

**Universidad Siglo 21**



**Carrera de Contador Público**

**Trabajo Final de Grado**

**Reporte de caso**

**Informe de planificación tributaria**

**“Planificación tributaria de la empresa A.J. & J.A Redolfí S.R.L.”**

**Autor: Roude, Sofía Daiana**

**DNI: 40.806.621**

**Legajo: VCPB29139**

**Director de TFG: Salvia, Nicolás**

**2021**

## **Resumen**

El presente trabajo consiste en el desarrollo de una planificación tributaria para la empresa A. J. & J. A. Redolfi S.R.L, ubicada en James Craik, provincia de Córdoba, Argentina. Dicha empresa se dedica a la comercialización por mayor de productos alimenticios, además de comercializar también cigarrillos, artículos de limpieza, entre otros. El objetivo perseguido en éste análisis es la disminución de la carga fiscal mediante la aplicación de beneficios disponibles legalmente, sin necesidad de caer en la elusión o evasión de impuestos. Para poder cumplir con el objetivo, se realiza un análisis profundo de la empresa con base teórica en distintos autores relevantes en el tema. En base a los resultados obtenidos de la planificación tributaria, se puede afirmar que la inscripción al régimen Mi Pyme, a la empresa Redolfi S.R.L, le permitió conseguir como beneficio un importante ahorro fiscal. En resumidas cuentas, la planificación tributaria le otorga a la empresa proyección de sus obligaciones para poder cumplir en tiempo y forma, evitando el pago de intereses o multas, y el acceso a beneficios que le permitan reducir la elevada carga fiscal que sufren las empresas del país.

Palabras claves: planificación, empresa, impuestos, ahorro.

## **Abstract**

This work consists of the development of a tax planning for the company A. J. & J. A. Redolfi S.R.L., located in James Craik, province of Córdoba, Argentina. This company is engaged in the wholesale commercialization of food products, as well as cigarettes, cleaning products, among others. The objective of this analysis is to reduce the tax burden through the application of legally available benefits, without the need for tax avoidance or evasion. In order to achieve this objective, a deep analysis of the company is carried out based on the theory of different relevant authors on the subject. Based on the results obtained from the tax planning, it can be affirmed that the company Redolfi S.R.L.'s registration in the Mi Pyme regime allowed it to obtain significant tax savings as a benefit. In short, tax planning provides the company with a projection of its obligations in order to be able to comply in due time and form, avoiding the payment of interest or fines, and access to benefits that allow it to reduce the high tax burden suffered by the companies in the country.

Key words: planning, company, taxes, savings.

## Índice

<b>Introducción</b> .....	1
<b>Análisis de situación</b> .....	3
Análisis del contexto .....	6
Diagnóstico organizacional .....	9
<b>Marco teórico</b> .....	12
Tributo.....	12
Evasión y elusión fiscal.....	13
Planificación tributaria .....	13
Pyme.....	14
Venta y reemplazo .....	15
<b>Diagnóstico y discusión</b> .....	15
Declaración del problema .....	15
Justificación del problema .....	16
Conclusión diagnóstica .....	16
<b>Plan de implementación</b> .....	16
Alcance.....	16
Límite .....	17
Recursos involucrados.....	17
Acciones concretas que desarrollar .....	18
Marco de tiempo .....	22
Evaluación de la propuesta .....	23
<b>Conclusión y recomendaciones</b> .....	25
<b>Referencia</b> .....	28

## **Introducción**

En el presente trabajo se va a realizar la planificación tributaria para la empresa A. J. & J. A. Redolfi S.R.L. con el propósito de formular una alternativa que permita reducir el impacto de las cargas impositivas.

La empresa está ubicada en la localidad de James Craik, Provincia de Córdoba, Argentina. Dicha localidad cuenta con 5300 habitantes y posee un gran desarrollo agrícola- ganadero.

Cuenta con una trayectoria de 50 años de experiencia 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.

Además, posee autoservicios mayoristas 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.

Para brindar un servicio de calidad a sus clientes, la empresa 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 y un plantel compuesto por 170 empleados.

En la actualidad, la empresa Alonso J. & José A. Redolfi S. R. L. tiene el privilegio de comercializar productos de grandes empresas como Massalin Particulares, Unilever Argentina, Kraft Food Argentina, La Papelera del Plata, Arcor, Clorox, Procter & Gamble Argentina S. A., Johnson y Johnson, Kodak, entre otros.

En relación a sus clientes, tiene una cartera de aproximadamente 6000, de manera que cubre casi la totalidad de la provincia de Córdoba e incluso traspasa las fronteras provinciales hasta llegar al sur de Santa Fe, La Pampa y San Luis.

Redolfi S.R.L. ha demostrado un gran crecimiento a lo largo de los años en su negocio, con la idea de siempre preservar el carácter familiar de la empresa y sin perder de vista su visión, misión y valores que la caracterizan.

Dicha empresa, no es la excepción, y como todas debe afrontarse a una gran cantidad de impuestos, tasas y contribuciones. En Argentina, los tributos que se recaudan

a nivel nacional, provincial y municipal son la principal fuente de ingreso para solventar el gasto público.

Para enfrentar dicha carga fiscal de la mejor manera posible, una herramienta fundamental a emplear es la planificación tributaria. Para definirla, citamos en un marco internacional, el trabajo publicado por Caamal Yam, Cortes Pérez y Solis Vargas (2019) de México, que plantea la planificación fiscal como una estrategia para tomar decisiones en el ámbito fiscal y una herramienta legítima del contribuyente en la gestión empresarial, destacando la importancia de no caer en métodos de evasión o elusión fiscal.

En Ecuador Chuva Murillo (2016) en su trabajo académico destaca los aspectos positivos y negativos del contribuyente en la aplicación de la planificación tributaria. Además, plantea el hecho de que la aplicación de dicha herramienta puede ser un riesgo para la administración tributaria.

Como explica Fernando Irazoqui (2005) al momento de estructurar la planificación fiscal en un determinado emprendimiento, pensamos en la mejor forma de encuadrar el mismo, tratando de disminuir su costo fiscal, diferirlo, o directamente eliminarlo. En definitiva lo que estamos buscando es el mayor rendimiento final de una actividad económica dentro de un sistema tributario o varios, si nos estamos refiriendo a la planificación fiscal de orden Internacional.

Por lo expresado anteriormente por diversos autores, se puede concluir con que la planificación tributaria es una herramienta de gran utilidad para las empresas. Como antecedentes de la misma podemos destacar: en un plano internacional a Villareal Oleas (2012), la cual expone el diseño de una planificación tributaria en Ecuador para aminorar la carga impositiva para la empresa Seguros Confiar.

Loja Cueva (2016) también de Ecuador, define en su trabajo la planificación tributaria para la distribuidora Adrimar, destacando la importancia de la misma para el cumplimiento de las obligaciones de la empresa en tiempo y forma.

En un marco nacional, Gómez (2019) expone los beneficios de implementar una planificación tributaria adecuada para la empresa Motones S.A.

Se determina como objetivo general del presente trabajo la elaboración de una planificación tributaria para la empresa argentina A. J. & J. A. Redolfi S.R.L. ubicada en James Craik, provincia de Córdoba, para el año fiscal 2021.

Como objetivos específicos se plantean:

- Definir la planificación tributaria para la empresa, sus conceptos específicos y sus beneficios.
- Analizar a la empresa para concluir si está en condiciones de adherirse a normativas que le permitan obtener beneficios, como por ejemplo: beneficios Mi Pyme.
- Buscar alternativas que permitan reducir el impacto de la carga impositiva, siempre dentro del marco legal.

El análisis de este caso tiene el beneficio de poder ser utilizado tanto para nuestra empresa en particular como para más empresas pertenecientes al rubro.

La relevancia se basa en la necesidad de las empresas, sobre todo actualmente, de utilizar dicha herramienta para lograr persistir en el tiempo ya que cada vez hay más competencia y la parte impositiva afecta cada vez más a las empresas en general.

