiéndose a determinados regímenes o el cumplimiento de ciertas obligaciones dispuestas en ellas, como la ley N° 24.467 de “Pequeña y Mediana Empresa” que otorga diversos beneficios a las empresa que cumplan con determinados requisitos y sean categorizadas como tales.

Análisis de las cinco fuerzas de Porter

En este modelo el autor, Porter (1980), sostiene que existen cinco fuerzas que determinan las consecuencias de rentabilidad a largo plazo de un mercado o de algún segmento de éste. La empresa debe evaluar sus objetivos y recursos frente a éstas cinco fuerzas que rigen la competencia industrial. Este análisis permitió llegar a las siguientes conclusiones:

Amenaza de entrada de nuevos competidores

El mercado de consumo masivo de los productos que comercializan las distribuidoras se identifica por tener un elevado nivel de facturación, en cambio la cantidad de organizaciones involucradas y barreras de entrada son bajas. Las distribuidoras que deseen ingresar al mercado tendrán que ejecutar grandes inversiones en infraestructura y equipamiento, para almacenar los productos. Además, de inversiones en logística para distribuirlos que constituyen la denominada logística externa.

En el sector de consumo masivo lograr economías de escalas es vital para poder ofrecer un nivel de precios competitivo frente a los demás proveedores. Esto se debe a que los clientes son extremadamente sensibles a los precios de cada proveedor y a la gran cantidad de empresas que comercializan productos similares.

Rivalidad entre los competidores

Los competidores se clasifican en dos grandes grupos: a) Mayoristas con salones comerciales. b) Empresas con preventistas y entrega a domicilio.

Los mayoristas con salones comerciales por cada zona son los siguientes:

- ✓ En Río Tercero: Luconi Hnos.
- ✓ En Río Cuarto: Grasano, Monje y Top (Súper Imperio), Baralle y Nueva Era.
- ✓ En San Francisco: Dutto Hnos.
- ✓ En Córdoba: Maxiconsumo, Yaguar, Roberto Basualdo S. R. L., Tarquino, Macro y Diarco.

En cuanto a las empresas con preventistas y entrega a domicilio, se puede mencionar que los principales competidores en la zona son Rosental y Micropack. Estas son dos grandes empresas mayoristas situadas en la ciudad de Rosario, Provincia de Santa Fe. El mercado de consumo se caracteriza por ser competitivo debido al posicionamiento de los competidores, y los costos fijos altos. Ello, lleva a realizar políticas de marketing agresivas para ganar mercado.

Poder de negociación de los proveedores

El poder de negociación de los proveedores es alto. Estos fijan las condiciones de compra tales como el precio, plazo, modalidad de pago, etc. Y establecen la fecha de recepción de las mercaderías. Por ello, los restantes proveedores prácticamente no tienen incidencia en la estructura de costos ni en la planificación estratégica de este tipo de negocios.

Poder de negociación de los compradores:

El poder de negociación de los clientes es relativamente elevado. Los compradores/clientes en la industria son generalmente supermercados, farmacias, quioscos, bares y confiterías, restaurantes, librerías, maxi quioscos, bares-restaurantes, comedores y perfumerías. Los clientes están muy bien organizados, el producto tiene varios sustitutos,

carece de diferenciación o es de bajo costo para el cliente. Cuanto mayor sea la organización de los compradores mayores serán sus exigencias en materia de precios, de mayor calidad y servicios, y por consiguiente la empresa tendrá una disminución en los márgenes de utilidad. La situación se hace más crítica si a las organizaciones de compradores les conviene estratégicamente integrarse hacia atrás.

Amenaza de ingreso de productos sustitutos:

En el caso analizado, se puede decir que existe una diversidad de competidores que intentan introducir bienes sustitutos en la industria de bienes de consumo de alimentación donde distribuye A.J. & J.A. Redolfi S.R.L, como lo son hipermercados con importantes ofertas que atraen a nuevos clientes y mercados. Aun así, la industria se caracteriza por ser sumamente competitiva, promoviendo que las empresas que la conforman adopten estrategias de liderazgo en costos y diferenciación con los clientes para poder retenerlos.

Diagnóstico organizacional

En el siguiente apartado se realiza el análisis FODA. Dicho instrumento, siguiendo a Porter (1980), es una herramienta de análisis interno de una organización, que examina aspectos internos y externos.

Tabla N°1

Análisis FODA

Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Muy buena relación con proveedores y excelente compromiso con sus clientes. ✓ Cobertura en toda la provincia de Córdoba. ✓ Representación de marcas Premium en diferentes partes del país. ✓ Muy buena capacitación del personal, generando un excelente clima de trabajo. ✓ La gerencia se caracteriza por estar comprometida y confiada. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Mercado potenciales no solo a nivel nacional sino también a nivel internacional (países limítrofes). ✓ Aumento del consumo de bienes <i>Premium</i>. ✓ Campañas publicitarias para mejorar su imagen corporativa. ✓ Apoyo de parte de los proveedores. Alianzas con los proveedores. ✓ Se podría expandir a otras provincias conquistando nuevos clientes y mercados en el interior de Córdoba y del país. ✓ Se podrían lograr mejores acuerdos con los proveedores.

Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Limitación de espacio en el depósito central para el almacenado de la mercadería. ✓ Política de crédito ofrecida a sus clientes ✓ Obsoleta Infraestructura de almacenado y falta de espacio de almacén mercadería de la forma más eficiente posible. ✓ Presupuesto acotado. ✓ Poca experiencia en mercados interprovinciales. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Complicada situación macroeconómica del país: inflación y recesión. ✓ Presión tributaria elevada para el sector de distribuidoras. ✓ Cambios de preferencias por el consumo. ✓ La existencia de pequeños re-vendedores. ✓ Vulnerabilidad ante grandes competidores. ✓ Estacionalidad de las ventas.

Elaboración propia.

Como se puede observar, las fortalezas de la empresa J. & J. A. Redolfi deben ser capitalizadas a los fines de profundizar la diferenciación con respecto a su competencia, en especial la excelente relación que tiene con los proveedores y clientes que se visualiza como un punto suficientemente positivo para potencializar en el futuro inmediato y poder ganar nuevos mercados. A ello, se le suma el entrenamiento del personal muy eficiente gracias a los programas de capacitación implementados en los últimos años capaces de afrontar cambios sin resistencia alguna lo que reduce las probabilidades de conflictos internos. Con estas fortalezas detectadas es posible aprovechar las oportunidades de mercado que se presenten a los efectos de propulsar un crecimiento de carácter sostenible y no esporádico.

Por otra parte, una de las debilidades de J. & J. A. Redolfi es la limitación de almacenado, que en situación actual, truncarían las posibilidades de expansión que se planean a nivel organizacional. A su vez, la limitación de créditos a sus clientes es una debilidad que caracteriza el proceso de financiamiento que la empresa puede brindar a sus clientes. A su vez, es importante mencionar que la escasa experiencia de la empresa en el comercio interprovincial hace que se configure como una debilidad que debe soslayar si quiere aumentar la cartera de clientes. Se puede concluir que la empresa necesita realizar inversiones en infraestructura para poder seguir expandiéndose y abastecer de manera

apropiada a sus clientes, satisfaciendo las demandas de los mismos en forma oportuna y eficiente.

En cuanto a las oportunidades, se puede decir que el aumento de la demanda de bienes de consumo masivo, como los distribuidos por Redolfi S.R.L, es tan significativa que implica una veta para poder crecer por medio de ganar cuota de mercado, lo que se conoce como estrategia de penetración. Al mismo ritmo de crecimiento de la demanda, es necesario que se aprovechen las oportunidades de implementar nuevas tecnologías al alcance de las empresas distribuidoras, como avanzados sistemas de gestión de logística, transporte y administración de stock. Todo ello, en un contexto de aprovechar la posibilidad de incorporar no solo nuevos clientes sino también nuevas marcas y productos por medio de una estrategia de diversificación.

Finalmente, en cuanto a las amenazas, se puede decir que la complicada situación macroeconómica del país y la elevada presión fiscal que ejercen los impuestos sobre las empresas, tales como las distribuidoras, es nocivo para cualquier crecimiento organizacional como el que planea Redolfi S.R.L. A ello, hay que sumarle, la venta informal/ilegal de los productos que suelen comercializar las distribuidoras, perdiendo mercado e incluso soportando las estacionalidades en las ventas, que suelen estar acompañadas de los gustos y preferencias de los consumidores que gozan un dinamismo tal que las empresas deben tener *timing* para tomar las mejores decisiones sobre qué comercializar y qué no.

Marco Teórico

El objetivo del presente reporte de caso fue diseñar una planificación tributaria para que la empresa Redolfi S.R.L pueda generar ahorros de tributarios, frente la elevada presión fiscal a la que se exponen sus operaciones. En esta sección se abordaron las temáticas conceptuales de planificación tributaria, pymes y la economía de opción conocida como venta y reemplazo.

Planificación tributaria

Son numerosos los autores que analizan y estudian a la planificación tributaria. Así, siguiendo la temática planteada, Senteno (2016), la planificación tributaria es un sistema

organizado por un conjunto de acciones legales del contribuyente, con el objetivo de maximizar la inversión eficiente de los recursos por medio de la disminución de la presión tributaria dentro de las reglas del orden jurídico.

Según Riviera (2014), la planificación tributaria es una herramienta que le permite a las empresas, a través del asesoramiento de profesionales especializados, proyectar su inversión en tiempo y espacio de modo tal de minimizar la carga impositiva dentro del marco legal vigente. Su objetivo consiste en la elección de la mejor de las alternativas posibles a efectos de reducir la carga impositiva al mínimo legal posible.