En Redolfi S.R.L. podemos observar problemas en relación a su planificación tributaria ya que no aprovecha al máximo los beneficios disponibles, como, por ejemplo: el beneficio Mi Pyme. La empresa debe buscar las alternativas que le sean más convenientes para lograr disminuir el impacto fiscal.

Contar con buena planificación que permita, además de cumplir con las obligaciones de manera correcta, reducir costos, ayuda a posicionarse competitivamente. De lo contrario, si la empresa posee mayor carga tributaria, son costos que debe afrontar la misma y éstos se ven reflejados en una pérdida de competencia.

### **Análisis de situación**

En el año 1990, se constituyó la nueva sociedad como Alonso J. y José A. Redolfi S. R. L., que es la actual denominación y forma jurídica de la empresa madre. La empresa optó por una Sociedad de Responsabilidad Limitada, que es un tipo de sociedad según la Ley de Sociedades Comerciales N°19.550.

Dicho tipo societario tiene como características: el capital se divide en cuotas, los socios limitan su responsabilidad a la integración de las cuotas que suscriban o adquieran, no pueden exceder de 50 socios, la denominación social debe indicar que se trata de una S.R.L., entre otras.

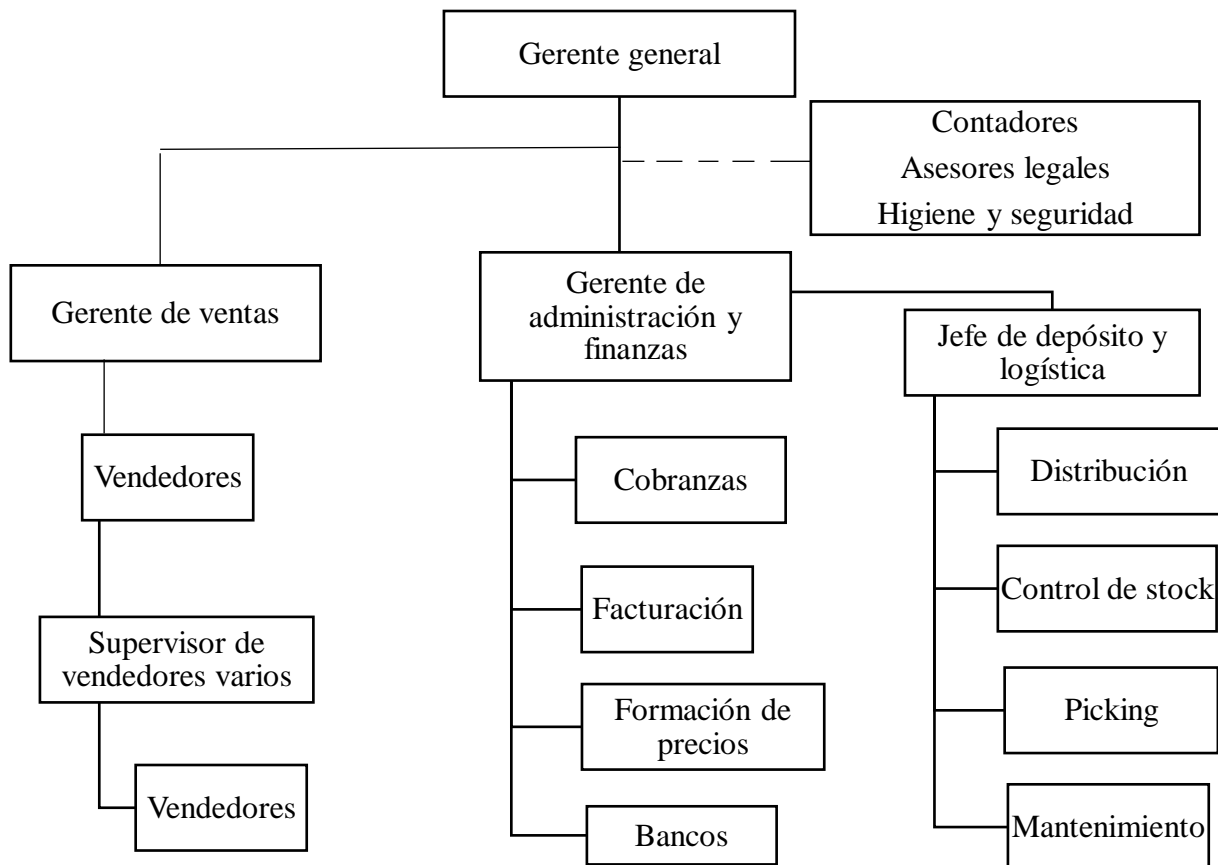
Este tipo de sociedad se vio afectado por la reforma tributaria ya que históricamente, los retiros de los socios no tributaban en cabeza de los mismos, sino que

el sujeto pasivo esa la sociedad. Actualmente, para los cierres de ejercicio del 31.12.2020 en adelante, las sociedades tributan al 25% y los dividendos y utilidades tributan al 13% en cabeza de los accionistas y socios personas humanas (Fernández, 2019).

La empresa es su aspecto organizacional, posee en James Craik, su centro de distribución principal desde donde controlan a todas las demás sucursales y centralizan la administración.

En todas las sucursales, excepto en la de la ciudad de Córdoba, la empresa cuenta con salones de ventas para autoservicio mayorista y con preventistas o ejecutivos de cuentas para abarcar geográficamente la mayor parte de cada una de estas localidades.

*Figura 1: Organigrama Centro de James Craik*



Fuente: Trabajo Final de Grado de Pablo Redolfi, 2008.

El organigrama permite visualizar la estructura de la empresa, la cual posee un gerente general del que dependen tres gerencias: en primer lugar ventas, luego gerencia de administración y finanzas, y por último, gerencia comercial. El gerente general cumple el rol también de gerente comercial. El puesto de encargado de depósito es ocupado por uno de sus dueños ya que es clave para el control de mercadería.

La empresa no cuenta con un sector contable impositivo interno, por lo que recibe apoyo externo en el área de contable, jurídica y de seguridad e higiene.

Respecto a lo contable, la facturación de la empresa está a cargo de una hija del dueño, pero es el contador externo el que se encarga de pedir las y realizar las registraciones contables pertinentes para dar cumplimiento a las obligaciones impositivas mensuales.

En seguridad e higiene, como aclaramos anteriormente no tienen un área dedicada específicamente a este aspecto, pero sí reciben inspecciones regulares y cumplen con las recomendaciones técnicas. La empresa se encuentra en buen estado por lo que reciben pocas observaciones.

La empresa cuenta con un proceso de comercialización que consta de tres etapas principales: abastecimiento, recepción y ventas.

En la etapa de abastecimiento, los pedidos se realizan a través de internet con una anticipación de 24 horas y cada sucursal tiene determinado el día y la hora de entrega.

Como segundo escalón en el proceso de comercialización está la recepción de mercadería, luego de realizados los pedidos a los respectivos proveedores. Cuando la mercadería arriba al lugar es descargada mediante auto-elevadores y un empleado es el encargado de controlar que la mercadería que se descarga coincide con la lista de pedido. Dicho control lo realiza de forma manual ya que no cuentan con un sistema informatizado.

Por último, las ventas se realizan casi sin restricciones, es decir, no se exigen volúmenes mínimos de compras, sino solo requisitos tributarios, como ser monotributista o responsable inscripto.

La empresa no ofrece planes de financiación a sus clientes. Realiza las ventas un 80% de contado y el 20% restante se cobra con un plazo máximo de 21/30 días dependiendo el cliente.

Respecto a los precios de venta, el margen de marcación que aplica A. J. & J. A. Redolfi S. R. L oscila entre un 10 % y un 30 %, dependiendo del producto y del volumen de compras al proveedor. A mayor volumen de compras, se puede conseguir un margen superior, ya que se alcanzan los descuentos que le otorga el proveedor.

La empresa demuestra un fuerte crecimiento en las ventas alcanzando en el año 2006 una facturación record. Sin embargo, la tasa interna de rentabilidad se comportó de manera opuesta a las ventas. En el año 2002, la tasa rondaba el 5% y a medida que se



fueron incrementando los precios de compra en mayor porcentaje a los precios de venta, la tasa fue bajando hasta el 2,5%. Todo el sector sufre esta situación ya que los costos operativos y los insumos se incrementan a una tasa mayor que los precios de venta y para continuar siendo competitivos la empresa debe absorber parte de esos incrementos.