Para Villasmil (2015) la planificación tributaria permite el aprovechamiento de opciones de ahorro que las propias leyes tributarias, de manera expresa o tácita, ponen a disposición de los contribuyentes. Entonces, se puede decir que es un sistema desarrollado por sujetos pasivos, contribuyentes, para disminuir su carga fiscal considerando los vacíos en la ley o situaciones en las que el legislador no fue lo suficiente explícito.

Esta autora sostiene que para poder generar una cultura tributaria, se debe tomar en cuenta los siguientes elementos los mismos que servirán como punto de partida para generar una planificación tributaria en las organizaciones:

- ✓ Conciencia de la necesidad de cumplir con las obligaciones tributarias
- ✓ Conocimiento crítico y reflexivo de las normativas legales
- ✓ El cumplimiento voluntario de las obligaciones tributarias puede evitar el pago de sanciones
- ✓ El pago oportuno y veraz y el rechazo a toda forma de evasión tributaria
- ✓ Establecer conciencia de ser parte de una sociedad que requiere construir una sociedad más organizada y equitativa en el pago de sus impuestos

Con estos tres autores, se puede sostener que la planificación fiscal es de suma importancia para disminuir la presión impositiva que afecta a la totalidad de las empresas que desarrollan sus actividades en el territorio nacional, en actualidad, tales como la que se ha tomado como objeto de estudio, Redolfi S.R.L.

Pequeña y mediana empresa

En el caso de la Ley N° 24.467, conocida como Estatuto PyME, o de regulación de las pequeñas y medianas empresas, en su artículo 2° encomienda a la autoridad de

aplicación definir las características de las empresas que serán consideradas PyMEs, teniendo en cuenta las peculiaridades de cada región del país, y los diversos sectores de la economía en que se desempeñan.

Se considera relevante mencionar que un autor nacional como Manassero (2018) 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.

Según Iavarone (2012) las PyMEs son un actor fundamental en el desarrollo de un sistema socioeconómico competitivo. Otorgan cambio y competencia al entorno económico, son ellas las que cambian la estructura del mercado.

La Ley 24.467 y sus modificaciones tienen por finalidad promover el crecimiento y desarrollo de las pequeñas y medianas empresas propulsando para ello políticas de alcance general por medio de la creación de nuevos instrumentos no solo de financiamiento sino también impositivos.

Herramientas de planificación tributaria

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.

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).

Siguiendo a Pordomingo (2016), los beneficios fiscales de la ley de Pymes se pueden segmentar en:

- ✓ Alivio fiscal: se podrá pagar el IVA a 90 días.
- ✓ Se elimina el Impuesto a la Ganancia Mínima Presunta.
- ✓ Se podrá descontar el Impuesto al cheque de lo que se paga de ganancias, hasta un 100% para micro y pequeñas empresas y 50% para las pymes medianas tramo 1.

- ✓ Fomento a inversiones: será posible descontar hasta el 10% de las inversiones realizadas del Impuesto a las Ganancias y además pedir la devolución del IVA de las inversiones a través de un bono de crédito fiscal para el pago de impuestos
- ✓ Menos retenciones: se elevó los umbrales de retención de IVA, Ganancias y Seguridad Social para que las Pymes cuenten con mayor alivio financiero y se flexibilizaron los requisitos para que AFIP otorgue los certificados de no retención de IVA.
- ✓ Más crédito: se amplió el cupo prestable de la Línea de Créditos de Inversión Productiva y el acceso al financiamiento de corto plazo

Finalmente, luego de haber hecho una revisión literaria de los autores/as más importantes y la leyes atinentes a la temática planteada en el presente reporte de caso, se puede decir que la planificación fiscal es una herramienta indispensable para que las pymes en Argentina, en particular Redolfi S.R.L, puedan eficientizar sus costos impositivos y no caer en un situación de ahogo fiscal que frustra, en parte, las oportunidades de crecimiento por medio del traslado del centro de distribución.

Diagnóstico y Discusión

El problema que posee la empresa objeto de estudio, es la elevada carga fiscal que afectan sus operaciones normales y repercuten en su estructura de costos, generando una pérdida de competitividad con respecto a su competencia. La distribuidora es una empresa cordobesa que tiene potencial para captar nuevos mercados no solo a nivel local sino también nacional. La implementación de una planificación tributaria para ella, por medio del empleo de la economía de opción de la venta y reemplazo y la adhesión al régimen de Pymes vigente, se traduce en una necesidad significativa para que la misma pueda afrontar con mayor liviandad el contexto económico y político que transita la Argentina, aprovechando los beneficios fiscales que otorgan estas herramientas, generando ahorro impositivos legales.

Dado que Redolfi S.R.L planea trasladar su centro de distribución a uno con mayor capacidad operativa, sus procesos internos se complejizaran en un contexto de expansión

organizacional. Ante esta situación, resulta relevante resolver el problema declarado con antelación, promoviendo el ahorro de los costos tributarios para generar mayor competitividad en cuanto a la fijación de los precios, manteniendo exclusividad con sus clientes actuales y promoviendo una cultura de optimización de costos fiscales que le permita diferenciarse de su real competencia.

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 muy importante gracias a su estrategia general de liderazgo en costo bajo una integración hacia adelante.

Finalmente, se considera que la reducción de la presión fiscal sobre las operaciones habituales de la empresa propugnan un alivio para hacer frente a los ciclos económicos adversos por los que atraviesa Argentina. El empleo de herramientas como la opción de venta y reemplazo y la adhesión al régimen de pymes configura oportunidades para que la empresa se encause en una cultura de optimizar el ahorro fiscal.

Con este trabajo, se espera que la empresa objeto de estudio comprenda que la optimización de los costos fiscales es parte del trabajo diario que todo planificador debe proponer para diferenciarla de otras empresas que no lo hacen. La Planificación Fiscal tiene por fin determinar un razonable nivel de tributación en la empresa respetando en todo momento las normas legales, de carácter lícito y cuyo objetivo es el beneficio de las posibilidades que ofrece el ordenamiento jurídico vigente.

Finalmente, se puede decir que en Argentina la presión fiscal es sumamente elevada, esto principalmente se debe a que cada vez que se ha buscado cubrir el desfasaje entre lo que se recauda y lo que se gasta en el sector público se ha creado un impuesto, muchas veces presentándolo como una solución transitoria y con el compromiso de eliminarlos, pero esto nunca sucede y subsisten en el tiempo.

Plan de Implementación

Alcance y Limitaciones

Se aborda un tema en materia tributaria para el diseño de una planificación fiscal para la empresa A. J. & J. A. Redolfi S. R. L. El estudio se realizó abarcando el primer semestre del año calendario de 2020, 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 (cuantitativa y cualitativa) y de naturaleza descriptiva.

Limitaciones

Durante la realización del reporte de caso no se presentaron ni dificultades ni limitaciones que pudiesen afectar la ejecución del caso. La elaboración de la investigación 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 2019 a 2017. En este reporte de caso se analiza el impacto de los tributos nacionales, tales como el IVA, el impuesto al cheque, impuesto a las ganancias mínima presunta y el impuesto a las ganancias. 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 materiales inmateriales y humanos que se requieren para llevar adelante la planificación fiscal en la organización.

Tabla N° 2: Detalle de recursos

Detalle del recursos	Carácter	Cantidad	Valor
Muebles y Útiles	Necesario	1	\$ 12.000,00
Equipo de informática	Indispensable	1	\$ 15.000,00
Conexión de internet	Indispensable	1	\$ 2.500,00
Leyes tributarias (Recursos técnicos)	Necesario	varios	\$ 600,00
Administrativo para realizar trámites en Afip	Necesario	1	\$ 15.000,00
Asesor tributario- Contador Público	Indispensable	1	\$ 20.000,00
Total			\$ 65.100,00

Elaboración propia

Tabla N° 3: Detalle de recursos de mantenimiento

Detalle de recursos de mantenimiento	Cantidad	Valor por mes
Honorarios del asesor tributario	1	\$ 10.500,00
Actualizaciones tributarias	1	\$ 2.500,00
Informe de planificación tributaria	1	\$ 5.500,00
Conexión de internet	1	\$ 2.500,00
Útiles varios	varios	\$ 700,00
Total		\$ 21.700,00

Elaboración propia

Herramientas de Planificación Tributaria

Las dos herramientas que se proponen para esta planificación fiscal son: adhesión al régimen de MiPyMES y el empleo de la opción de venta y reemplazo consagrado en la ley de Impuesto a las Ganancias.

1) Régimen MiPyMES

Para formar parte de Registro de MiPyMES se establecen categorías, según las ventas totales anuales, la actividad declarada, el valor de los activos o la cantidad de empleados según rubro o sector de la empresa. 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 organización en alguna de las siguientes categorías.

Tabla N° 4: Categoría para empresas Comerciales

Categoría	Comercio (Ventas)
Micro	\$ 29.740.000,00
Pequeña	\$ 178.860.000,00
Mediana Tramo 1	\$ 1.502.750.000,00
Mediana Tramo 2	\$ 2.146.810.000,00

Elaboración propia en base a AFIP (2020)

Tabla N° 5: Categoría para empresas Comerciales

Categoría	Personal ocupado
Micro	7
Pequeña	35
Mediana Tramo 1	125
Mediana Tramo 2	345

Elaboración propia en base a AFIP (2020)

Según datos de los Estados Contables de la distribuidora Redolfi S.R.L, el promedio de ventas de los últimos tres ejercicios fiscales (2019-2018-2017) fue de \$ 271.484.991,9 y la empresa objeto de estudio no tiene más de 125 empleados, con lo cual se encuadra como mediana empresa en tramo 1.