Con respecto al nivel de endeudamiento no tiene inconvenientes ya que el 80% de sus ventas es al contado y el 20% se cobra en un plazo máximo de 21 días, por lo tanto, no tiene la necesidad de trasladar el endeudamiento a los proveedores, ni se producen desfasajes por la no disponibilidad de fondos.

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.

Los clientes son en general despensas de barrios, minimercados, quioscos, con salones acotados, unipersonales o con pocos empleados, de escasos recursos y volúmenes de ventas reducidos. Por lo general, no cuentan con utilitarios para transportar mercadería ni con tiempo suficiente para realizar el proceso de compra. Analizando dichas características, podemos afirmar que los clientes tienen un reducido poder de negociación en lo que a precio y financiación se refiere. Sin embargo, debido a la alta competencia existente en el rubro, los compradores tienen la libertad de cambiarse de proveedor fácilmente en productos que no son exclusivos de uno solo.

En materia impositiva, la empresa se encuentra inscrita en el Impuesto a los Ingresos Brutos, IVA (impuesto al valor agregado), Impuesto a las ganancias, SICORE (Sistema de control de Retenciones) y como empleadora.

#### *Análisis del contexto*

Para analizar el contexto, una herramienta a utilizar es PESTEL, que es una herramienta de planificación estratégica que mide el impacto de los factores del macro entorno en la organización (Alvarado Cervantes, 2015). Los factores que comprende son: políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ecológicos y legales.

#### *Político*

En el sector político, el gobierno tuvo la obligación de decretar el aislamiento social preventivo en marzo 2020, lo que afectó a nivel nacional a toda la población y es a su vez, una problemática mundial. Una encuesta realizada por UNICEF (2020), afirma

que, debido a la medida de aislamiento, muchas familias vieron afectados sus ingresos e inclusive dejaron de comprar determinados alimentos ante la falta de dinero.

El gobierno cuenta con la herramienta precios cuidados, que es un acuerdo entre el Estado, fabricante, supermercados y mayorista, cuyo objetivo es establecer precios de referencia de los productos más representativos de la canasta de consumo masivo (Ministerio de Desarrollo Productivo, 2021). En abril 2021, el gobierno confirmó la extensión de dicho programa por tres meses con el objetivo de controlar el factor inflacionario luego de una de las etapas más duras de la cuarentena.

Sin embargo, la Cámara de comercio de Estados Unidos en la Argentina se expresó en desacuerdo con dicha herramienta ya que según la misma, produce pérdida de rentabilidad de las empresas afectadas, limitación en la inversión en el sector y riesgo de desabastecimiento (El economista, 2021).

#### *Económico*

Económicamente, de acuerdo a datos publicados por el INDEC (2021), el IPC (índice de precios al consumidor) presentó en marzo 2021 una suba del 4,8%, acumulando anualmente un valor de 13%. En la división de alimentos y bebidas no alcohólicas, hubo una suba del 4,6% a nivel nacional.

En relación a una encuesta realizada a supermercados y autoservicios mayoristas en enero 2021 por el INDEC, las ventas a precios corrientes para dicho mes, representaron un incremento del 39.5% respecto al mismo mes del año anterior. A precios constantes, tuvieron un incremento del 3,8% respectivamente. Si bien dicha estadística pretende demostrar una suba en las ventas lo que es favorable en el corto plazo, si lo elevamos a una situación macroeconómica la situación de las empresas en el largo plazo es negativa.

Si se analiza el impacto de la pandemia en el consumo, podemos afirmar que el mismo sufrió grandes cambios. La población se enfocó en un consumo mayoritariamente de bienes esenciales debido a que la caída de los ingresos y la inestabilidad económica afectan el consumo masivo.

Sin embargo, a diferencia del consumo masivo, las ventas de bienes durables tuvieron un aumento por parte de segmentos de la población con exceso de liquidez. Esto se explica ya que, las opciones de ahorro en pesos no son atractivas y hay un limitado acceso a la compra de dólares dadas las restricciones cambiarias, por lo que una forma de

resguardarse ante la inflación en alza es la demanda temporaria de bienes durables (Bolsa de Comercio de Córdoba, 2020).

#### *Social*

Socialmente, según el INDEC (2021) el país presenta el 42% de la población bajo la línea de pobreza. La pandemia del COVID-19 profundizó aún más la situación de vulnerabilidad social del país. El gobierno, con intenciones de mitigar los efectos de la crisis, llevó a cabo una serie de acciones. La política de transferencia monetaria fue una de las principales medidas adoptadas (Centro de Implementación de Políticas Públicas para la equidad y el crecimiento, 2020).

Las familias implementan distintas estrategias para lograr sobrellevar la crisis, entre ellas: recurrir al endeudamiento, generar nuevos ingresos, uso de ahorros o venta de sus pertenencias o reducir el consumo de al menos un alimento (INDEC, 2020).

#### *Tecnológico*

El aspecto tecnológico es fundamental en las empresas en crecimiento, ya que es una herramienta que permite mejorar los procesos de producción, organización, despacho, ventas y cobranza, entre otras. Invertir en tecnología les permite a las medianas empresas ser mucho más competitivas, estar actualizado constantemente con nuevas oportunidades de negocio, reducir mano de obra, como para dar algunos ejemplos de los beneficios que pueden obtener. Actualmente, con todos los avances tecnológicos que hay, cada empresa puede contar con un software adaptado a sus necesidades para poder ser aprovechado al máximo (ACRIP, 2020).

#### *Ecológico*

Respecto a los aspectos ecológicos, en el año 2003 se sancionó la ordenanza N° 1564/07, que exige trasladar establecimientos comerciales-industriales al Área Empresarial Municipal de James Craik, alejándolos del ejido urbano. La misma otorga beneficios para aquellos que realicen el traslado, tales como exención tributaria y subsidios para la contratación de nuevos empleados.

#### *Legal*

Legalmente, la sanción de Ley Pyme en 2016, tal como menciona AFIP tiene muchos beneficios para las empresas que se encuentren en condiciones de adherirse a ella, tales como alícuota reducida para contribuciones patronales, compensación del

impuesto al cheque en el pago de ganancias, eliminación del impuesto a la ganancia mínima presunta, entre otros.

#### *Diagnóstico organizacional*

Con el objetivo de analizar el interior de la empresa y como la afectan los factores externos, utilizaremos la herramienta FODA. Dicho análisis posibilita la recopilación y uso de datos que permiten conocer el perfil de operación de una empresa en un momento dado, y a partir de ello establecer un diagnóstico objetivo para el diseño e implantación de estrategias tendientes a mejorar la competitividad de una organización (Ramírez Rojas, 2012).

#### *Fortalezas*

Analizando las fortalezas de A. J. & J. A. Redolfi S. R. L, se puede mencionar su larga trayectoria de 50 años en el negocio lo que le otorga mucha experiencia y un buen posicionamiento de la imagen.

Respecto a los proveedores, la empresa tiene pocos, lo que pareciera que está presa al momento de comprar, pero al ser muchos de ellos pequeños, la empresa obtiene ventaja al momento de negociación de precios ya que la mayoría no puede prescindir de la facturación que le otorga. También trabaja con reconocidas marcas que son una fortaleza ya que se venden por sí solas y tiene una gran variedad de productos disponibles.

Una fortaleza a destacar es que la empresa no posee previsiones que contemplen pérdidas ya sea por daño o robo. Esto se debe a que el puesto de encargado de depósito, que es clave en este sentido, está a cargo de uno de sus dueños, por lo que él es el encargado de autorizar la compra en su primer momento, de manera que si faltasen productos al momento de despachar, sería en primero en saberlo.

Con respecto a la atención de clientes: la empresa cuenta con utilitarios suficientes para lograr llegar a tiempo con la entrega de mercadería; su plazo de visita no supera los 15 días; los vendedores están capacitados para brindar asesoramiento comercial a los clientes al momento de instalar un local nuevo.