Principales incentivos fiscales del régimen

- ✓ IVA: pago a 90 días y certificado de no retención: las pequeñas y medianas empresas pueden solicitar el beneficio cuando sus Declaraciones Juradas de IVA tengan un saldo a favor durante dos períodos fiscales consecutivos anteriores al pedido.
- ✓ Compensación del impuesto al cheque en el pago de Ganancias: puede compensar en el pago de Ganancias el 60% del impuesto al cheque, por tratarse de una empresa no industrial. La compensación se puede hacer a través del Formulario F798 (Anexo I) en SIAP o en la declaración jurada.
- ✓ Eliminación del Impuesto a la Ganancia Mínima Presunta.

Requisitos para la adhesión al régimen

- ✓ Tener CUIT.

- ✓ Tener clave fiscal nivel 2 o superior.
- ✓ Estar inscrita en el monotributo o en el régimen general (en Ganancias y en IVA)
- ✓ Estar adherida a TAD (Trámites a distancia).

Acciones para inscribirse en el régimen

Una vez reunidos estos requisitos, se procede a analizar las acciones específicas, las cuales se describen a continuación:

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 - Solicitud de categorización y/o beneficios, dentro de este servicio se debe seleccionar la opción nuevo, donde se abre el formulario 1272 (Anexo I) 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. La suma total de las ventas anuales por cada actividad que se informe deberá coincidir con el total de ventas anuales que mostrará el sistema. Luego de haber informado las ventas correspondientes, se habilita la opción presentar declaración jurada.

La resolución de la solicitud, además de la categoría MIPyME se podrá conocer ingresando al servicio Domicilio Fiscal Electrónico.

Para obtener el certificado (Anexo II), que es el documento que acredita la condición de pyme, se puede ingresar al servicio trámites a distancia en el Ministerio de la Modernización o a través del siguiente enlace <http://certificadopyme.produccion.gob.ar:8888/>, en el cual se deberá completar el número de la CUIT de la pyme y el número de transacción que arroja el acuse de presentación de la declaración jurada presentada ante la AFIP mediante el formulario 1272.

Otra forma de obtenerlo es a través del ingreso al web service, creado a tal fin, previa solicitud a través de la plataforma de trámite a distancia.

Este certificado 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.

2) Venta y Reemplazo

Dado que Redolfi S.R.L planea trasladar sus 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, ya que la distribuidora planea la renovación de diversos equipamiento (activo no corriente) y también de medios de transporte para poder ser más eficiente en la logística satisfaciendo oportunamente las necesidades de sus clientes actuales y potenciales.

El régimen de venta y reemplazo, previsto en la ley de Impuesto a las Ganancias, le va a permitir a Redolfi diferir el ingreso del tributo originado en la venta de sus bienes de uso, otorgándole la posibilidad de obtener interesantes ventajas impositivas. La finalidad perseguida es que el gravamen no obstaculice, seriamente, las decisiones empresariales relacionadas con la renovación de los mismos en un contexto de crecimiento organizacional. 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

Por el cual el contribuyente podrá optar por: imputar dicha ganancia al costo del nuevo bien (Valor amortizable= Precio de compra – utilidad afectada).

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. Una vez efectuada la comunicación, obtendrá un "certificado de no retención" que deberá ser conservado en archivo a disposición de este Organismo juntamente con la documentación respaldatoria respectiva en el momento del reemplazo. Para proceder a la información se emplea una multinota, formulario F206 (Anexo III).

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 tributaria que se ha diseñado en el presente reporte de caso.

El plazo total es de 2 semanas o 14 días corridos.

Acciones Concretas	Días													
	1°	2°	3°	4°	5°	6°	7°	8°	9°	10°	11°	12°	13°	14°
Categorizar a la pymes en Tramo 1	■													
Obtener el Certificado MiPyme.		■												
Obtener beneficio fiscal en el IVA			■											
Obtener beneficio fiscal en el Impuesto al Cheque				■										
Analizar la posibilidad de renovacion de equipos en Redolfi S.R.L					■	■								
Informar a la AFIP que va a emplear la opción de venta y reemplazo							■							
Obtener beneficios de la opción de venta y reemplazo del art 67 LIG								■						
Medición de ahorros fiscales									■	■	■			
Evaluación de la propuesta												■	■	■
Plazo Total	14 días													

Diagrama N°1: 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.

Para ello, se analiza cada uno de los impuestos involucrados y la situación antes de la planificación y después de haberla implementado.