#### *Debilidades*

Como contracara a las fortalezas, existen las debilidades que la empresa también posee. Muchas de ellas se relacionan con la falta de implementación de tecnología en sus procesos. Con respecto a lo contable, la empresa no cuenta con un sistema de costeo ni con un software contable específico.

Considerando la política de inventarios, si bien tienen la política de mantener un stock mínimo, no cuentan con un sistema informático para control de stock y tampoco hay un control periódico de los bienes ni una persona encargada de su custodia.

Respecto a los clientes, al momento de su atracción generalmente es la empresa la que se encarga de ir hacia ellos y no viceversa, ya que poseen poca publicidad y escasa presencia en las redes. Además, no posee una clasificación de clientes por volumen ni comportamiento de compra; presenta falta de financiamiento a clientes. Actualmente el plazo máximo de financiación es de 30 días.

Impositivamente no se aprovechan todas las herramientas disponibles que le pueden otorgar a la empresa beneficios ya sea diferir el pago de algún tributo, aplicar el beneficio Mi Pyme, utilizar la opción venta y reemplazo, entre otras.

#### *Amenazas*

A. J. & J. A. Redolfi S. R. L se encuentra inmersa en un contexto del cual sufre amenazas. Una de las principales es el ingreso potencial de nuevos competidores. Es un rubro muy expuesto a la competencia y si no tienen la exclusividad de alguna marca o producto, los clientes fácilmente pueden recurrir a otro proveedor.

Otra gran amenaza es la alta carga impositiva que sufren las empresas en Argentina, que la transforma es una de las economías menos alentadoras para invertir, producir, desarrollar proyectos, crear empleos y comerciar (Marcelo Elizondo, 2020).

Si se considera la situación de crisis que atraviesa el país, sumada a la incertidumbre social producto de la pandemia, el comercio se ve afectado con una reducción en las ventas y como consecuencia también se reducen las ventas de los mayoristas.

#### *Oportunidades*

El entorno también le ofrece oportunidades a la empresa como tecnología para poder automatizar mucho de sus procesos; fuentes de financiamiento; ser competidores en productos que puedan comprar a escala donde se les ofrecen descuentos por volumen.

Si se consideran ambos análisis, PESTEL y FODA, y cada una de las variables analizadas en ellos, se puede concluir en que la empresa presenta en su interior muchas fortalezas que le dan un buen posicionamiento ya sea social o comercial basado en su larga trayectoria, enfoque en brindar una atención de calidad al cliente en cuanto a asesoramiento, plazos de entrega y variedad de productos.

Sin embargo, todas estas fortalezas se ven debilitadas cuando entran en consideración las amenazas del entorno y sus debilidades internas. Tanto nuestra empresa como las demás del país, se encuentran bajo una presión impositiva altísima, una inflación en constante crecimiento, el costo de tener empleados en regla también es alto, sumado actualmente a la crisis agravada producto de la pandemia que deriva en una caída del consumo. En cuanto a sus debilidades, la gran mayoría tienen como objetivo mejorar sus procesos y publicidad por medio de la tecnología. Otras se deben al hecho de no contar con un equipo especializado en el área contable-impositivo, lo que la hace desaprovechar beneficios legales.

Por otro lado, tiene oportunidades del exterior que la empresa debe aprovechar ya que son una posibilidad de mejorar sus debilidades, por ejemplo haciendo uso de la tecnología disponible ya sea para poder mejorar sus procesos, para instalar sistemas de compras y ventas online o para utilizar la gran variedad de redes sociales existentes para llegar a más potenciales clientes.

De acuerdo a oportunidades legales, sería una gran posibilidad que la empresa pueda adherirse a la Ley de Pymes por todos los beneficios que brinda la misma, pudiendo reducir las cargas fiscales y evitar pérdidas innecesarias en las rentabilidades.

Como resultado, podemos observar a una empresa familiar con un buen posicionamiento respecto de sus clientes, pero falta de profesionalismo en su interior enfocado a aspectos fundamentales para mantener su funcionamiento como son el área contable-impositiva.

#### *Las cinco fuerzas de Porter*

Es un análisis de las cinco fuerzas competitivas que le dan forma a la estrategia.

- Amenaza de entrada de nuevos competidores: la amenaza de nuevos entrantes a un sector depende de la altura de las barreras de entrada ya existentes. Entre ellas se puede mencionar: ventajas de los actores establecidos independientemente del tamaño ya sea por haber ocupado zonas geográficas estratégicas, tener acceso a mejores fuentes de materia prima o la experiencia acumulada, por lo que se deben buscar zonas libres de competencia y conseguir proveedores importantes.

Economías de escala donde se obliga a los nuevos entrantes a ofrecer precios excelentes para hacer frente a los competidores.

El acceso a los canales de distribución es difícil para los nuevos competidores ya que deben desplazar a los existentes o crear sus propios canales (Porter, 2008).

- Poder de negociación de los proveedores: los proveedores que ofrezcan precios competitivos, financiación y una buena atención al cliente, tendrán ventaja sobre el resto.

- Poder de negociación de los compradores: los compradores que tienen poder de negociación alto por contar con varios proveedores que le abastecen, se los considera poderosos. Los mismos exigen mejor calidad y servicios y, por lo general, hacen que los participantes del sector se enfrenten para lograr reducción de precios.

- Amenaza de ingreso de productos o servicios sustitutos: cuando la amenaza de productos sustitutos es alta, la rentabilidad del sector sufre. Un producto sustituto que tenga un menor precio y satisfaga la misma necesidad, logrará penetrar en el mercado fácilmente.

- Rivalidad entre los competidores existentes: la rivalidad entre los competidores existentes puede adoptar distintas formas, como, por ejemplo: descuentos, lanzamiento de nuevos productos, campañas publicitarias o mejoramiento del servicio.

El grado de rivalidad depende en primer lugar de la intensidad con la cual las empresas compiten, y en segundo lugar, de la base sobre la cual compiten. Un alto grado de rivalidad limita la rentabilidad del sector.

## **Marco teórico**

En este apartado se desarrollan los conceptos de términos específicos relacionados al trabajo, tales como: planificación tributaria y sus distintos tipos, evasión y elusión fiscal, tributo, qué es una pyme y sus requisitos para encuadrar en ellas, entre otros.

### *Tributo*

Siguiendo a Villegas (2016), el tributo se define como la prestación de dinero que el Estado exige en ejercicio de su poder de imperio en virtud de una ley y para cubrir los gastos que le demanda el cumplimiento de sus fines. Analizando dicha definición, podemos decir que: el tributo tiene como elemento esencial la coacción que se manifiesta

en la prescindencia de la voluntad del obligado en cuanto a la creación del tributo que le será exigible; no hay tributo sin ley previa, lo que significa un límite formal a la coacción.

El objetivo del tributo es fiscal, es decir que su cobro tiene su razón de ser en la necesidad de obtener ingresos para cubrir los gastos que le demanda la satisfacción de las necesidades públicas. Este fin puede no ser el único, también pueden perseguir fines extra fiscales, como por ejemplo los impuestos con fines de desaliento o incentivo a determinadas actividades privadas.

#### *Evasión y elusión fiscal*

La evasión fiscal es cuando los contribuyentes que están jurídicamente obligados a abonar determinado tributo, logran la eliminación completa o disminución del monto tributario mediante conductas fraudulentas u omisivas violatorias de las disposiciones legales. Mientras que la elusión fiscal es la simulación o distorsión de la forma jurídica. La misma es siempre una conducta fraudulenta y antijurídica. Villegas (2016) realiza la aclaración de confundir elusión con economía de opción, donde el contribuyente puede elegir entre varias formas igualmente legítimas, aquella que le permita pagar el menor impuesto posible, siempre dentro de la ley.

#### *Planificación tributaria*

Villasmil Molero (2017) define la planificación tributaria como una herramienta legítima del contribuyente en su gestión empresarial. Es ineludible la obligación de pagar impuestos y es por esto que resulta fundamental la planificación tributaria ya que permite estudiar las alternativas legales y trazar estrategias adecuadas para ahorrar muchos recursos en impuestos.