Tabla N° 6: Medición de la propuesta

Impuesto	Antes de la Planificación	Después de la Planificación 2020	Medición/Ahorro Fiscal
IVA	Se produce la obligación de presentar DDJJ mensuales en función de la terminación de CUIT de la empresa. Existe certificado de retención	Pago del impuesto a noventa días y certificado de no retención	Diferimiento del pago de impuesto al valor agregado, del 21%, posición mensual del IVA. Como la fecha de cierre del ejercicio es el 31-12, entonces el ahorro fiscal que se genera radica en los meses de Octubre a Diciembre, considerando el año comercial de Redolfi.
Impuesto al Cheque	No se puede compensar el impuesto al cheque	Se compensa el 60% del impuesto al cheque en el impuesto a las ganancias, por tratarse de una empresa no industrial.	Dado que paga de impuesto a las Ganancias un monto total de \$3.336.057,90 según EECC 2019. Al adherirse al Régimen de PyMes se pueden compensar \$ 1.854.202,95. Terminaría pagando de IG:\$1.484.854,95 . Ahorro del 54%
Impuesto a las Ganancias Mínima Presunta	Presenta declaración jurada ingresando el 1% de su activo gravado. Total de Activo 2019: \$133.734.167,66	Se eliminar el impuesto a las ganancias mínima presunta.	Ahorro del 1% sobre el total del activo computable de Redolfi S.R.L. Ahoro: \$1.337.341,67
Impuesto a las Ganancias	La ganancia obtenida por la venta de los bienes de uso reemplazado estaba gravada	La ganancia obtenida por la venta de un bien de uso reemplazado se afecta al costo del nuevo bien. Se difiere el pago del impuesto	El ahorro fiscal equivale a un 30% del resultado de la venta del bien que se decida reemplazar.

Elaboración propia

Como se puede observar en Tabla 6, los ahorros que se generan por la implementación de la propuesta realizada son importantes para reducir la presión fiscal sobre las operaciones habituales de la empresa objeto de estudio. Se requiere una continua planificación tributaria en busca de generar ahorros que contribuyan a reducir los costos impositivos para fijar precios más atractivos en un mercado sumamente competitivo.

Es importante mencionar que al no contar con los resúmenes de las cuentas corrientes bancarias de la empresa, no se puede saber exactamente cuánto es lo que ha abonado por el impuesto al cheque durante el periodo fiscal 2019, por lo que partimos del supuesto que el 80% de las ventas que realiza A.J. & J.A. Redolfi S.R.L. a sus clientes son

pagadas mediante cheques y/o transferencia bancaria, por lo que se realiza el siguiente cálculo para llegar a la suma correspondiente:

Tabla N° 7: Compensación del 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 2018	\$ 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	\$ 3.090.338,25

Computo como pago a cuenta del Impuesto a las Ganancias 60% Mediana empresa-tramo 1	\$ 1.854.202,95
---	-----------------

Elaboración propia en base a estados financieros de la empresa.

Conclusiones y Recomendaciones

La organización J. & J. A. Redolfi planea un crecimiento en los siguientes años, captando nuevos clientes y mercados. Esta situación hará que la organización promueva ser eficiente en sus costos, en particular en los fiscales, cuya presión impositiva es bastante elevada para el común de sus operaciones. 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 presión fiscal que impacta sobre sus operaciones. Adicionalmente, el empleo de opción de venta y reemplazo, previsto en la ley de impuesto a las ganancias, permite generar un importante ahorro fiscal dado que planea la renovación de equipos e instalaciones en el marco del traslado de su centro de distribución a uno de mayor capacidad operativo que ya ha construido en las afueras de Córdoba.

Por su parte, la contribución de este reporte de caso reside en la necesidad que posee J. & J. A. Redolfi de adecuar sus estructuras de costos para hacer frente a la reciente inversión en capital y satisfacer la creciente demanda interna, captando nuevos clientes con dicha inversión realizada en el nuevo centro de distribución. Se requiere la eficiencia tributaria para contribuir a la estrategia de liderar en costos y de esa forma propulsar una política de diferenciación que le permita conservar exclusividad con muchos de sus clientes y proveedores.

El análisis realizado en el presente reporte de caso, denota que la inclusión de Redolfi SRL al régimen de MiPyMES puede traducirse en beneficios significativos no solo para la operatoria actual sino también para las futuras acciones como los beneficios para un capital emprendedor que tranquilamente ésta empresa podría planificar como estrategia futura. Aun así, los beneficios fiscales de inscribirse en dicho régimen resultan sumamente significativos: pago de IVA a 90 días, compensación del impuesto al cheque en el pago de ganancias, planes de pagos, supresión de liquidación del impuesto a las ganancias mínima presunta etc.

Por otro lado, diferir los resultados por la venta de bienes de uso, en la liquidación del impuesto a las ganancias contribuye a un ahorro impositivo difícil de desaprovechar dada la necesidad de mejorar el sistema de logística y transporte, en su nuevo centro de distribución.

Se recomienda que, la empresa objeto de estudio, no solo ponga atención a los ingresos que se espera obtener y a minimizar los gastos, sino también efectuar una planificación tributaria capaz de generar beneficios de corto y mediano plazo dentro del marco jurídico vigente.