De acuerdo a Rivas Coronado (2000) la planificación tributaria es un proceso, constituido por una serie de actos o actuaciones lícitas del contribuyente, cuya finalidad es invertir eficientemente los recursos destinados por éste al negocio de que se trata y con la menor carga impositiva que sea legalmente admisible, dentro de las opciones que el ordenamiento jurídico contempla.

Para García (2011) es una herramienta valiosa que los contribuyentes deben aplicar a través de asesoramiento de profesionales especializados. Les permite proyectar su inversión en tiempo y espacio de modo tal de minimizar la carga fiscal dentro del marco legal. Hay distintos tipos de planificación:



- Planificación fiscal agresiva: para definirla utiliza el término empleado por Frutos (2006) que la denomina “tax shelters”. La definen como una asesoría fiscal comercializada que es a la vez, abusiva y agresiva. Abusiva en cuanto que el asesor transgrede el espíritu y finalidad de la norma tributaria al diseñar la solución que ofrece al cliente y agresiva en cuanto que esas soluciones no se reservan para un solo cliente, sino que se estandarizan y comercializan como un producto fiscal.

- Planificación fiscal nociva: dicho término es utilizado para referirse a la planificación fiscal entre empresas relacionadas y residentes en distintos países. El problema se presenta cuando dicha planificación se instala dentro del sistema tributario local dado que la proliferación de la conformación de grupos económicos locales obliga a las administraciones tributarias a analizar tales relaciones comerciales a efectos de diferenciar claramente aquellas legítimas de otras que se conforman con el único objetivo de evitar el pago de los impuestos correspondientes.

Como conclusión, la planificación tributaria es una herramienta legal que le permite a las empresas evaluar las distintas opciones para registrarse de manera de disminuir el impacto fiscal lo mayor posible, siempre dentro de la normativa legal, evitando caer en la elusión o evasión de impuestos. Hay que tener en cuenta que así como tiene ventajas, también presenta desventajas o ciertas limitaciones ya que se ve afectada por factores externos tales como los constantes cambios en la normativa que no pueden ser controlados por las empresas.

### *Pyme*

Una Pyme es una micro, pequeña o mediana empresa que realiza alguna actividad de tipo comercial, servicios, comercio, industria o minería o agropecuario en el país. (AFIP, s.f.).

Para que la empresa puede registrarse y poder formar parte de empresas Pymes, la AFIP establece 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.

*Tabla 1: Clasificación Pymes.*

Categoría	Construcción	Servicios	Comercio	Industria y Minería	Agropecuario
Micro	24.990.000	13.190.000	57.000.000	45.540.000	30.770.000
Pequeña	148.260.000	79.540.000	352.420.000	326.660.000	116.300.000
Mediana-Tramo 1	827.210.000	685.350.000	2.588.770.000	2.530.470.000	692.920.000
Mediana-Tramo 2	1.240.680.000	940.220.000	3.698.270.000	3.955.220.000	1.099.020.000

Fuente: AFIP

### *Venta y reemplazo*

La opción venta y reemplazo le permite al contribuyente al momento de enajenar un bien mueble amortizable, optar por imputar la ganancia de la enajenación al balance impositivo o, afectar la ganancia al costo del nuevo bien, en cuyo caso la amortización deberá practicarse sobre el costo del nuevo bien disminuido en el importe de la ganancia afectada (AFIP, 2019).

## **Diagnóstico y discusión**

### *Declaración del problema*

A partir de toda la información analizada sobre Redolfi S.R.L., podemos afirmar que la misma es una empresa de gran envergadura, ya sea por la cantidad de empleados que posee como por la cantidad de puntos de distribución y ventas.

Con base en su diagnóstico, se puede observar que la empresa no posee un área interna especializada en materia contable e impositiva. Esto se ve reflejado ya que presenta dificultades para cumplir en tiempo y forma con las obligaciones tributarias derivando en el pago de multas e intereses. También se observa un escaso aprovechamiento de beneficios fiscales por desconocimiento, como, por ejemplo: no inscribirse como empresa Pyme.

Los problemas planteados anteriormente derivan, en parte, de la falta de un software en la empresa que registre todos los movimientos de la misma que le permitan conocer constantemente su situación respecto de sus derechos y obligaciones y, a su vez,

carece de una planificación tributaria que le permita conocer con anticipación sus obligaciones para poder cumplir con todas correctamente.

#### *Justificación del problema*

Con base en lo planteado, se hace evidente la necesidad de la empresa de contar con una planificación tributaria que le permita planificar sus obligaciones en el tiempo con el fin de evitar sanciones, multas e intereses que se ven plasmadas en un aumento del costo y por lo tanto, en una reducción de la ganancia y pérdida de competitividad.

Se puede afirmar que con profesionales especializados que tengan conocimiento, por ejemplo del beneficio Pyme como se mencionó anteriormente, se pueden obtener beneficios como tomar a cuenta el impuesto a los débitos y créditos, que la empresa posee de manera elevada y disminuir el costo del impuesto a las ganancias. Es decir, se puede obtener rendimiento por simplemente aplicar conocimientos sin necesidad de evadir o eludir y enfrentarse a infracciones.

#### *Conclusión diagnóstica*

Considerando también que la empresa se encuentra inmersa en una normativa que sufre cambios constantemente, se recomienda la implementación de una planificación tributaria que le otorga todos beneficios positivos, ya que le permite conocer el costo fiscal que tendrá la empresa; cumplir en tiempo y forma con las obligaciones tributarias de manera de evitar pagar excesivos en multas e intereses; y la posibilidad de inscribirse a beneficios fiscales especiales que le permitan reducir costos.

## **Plan de implementación**

#### *Alcance*

De contenido: se aborda el tema en materia contable-impositiva, tomando como herramienta la planificación tributaria.

Metodológico: el análisis es de tipo descriptivo respecto del tratamiento impositivo a realizar en la empresa, cuantitativo en relación al cálculo del ahorro y beneficios y cualitativo conceptualizando cada uno de los elementos.

Ámbito geográfico: la planificación tributaria se aplica a la empresa Redolfi S.R.L., ubicada en James Craik, provincia de Córdoba, Argentina.

Temporal: el estudio se realiza con una duración estimada de implementación de tres meses.

### *Límite*

En el trabajo se realiza la planificación tributaria de la empresa Redolfi S.R.L para el periodo fiscal 2021, a los fines de cumplir con el objetivo general, limitándose a exponer sobre los beneficios fiscales que se obtienen de acuerdo a la normativa. Se encuentran involucradas las áreas de dirección, administración y contador externo de la empresa.

El trabajo presenta ciertos límites ya que es aplicable únicamente a empresas que se dediquen a la comercialización por mayor de productos alimenticios, que encuadren dentro del beneficio Mi Pyme y que se encuentren localizadas en James Craik, Córdoba. Por lo tanto, no abarca a otras empresas ni a otros tipos societarios.

### *Recursos involucrados*

Los recursos que se utilizarán para realizar la planificación tributaria son:

- Recursos tecnológicos como computadoras, impresoras, software.
- Acceso a internet para poder acceder a las plataformas por las cuales se realizan los trámites correspondientes de categorización e inscripción para tomar los beneficios.
- Ley de Pymes 27.264.
- Resolución 220/2019 de la secretaria de emprendedores y de la pequeña y mediana empresa del Ministerio de Producción y Trabajo.
- Sitio web de la Administración Federal de Ingresos Públicos.
- Resolución 19/2021 de la secretaria de emprendedores y de la pequeña y mediana empresa del Ministerio de Producción y Trabajo.
- Resolución 63/20 del Consejo Profesional de Ciencias Económicas de Córdoba.
- Recurso humano profesional, capacitado para llevar adelante la planificación.
- Mobiliario.
- Portal PyME, AFIP.

Los costos que la empresa tendrá que afrontar para lograr implementar la propuesta alcanzan la suma de \$724.720 por única vez y requieren un mantenimiento mensual de \$262.841, los cuales se detallan a continuación.