Además, se recomienda que la empresa genere conductas idóneas para evitar la evasión y la elusión como maniobras anheladas por los propietarios para ahorrar impuestos, desconociendo los futuros perjuicios que podría generar por ejemplos causas penales económicas por evasión en una organización que pretende conquistar nuevos mercados y clientes de mayor envergadura.

Como nueva discusión no desarrollada en el presente reporte de caso, se puede plantear el estudio de la ley de pymes haciendo énfasis en la necesidad de financiamiento que puede tener una empresa, en particular Redolfi SRL, siendo que la ley aumenta las garantías a través del fondo de garantías pyme, establece bonificaciones de tasas considerando regiones menos favorables y mejora instrumentos financieros para dar seguridad y más opciones. Se busca, mejorar la posición de la Pymes Argentinas en el mercado y su competitividad ante el mundo.

Además, se recomienda adicionar otras herramientas de planificación fiscal, que sumen a la propuesta en el presente trabajo, tales como el empleo del criterio devengado exigible y el empleo del leasing financiera para financiar el reemplazo de los equipos e instalaciones. En particular, la adopción de criterio devengado exigible, permitiría a la empresa, diferir la ganancia contenida en cada cuota bajo un financiamiento concedido de largo plazo. En cuanto al empleo del leasing financiera permite deducir los cánones en el impuesto a las ganancias.


La empresa, debe encaminarse a consolidar la planificación tributaria como una verdadera estrategia para reducir costos y contribuir al liderazgo en costos de sus productos.

Bibliografía

- BCRA (2019).** *Pateando el tablero: Los países emergentes como dinamizadores de la economía internacional y sus instituciones.* Argentina, Buenos Aires. Recuperado el 11-05-2020 de <http://www.bcra.gov.ar/PublicacionesEstadisticas/Resumen.asp?id=235&prevPage=1>
- Calderón Mite Lissette Geomara, M. P. (2016).** *Diseño de planificación tributaria para Pymes.* Guayaquil, Ecuador. Recuperado el 26-04-2020 de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/14134/1/TESIS%20Cpa%20122%20-%20CALDERON%20%26%20MU%C3%91OZ.pdf>
- CAME (2019).** *La Economía en Crisis.* Argentina, Buenos Aires. Recuperado el 11-05-2020 de http://www.redcame.org.ar/adjuntos/CAME_NOVIEMBRE_VF.pdf
- Capdevila, P. (2016).** *El planeamiento tributario como instrumento de gestión empresarial.* Lima, Perú. Recuperado el 05-04-2020 de http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/usmp/2456/1/pachas_rci.pdf
- Cortes, M.L. (2012).** *Alternativas para el control contable y tributario en la compañía comercializadora de alimentos SAS.* Recuperado el 26-03-2020 de <http://polux.unipiloto.edu.co:8080/00000571.pdf>
- Deborah, U. (2019).** *Le haría una crítica al Gobierno: confiar en el peronismo es mortal.* Argentina, Buenos Aires. Recuperado el 11-05-2020 de <https://www.cronista.com/3dias/Le-haria-una-critica-al-Gobierno-confiar-en-el-peronismo-es-mortal-20161202-0014.html>
- Iavarone, P. (2012).** *Trabajo de investigación de Pymes.* Argentina, Provincia de Mendoza. Recuperado el 05-05-2020 de http://bdigital.uncu.edu.ar/objetos_digitales/5230/iavaronitrabajodeinvestigacion.pdf
- Ley 24.467 y modificaciones (1995).** *Ley de Pequeña y Mediana Empresa.* Recuperado el 10-05-2020 de <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/15000>

- Ley 27545** (2020). *Ley de Góndolas*. Recuperada el 11-05-2020 de <https://www.boletinoficial.gob.ar/detalleAviso/primera/226827/20200317>
- Manassero, C. (2019)**. *Impuesto a las Ganancias*. Facultad de Ciencias Económicas de la Provincia de Córdoba. UNC. Ed: Cooperadora de la FCE.
- Pordomingo, E.** (2016). *Trabajo final de graduación*. Argentina, Provincia de La Pampa. Recuperado el 05-05-2020 de <file:///C:/Users/CLIENTE/Desktop/Concepto%20de%20pyme.pdf>
- Porter, M. (1980)**. *Estrategia competitiva: Técnicas para el análisis de la empresa y sus competidores*. Estados Unidos, Editorial Free Press.
- Senteno, K. &** (2016). *Estrategias de planificación Tributaria*. Santiago de Chile. Chile. Recuperado el 05-05-2020 de https://www.cepal.org/ilpes/noticias/paginas/3/38453/manual_planificacion_estrategica.pdf
- Riviera, E.** (2014). *Utilización de instrumentos financieros para la planificación tributaria*. Argentina, Buenos Aires. Recuperado el 10-05-2020 de <https://repositorio.flacsoandes.edu.ec/handle/104659/5939>
- Villasmil, M.** (2015). *La planificación tributaria. Herramienta legítima del contribuyente en la gestión empresarial*. Argentina, Buenos Aires. Recuperado el 10-05-2020 de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=615416621>.