En relación a los recursos tecnológicos, alcanzan la suma de \$350.000 por única vez para la adquisición de equipamiento, como computadoras e impresoras, y la compra del software. Además, la suma de \$7.500 mensual, que incluye el mantenimiento mensual que requiere el software y el servicio de internet.

En relación a los recursos humanos, la empresa tendrá un costo total de \$928.743. En capacitación del personal el costo será de \$162.720. Dicho valor resulta de tomar como base la resolución 63/20 del Consejo Profesional de Ciencias Económicas de Córdoba, que establece el valor módulo o valor hora \$2.034. Se consideran 80 horas de capacitación prestadas por un profesional al personal ya existente en la empresa que desarrollará la planificación.

Los sueldos del personal involucrado en la planificación, de acuerdo al convenio colectivo de trabajo de los empleados de comercio que se basa la empresa, arriban un costo de \$185.427 mensual.

Los honorarios del contador externo de la empresa son de \$69.914 mensuales.

En relación a los mobiliarios necesarios, tales como mesas, sillas, escritorios, archiveros, entre otros, el costo es de \$212.000.

#### *Acciones concretas que desarrollar*

Con la elaboración de la planificación tributaria se busca obtener beneficios derivados de la inscripción al régimen Mi Pyme y lograr reducir el impacto de la carga fiscal.

En primer lugar, durante las tres primeras semanas, se debe revisar y analizar información de la empresa sobre su situación actual respecto de las obligaciones impositivas para verificar si las mismas se pagan en término.

Informar a la sociedad los beneficios que se obtienen con la planificación, sugiriendo la formación de un área interna especializada en materia contable impositiva.

Para un mejor resultado, se propone la implementación de un software que permita registrar todas las operaciones de la empresa y brindar la información necesaria en el momento justo.

Luego, siguiendo un orden lógico, en la semana 6 y 7, se analiza a la empresa para determinar si se encuadra dentro de los requisitos solicitados para registrarse como Pyme.

Los requisitos para acceder al beneficio Mi Pyme son los siguientes:

- Tener CUIT activo
- Tener clave fiscal nivel 2 o superior
- Estar inscripto en el monotributo o en el régimen general (ganancias e IVA)
- Estar adherido a trámites a distancia (la empresa no posee)

La vigencia del certificado es desde su emisión y hasta el último día del cuarto mes posterior al cierre de ejercicio. Durante dicho mes, hay que recategorizar la Pyme.

A partir de abril 2020, la renovación en el registro de Empresas Mi Pyme será automática para aquellas empresas que cumplan con los siguientes requisitos:

- Tener presentadas las declaraciones juradas de IVA y de cargas sociales de los últimos 3 ejercicios

Las empresas que deben hacer el trámite manualmente son aquellas que forman parte de un grupo económico, tengan vínculo con empresas extranjeras o sean IVA exento.

Redolfi S.R.L. cuenta con los requisitos necesarios para inscribirse en el régimen Pyme.

La inscripción se realiza en la página de AFIP, ingresando con el CUIT y la clave fiscal de la empresa. Se debe habilitar el servicio “PYMES Solicitud de Categorización y/o Beneficios” y seguir los pasos que en el mismo se indican. Dentro del servicio, se debe detallar específicamente si la empresa desea acceder al beneficio del pago de IVA a 90 días para lo cual se verificará el cumplimiento de todas las presentaciones y pagos vencidos.

A las 24hs de cargada la inscripción y si es aceptada, se recibe el certificado Mi Pyme, en la semana 8.

De acuerdo a la Tabla 1, presentada en el marco teórico, y a los datos extraídos del estado de resultados, Tabla 2, se puede calcular el promedio de ventas anuales de los últimos tres ejercicios, detallado en la Tabla 3. Del promedio resulta que la empresa Redolfi S.R.L. se encuentra categorizada como empresa pequeña, en el rubro comercio.

*Tabla 2: Estado de resultados comparativo de la empresa Redolfi S.R.L.*

Estado de resultados	31/12/2020	31/12/2019	31/12/2018
Ventas rubro almacén	188.635.385,85	164.030.770,3	131.224.616,24
Ventas rubro cigarrillos y golosinas	130.222.261,94	111.301.078,58	89.040.862,86
Total ventas del ejercicio	318.857.647,78	275.331.848,88	220.265.479,1

*Fuente: elaboración propia según información brindada.*

*Tabla 3: Ventas anuales de Redolfi S.R.L.*

Ejercicios cerrados al:	Ventas anuales	Promedio
31/12/2018	\$220.265.479,10	\$271.484.991,9
31/12/2019	\$275.331.848,88	
31/12/2020	\$318.857.647,78	

Fuente: elaboración propia.

Contar con dicho certificado le otorga a la empresa una serie de beneficios que se detallan a continuación:

*Alícuota reducida para el pago de contribuciones patronales*

Al obtener el certificado Mi Pyme, la empresa tendrá una alícuota reducida del 18% para el pago de las contribuciones patronales.

*IVA: pago a 90 días*

La empresa debe elegir al momento de la inscripción si desea contar con este beneficio. La presentación de la declaración jurada sigue siendo mensual, pero puedes ingresar el saldo resultante en la fecha de vencimiento correspondiente al segundo mes siguiente al de su vencimiento original.

*IVA: certificado de no retención*

La empresa Redolfi S.R.L. no podrá tener acceso a dicho beneficio por no contar con los requisitos exigidos (debe tener saldo a favor equivalente al 10% del promedio del impuesto determinado en las DDJJ de los últimos doce períodos fiscales, como mínimo).

*Compensación del impuesto al cheque en el pago de ganancias*

Si es una micro o pequeña empresa, se puede compensar en el pago de ganancias el 100% del impuesto al cheque. El beneficio tendrá efectos respecto del impuesto acreditado y/o debitado a partir del mes en el cual se apruebe la inscripción al registro.

Es un requisito que las cuentas bancarias estén a nombre del beneficiario inscripto.

### *Eliminación del impuesto a la Ganancia Mínima Presunta*

No se debe presentar ni pagar el impuesto a la Ganancia Mínima Presunta. Si bien lo consideran un beneficio para las Pymes, dicho impuesto quedó derogado para los ejercicios que se inician a partir del 1° de enero de 2019.

### *Incremento salarial*

Las micro, pequeñas y medianas empresas quedarán eximidas del pago de las contribuciones patronales con destino al Sistema Integrado Previsional Argentino, con relación al incremento salarial, por el término de 3 meses o en el plazo que tal incremento sea absorbido por las futuras paritarias.

### *Plan de pago permanente*

La empresa puede acceder a un plan de pago para deudas tributarias y de los recursos de la seguridad social, quedando excluidas las deudas sobre impuestos anuales como bienes personales y ganancias.

El valor máximo de cada cuota será determinado por los ingresos declarados y las tasas de financiación para las micro, pequeñas y medianas empresas tramo I, no podrán superar el 3% sobre cada cuota.

### *Exención de la comisión bancaria por depósitos en efectivo*

Los bancos no pueden cobrar comisiones a las Pymes que realicen depósitos en efectivo en sus cuentas bancarias.

Desde luego, para poder realizar todos los procedimientos de manera correcta, la empresa debe capacitar al personal en el área contable impositiva. Como resultado, se podrá observar una mejor calidad de trabajo, evitando errores que pueden llevar a sanciones. La obtención del certificado Mi Pyme también le otorga beneficios para poder cumplir esta necesidad.

El Programa de Capacitación Pyme consiste en un reembolso de hasta el 100% de los gastos asociados a proyectos de capacitación para el personal de las Pymes, presidente, vicepresidente y/o socios gerentes, a través de un bono electrónico aplicable al pago de impuestos nacionales. La convocatoria está vigente hasta el 30 de septiembre de 2021, siendo 100% digital y gratuita.

### *Venta y reemplazo*

La empresa puede optar por utilizar dicha opción prevista en la Ley de Impuesto a las Ganancias y en su Decreto Reglamentario, con el objetivo de renovar bienes de uso



y obtener como beneficio la no tributación al momento de la venta, sino que, se logra diferir el pago del tributo a los períodos fiscales siguientes al de realizada la venta del bien a reemplazar.