Anexo I

 Solicitud de Compensación - Imputación de Crédito F.798 Sello fechador de recepción	CUIT:																										
	NUMERO VERIFICADOR:																										
	APELLIDO(S) Y NOMBRE(S) O DENOMINACION O RAZON SOCIAL:																										
DOMICILIO FISCAL:		VERSION: 1.0																									
Motivo																											
Compensación		Imputación																									
Detalle																											
<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2"></th> <th colspan="3">Impuesto Origen</th> <th></th> <th></th> </tr> <tr> <th>Mes</th> <th>Año</th> <th>Impuesto</th> <th>Concepto</th> <th>SubConcepto</th> <th>Anticipo Cuota</th> <th>Establecimiento</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>									Impuesto Origen					Mes	Año	Impuesto	Concepto	SubConcepto	Anticipo Cuota	Establecimiento							
		Impuesto Origen																									
Mes	Año	Impuesto	Concepto	SubConcepto	Anticipo Cuota	Establecimiento																					
<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2"></th> <th colspan="3">Impuesto Destino</th> <th></th> <th></th> </tr> <tr> <th>Mes</th> <th>Año</th> <th>Impuesto</th> <th>Concepto</th> <th>Subconcepto</th> <th>Anticipo Cuota</th> <th>Establecimiento</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>									Impuesto Destino					Mes	Año	Impuesto	Concepto	Subconcepto	Anticipo Cuota	Establecimiento							
		Impuesto Destino																									
Mes	Año	Impuesto	Concepto	Subconcepto	Anticipo Cuota	Establecimiento																					
<table border="1"> <tr> <td> IMPORTE COMPENSADO El que suscribe Don _____ En su carácter de (1) _____ afirma que los datos consignados en este Formulario son correctos y completos, y que se ha confeccionado esta Declaración Jurada sin omitir ni falsear dato alguno que deba contener, siendo fiel expresión de la verdad. (1) Titular, Presidente, Gerente u Otro responsable </td> <td colspan="6"> Lugar y Fecha: Firma y Sello: </td> </tr> </table>							IMPORTE COMPENSADO El que suscribe Don _____ En su carácter de (1) _____ afirma que los datos consignados en este Formulario son correctos y completos, y que se ha confeccionado esta Declaración Jurada sin omitir ni falsear dato alguno que deba contener, siendo fiel expresión de la verdad. (1) Titular, Presidente, Gerente u Otro responsable	Lugar y Fecha: Firma y Sello:																			
IMPORTE COMPENSADO El que suscribe Don _____ En su carácter de (1) _____ afirma que los datos consignados en este Formulario son correctos y completos, y que se ha confeccionado esta Declaración Jurada sin omitir ni falsear dato alguno que deba contener, siendo fiel expresión de la verdad. (1) Titular, Presidente, Gerente u Otro responsable	Lugar y Fecha: Firma y Sello:																										

Fuente: AFIP (2020)

Anexo II

Sec. de Emprendedores y PYMES		CUIT Nº: 20270250719	Establecimiento: 0
PYMES Solicitud de categorización y/o beneficios		Apellido y Nombre o Razón Social:	
		Fecha de Presentación: 09/06/20	Hora: 13:00
F. 1272	Versión 100	Nro. de Transacción: 6675892	MD5: 4d89fb117b62cdf4c8ebb24260fbafba
		Periodo: 20	Secuencia: Rectificativa 1

Datos de las ventas anuales	
Total de Ventas neto de impuesto incluido 50% de exportación	Total
Año 20	0.00
Año 20	0.00
Año 20	00
SOLICITUD DE CATEGORIZACION EN MICRO, PEQUEÑA O MEDIANA EMPRESA TRAMO 1 Y 2	Si
SOLICITUD OPCION IVA PAGO TRIMESTRAL	Si
VINCULACION SOCIETARIA	No
EMPLEADOR	No
Se deja constancia que la solicitud efectuada por las empresas vinculadas, controlante o controladas finalizará el trámite cuando todas las empresas pertenecientes al grupo económico presenten su correspondiente F. 1272	
Declaro que los datos consignados en este formulario son correctos y completos y que he confeccionado la presente Declaración Jurada, sin omitir ni falsear dato alguno que deba contener, siendo fiel expresión de la verdad	
La confección de la Declaración Jurada mencionada en el párrafo anterior implicará la manifestación expresa del contribuyente respecto de que los datos proporcionados a la SECRETARIA DE EMPRENDEDORES Y DE LA PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA, a través de dicha declaración, coinciden con los suministrados a la ADMINISTRACIÓN FEDERAL DE INGRESOS PUBLICOS mediante las Declaraciones Juradas presentadas por los Impuestos al Valor Agregado y a las Ganancias.	

Fuente: AFIP (2020)