Para poder aplicar la opción de venta y reemplazo, ambas acciones deben realizarse en el plazo de un año.

#### *Marco de tiempo*

Mediante el Diagrama de Gantt, que es una herramienta gráfica cuyo objetivo es exponer el tiempo estimado de dedicación a diferentes tareas, se expondrá el plazo aproximado de realización de cada una de las actividades propuestas en el plan.

*Tabla 3: Diagrama de Gantt.*

Tareas/ Semanas	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Analizar la situación actual de la empresa												
Verificar el cumplimiento de las obligaciones fiscales												
Informar a la sociedad los beneficios que se obtienen de la planificación tributaria												
Formar un área interna especializada en materia contable impositiva y capacitar al personal												
Implementación de software para registrar las operaciones de la empresa												
Evaluar a la empresa para encuadrarla como Pyme												
Inscripción en el régimen Mi Pyme y solicitud de beneficios												
Control de las actividades realizadas para la detección de algún posible error												

Fuente: elaboración propia.

#### *Evaluación de la propuesta*

En este apartado se proponen distintos mecanismos a emplear para evaluar la eficiencia de la implementación de la planificación tributaria en la reducción de las cargas fiscales.

Se planifica realizar reuniones mensuales con el objetivo de corroborar el cumplimiento de las obligaciones tributarias y el avance del plan.

Al finalizar la sexta semana, como está previsto, el personal de la empresa se encontrará capacitado e integrando el área especializada en materia contable impositiva.

Se espera, para la octava semana, ya contar con el certificado Mi Pyme, lo que le va a otorgar a la empresa muchos beneficios, entre ellos, la posibilidad de reducir la carga fiscal.

Al llegar a la duodécima semana, se confía que la empresa ya habrá hecho uso de la opción venta y reemplazo para obtener beneficios, principalmente, en el impuesto a las ganancias.

Para poder reflejar los beneficios impositivos obtenidos de la planificación tributaria en la empresa Redolfi S.R.L., se utilizarán indicadores de los niveles de los distintos tributos abonados, como por ejemplo: impuesto a las ganancias y contribuciones patronales. Se hará una comparación de lo abonado antes y después de la implementación de la planificación, en base a dichos indicadores.

*Tabla 4: corrección alícuota del impuesto a las ganancias.*

2020		
Alícuota del 35%	Corrección alícuota del 30%	Ahorro
4.294.339,32	3.680.862,276	613.477,044

Fuente: elaboración propia.

*Tabla 5: exposición de resultados sin corrección de la alícuota e implementación de los beneficios de la planificación.*

Estado de resultados	2020
Resultado antes de impuesto a las ganancias	12.269.540,92
Impuesto a las ganancias	4.294.339,32
Resultado final	7.975.201,60

Fuente: elaboración propia.

*Tabla 6: exposición de resultados con corrección de la alícuota del impuesto a las ganancias e implementación del beneficio del impuesto al cheque.*

Estado de resultados		2020	Ahorro total
Resultado antes de impuesto a las ganancias		12.269.540,92	3.351.423,94
Impuesto a los débitos		2.737.946,9	
Impuesto a las ganancias		942.915,376	
Resultado final		11.326.625,044	

Fuente: elaboración propia.

*Tabla 7: aplicación del beneficio alícuota reducida del 18% para el pago de contribuciones patronales.*

	Con certificado Pyme	Sin certificado Pyme
Remuneración mensual	61.145,29	61.145,29
Mínimo no imponible	7.003,68	7.003,68
Importe imponible	54.141,61	54141,61
Contribución mensual del por empleado	9.745,49	11.044,88
Contribución anual por el total de 170 empleados	19.880.799,6	22.531.555,2
Ahorro anual	2.650.755,2	

Fuente: elaboración propia.

La empresa como consecuencia de la implementación de la planificación tributaria, va a cumplir en tiempo y forma con sus obligaciones. El hecho de cumplir como corresponde, le va a permitir ahorrar ya que la empresa no va a tener que pagar conceptos como intereses impositivos o intereses por planes de pago. En el año 2020 dichos conceptos totalizaron un total de \$2.113.942.2

Tabla 8: ahorro neto anual

	Impuesto a las ganancias	Contribuciones patronales	Intereses impositivos
Sin planificación	4.294.339,32	22.531.555,2	2.113.942,2
Con planificación	942.915,376	19.880.799,6	0
Ahorro	3.351.423,94	2.650.755,2	2.113.942,2
Costo de implementación	1.301.243		
Ahorro neto anual	6.814.878,34		

Fuente: elaboración propia.

Como se puede observar en la Tabla 8, la planificación tributaria de la empresa Redolfi S.R.L. arroja un ahorro anual de \$6.814.878,34, basado en la inscripción al régimen Mi Pyme y sus beneficios.

Para reflejar el resultado y rendimiento de la inversión, se utilizará el indicador ROI. Dicho indicador permite conocer el retorno sobre la inversión.

$$ROI = \frac{\text{Ingreso} - \text{Inversión}}{\text{Inversión}} = \frac{\$8.116.121,34 - \$1.301.243}{\$1.301.243} = 5,24$$

El resultado refleja que la implementación de la planificación tributaria genera beneficios para la organización, obteniendo un retorno de \$5,24 por cada peso invertido.

## Conclusión y recomendaciones

### Conclusión

Como conclusión final al presente trabajo, se puede afirmar que es fundamental la aplicación de la planificación fiscal en la empresa, ya que se encuentra inmersa en un contexto muy competitivo, con normativas muy cambiantes y altas cargas fiscales, que requieren contar con una proyección de sus obligaciones, que le permita reducir el impacto tributario y, como resultado, menores costos que le permiten ser más competitivos.

A lo largo del trabajo se destaca la necesidad de un análisis profundo de la empresa para tener conocimiento de sus obligaciones, y normativas a las que se encuentra sujeta, evitando el pago de intereses, multas y sanciones por errores en los cumplimientos.

Un resultado a destacar de la planificación es que se capacitó al personal del área contable-impositiva, ya que la empresa destinaba grandes sumas de dinero al pago de impuestos por falta de conocimientos.

Del análisis realizado a Redolfi S.R.L., se identificó que la empresa no está inscripta en el régimen Pyme, más allá de que cuenta con los requisitos necesarios. Por lo tanto, mediante la planificación, se realiza la inscripción en dicho régimen, obteniendo beneficios en distintos impuestos, como impuesto a las ganancias, impuesto al valor agregado, impuesto al cheque, reducción de la alícuota de contribuciones patronales, entre otros.

En resumen, la planificación fiscal le permite a la empresa obtener beneficios tanto cuantitativos, por medio del ahorro fiscal, como cualitativos, por capacitar al personal. Es una herramienta capaz de disminuir el pago de tributos sin tener que evadir o eludir impuestos.

#### *Recomendaciones*

Se recomienda a la empresa Redolfi S.R.L. crear un área de Recursos Humanos que se encargue de:

- la gestión administrativa del personal;
- reclutamiento y selección del personal de forma profesional;
- evaluación del desempeño;
- capacitación constante;
- análisis de puestos de trabajo.

En la actualidad, la tecnología nos brinda la posibilidad de estar presentando cada vez más en redes sociales de consumo masivo. Por lo tanto, se recomienda a Redolfi S.R.L. introducirse más en el marketing, para darle mayor publicidad a la empresa, sus productos y servicios, llegando a potenciales clientes.

También debería considerar agregar el servicio de ventas online a sus clientes, que es un canal más de ventas para obtener ingresos.

Si se considera un plano internacional, se recomienda a la empresa analizar la posibilidad de exportar sus productos. Primeramente, puede arrancar con países limítrofes o aquellos países con los que se tenga algún acuerdo comercial que facilite la operación.

Se recomienda a la empresa, no conformarse únicamente con la presentación del régimen Mi Pyme al que no estaba inscripta y le otorga beneficios económica y

financieramente, sino que seguir con capacitaciones y actualizaciones que le permitan lograr la mejor versión de sí misma.

## Referencia

ACRIP - Federación Colombiana de Gestión Humana (2020). *Importancia de la tecnología en las PyMEs y empresas en crecimiento*. Recuperado el 30 de abril de 2021 de <https://www.acripnacional.org/importancia-de-la-tecnologia-en-las-pymes-y-empresas-en-crecimiento/#:~:text=La%20tecnolog%C3%ADa%20es%20un%20recurso,y%20cobranza%2C%20capacitaci%C3%B3n%2C%20etc.>

AFIP (Administración Federal de Ingresos Públicos) (2019). Recuperado el 16 de mayo de 2021 de [https://www.afip.gob.ar/genericos/guiavirtual/consultas\\_detalle.aspx?id=1208366](https://www.afip.gob.ar/genericos/guiavirtual/consultas_detalle.aspx?id=1208366).

AFIP (Administración Federal de Ingresos Públicos) (s.f.). Recuperado el 16 de mayo de 2021 de <https://pymes.afip.gob.ar/estiloAFIP/pymes/ayuda/default.asp>.

Alvarado Cervantes, O. (2015). *Administración Estratégica. Análisis PEST*. Recuperado el 21 de abril de 2021 de <https://docplayer.es/70097987-Administracion-estrategica-analisis-pest-administracion-estrategica-analisis-pest.html>.

Bolsa de Comercio de Córdoba (2020). Aun no se recuperan el comercio interno ni el externo. Recuperado el 29 de abril de 2021 de <https://www.bolsacba.com.ar/instituto-de-investigaciones-economicas/informes-economicos/64/>.

Caamal Yam, E., Cortes Pérez, I. D., & Solis Vargas K. G. (2019). La planeación fiscal como estrategia para la toma de decisiones. *Académica de Investigación*. Recuperado el 17 de Abril de 2021 de <https://www.eumed.net/rev/tlatemoani/30/planeacion-fiscal.html>.

Centro de Implementación de Políticas Públicas para la equidad y el crecimiento (2020). Impacto social del COVID-19 en Argentina. Recuperado el 30 de abril de 2021 de <https://www.cippec.org/publicacion/impacto-social-del-covid-19-en-argentina-balance-del-primer-semester-del-2020/#:~:text=La%20crisis%20desenlazada%20por%20la,como%20la%20construcci%C3%B3n%20el%20comercio%2C>.

Chuva Murillo, G. J. (2016). *Análisis de los aspectos positivos y negativos del contribuyente en la aplicación de la planificación tributaria*. Universidad Técnica de Machala, Ecuador. Recuperado el 18 de abril de 2021, de <http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/8690/1/ECUACE-2016-CA-CD00101.pdf>

Fernández, O. (2019). IMPUESTO A LAS GANANCIAS REFORMA LEY 27.430 SOCIEDADES. Recuperado el 30 de abril de 2021 de <https://www.cpba.com.ar/ipit/ContenidosMinimos/CO60002165.pdf>.

Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (2020). COVID-19: fuerte pérdida de ingresos, dificultades en la compra de alimentos y aprobación del aislamiento social preventivo. *UNICEF*. Recuperado el 24 de abril de 2021 de <https://www.unicef.org/argentina/comunicados-prensa/covid-19-unicef-encuesta-percepcion-poblacion>.

García, M. (2011). *Planificación fiscal*. Administración Federal de Ingresos Públicos, Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Recuperado el 17 de abril de 2021, de <https://www.afip.gov.ar/educacionTributaria/BibliotecaDigital/documentos/ST15.pdf>.

Gobierno argentino extiende programa de Precios Cuidados por tres meses más (13 de Abril de 2021). *El economista*. Recuperado el 24 de abril de 2021, de <https://www.eleconomista.com.mx/mercados/Gobierno-argentino-extiende-programa-de-Precios-Cuidados-por-tres-meses-mas-20210413-0142.html>.

Gomez, I. (2019). Planificación Fiscal para el proceso de tomas de decisiones y reducción de cargas fiscales de Motores S.A. Recuperado el 20 de mayo de 2021 de <https://repositorio.uesiglo21.edu.ar/bitstream/handle/ues21/16709/GOMEZ%20IVANA.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2020). Informe de resultados- Estudio sobre el impacto de la COVID-19 en los hogares del Gran Buenos Aires. Recuperado el 30 de abril de 2021 de [https://www.indec.gov.ar/ftp/cuadros/sociedad/EICOVID\\_segundo\\_informe.pdf](https://www.indec.gov.ar/ftp/cuadros/sociedad/EICOVID_segundo_informe.pdf).

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2021). Informes técnicos / Vol. 5, n° 44 – Encuesta de supermercados y autoservicios mayoristas. Recuperado el 24 de abril



de 2021 de  
[https://www.indec.gob.ar/uploads/informesdeprensa/super\\_03\\_21FF02444A7E.pdf](https://www.indec.gob.ar/uploads/informesdeprensa/super_03_21FF02444A7E.pdf).

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2021). Informes técnicos / Vol. 5, n° 67 – Índice de precios al consumir (IPC) Marzo (2021). Recuperado el 24 de abril de 2021 de  
[https://www.indec.gob.ar/uploads/informesdeprensa/ipc\\_04\\_21CDDCA5F8DD.pdf](https://www.indec.gob.ar/uploads/informesdeprensa/ipc_04_21CDDCA5F8DD.pdf).

Irazoqui, Fernando (2005). La importancia de una adecuada Planificación Fiscal. *Práctica Profesional, tributaria, laboral y de la seguridad social*. La Ley Online.

Loja Cueva, D. P. (2016). *La planificación tributaria de la empresa comercial Distribuidora Adrimar de la ciudad de Piñas y su impacto en el cumplimiento de sus obligaciones año 2013*. Universidad Técnica de Machala, Ecuador. Recuperado el 20 de mayo de 2021 de <http://repositorio.utmachala.edu.ec/handle/48000/6679>.

Marcelo Elizondo (2020). Mientras el mundo baja impuestos a las empresas, en Argentina se discute cómo aumentar la presión impositiva. *Infobae*. Recuperado el 30 de abril 2021 de <https://www.infobae.com/economia/2020/08/31/mientras-el-mundo-baja-impuestos-a-las-empresas-en-argentina-se-discute-como-aumentar-la-presion-impositiva/>.

Ministerio de Desarrollo Productivo (2021). *Precios cuidados*. Recuperado el 24 de Abril de 2021 de <https://www.argentina.gob.ar/precios-cuidados>.

Porter, M. E. (2008). Las cinco fuerzas competitivas que le dan forma a la estrategia. *Harvard Business Review*. Recuperado el 30 de mayo de 2021 de [https://www.academia.edu/4456952/Cap\\_1\\_Las\\_cinco\\_fuerzas\\_competitivas\\_que\\_le\\_dan\\_forma\\_a\\_la\\_estrategia](https://www.academia.edu/4456952/Cap_1_Las_cinco_fuerzas_competitivas_que_le_dan_forma_a_la_estrategia).

Ramírez Rojas, J.L. (2012). Procedimiento para la elaboración de un análisis FODA como una herramienta de planeación estratégica en las empresas. Recuperado el 30 de abril de 2021 de  
<http://148.202.167.116:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/1214/Procedimiento%20para%20la%20elaboraci%C3%B3n%20de%20un%20an%C3%A1lisis%20FODA%20como%20una%20herramienta%20de%20planeaci%C3%B3n%20estrat%C3%A9gica%20en%20las%20empresas.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.

Rivas Coronado, N. (2000). *Planificación tributaria: conceptos, teoría y factores a considerar*. Chile: Magril Limitada.

Villareal Oleas, E.C. (2012). *Planificación tributaria aplicada a Seguros Confiar para el año 2012*. Recuperado el 20 de mayo de 2021 de <http://repositorio.iaen.edu.ec/handle/24000/3891>.

Villasmil Molero, M. (2017). La planificación tributaria: Herramienta legítima del contribuyente en la gestión empresarial. Recuperado el 16 de mayo de 2021 de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6154121>.

Villegas, H. B. (2016). *Curso de finanzas, derecho financiero y tributario* (10° ed.). Buenos Aires: Astrea.