

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. Redolfi S.R.L.

Autora: Agostini, Clara Leila

DNI: 36.002.249

Legajo: VCPB32802

Director de TFG: Salvia Nicolás

2021

Resumen

El presente trabajo, realizado sobre la empresa Redolfi S.R.L., tiene como objetivo analizar la importancia de la planificación fiscal como herramienta para disminuir el impacto de las cargas fiscales que afectan el desarrollo de su actividad. Aprovechando los beneficios que otorga la Ley, evitando cualquier posibilidad de cometer delitos como la elusión o evasión fiscal. Para su desarrollo se realizó un análisis de su entorno interno y externo, y tomando lineamientos de contenidos teóricos que establecen la importancia de desarrollar una herramienta que permita conocer a la empresa y su situación tributaria particular. Se proponen acciones cuyo objetivo es la reducción del costo impositivo y el mejoramiento de los resultados financieros de la empresa. Algunas de ellas son su ingreso en el Régimen de Pyme y valerse de las ventajas que brinda la Ley 20.628 de Impuestos a las Ganancias. Los resultados obtenidos en el estudio de este caso particular, muestran que a través de la aplicación de estas herramientas, se puede lograr la optimización de los recursos financieros de la empresa, permitiéndole su crecimiento en el mediano plazo.

Palabras claves: Planificación estratégica, tributación, empresa.

Abstract

The present work, carried out on the company Redolfi S.R.L., aims to analyze the importance of tax planning as a tool to reduce the impact of tax burdens that affect the development of its activity. Taking advantage of the benefits granted by the Law, avoiding any possibility of committing crimes such as tax evasion or tax avoidance. For its development, an analysis of its internal and external environment was carried out, and taking guidelines of theoretical contents that establish the importance of developing a tool that allows knowing the company and its particular tax situation. Actions are proposed with the objective of reducing the tax cost and improving the company's financial results. Some of them are its entry into the SME Regime and taking advantage of the benefits provided by the Income Tax Law 20.628. The results obtained in the study of this particular case show that the application of these tools would allow the optimization of the company's financial resources, enabling it to grow in the medium term.

Key words: Strategic planning, taxation, company.

Agradecimientos

A mi familia y a mi novio por ser mi gran compañero de vida, por ser mis pilares fundamentales, mi sostén y mi motivación para seguir adelante.

Índice

Introducción.....	1
Análisis de la situación general	3
<i>Descripción de la situación.</i>	3
<i>Análisis del contexto.</i>	6
<i>Diagnostico Organizacional</i>	10
Marco teórico.....	12
<i>Evasión y elusión tributaria.</i>	14
Diagnóstico y discusión.	15
<i>Declaración del problema.</i>	15
Plan de implementación.	17
Conclusión y recomendaciones.	25
Bibliografía.....	27

Introducción

La empresa A. J. & J. A. Redolfi, se encuentra en la localidad de James Craik, Córdoba, Argentina. Con una trayectoria de 50 años de experiencia en la actividad de distribución y venta mayorista de productos alimenticios, bebidas, refrigerados, cigarrillos, artículos de limpieza y perfumería, principalmente.

La actividad comenzó el 1 de septiembre de 1959, cuando Alonso Jacobo y Miguel Ángel Redolfi adquirieron en James Craik un comercio de cigarrería, bazar y librería al que denominaron Redolfi Hermanos. En 1975, los hermanos deciden, por común acuerdo, tomar sus propios caminos y separarse. Miguel continuó con librerías y bazar; Alonso exploró el rubro de la distribución, al que se unió su hijo José, actual presidente de la empresa. De esta manera, quedó conformada la sociedad Alonso J. y José A. Redolfi Sociedad de Hecho. En 1976 compraron la empresa Feres y se hicieron cargo de la distribución de cigarrillos en varias localidades de la provincia de Córdoba.

Desde aquella fecha a la actualidad, Alonso J. y José A. Redolfi S. R. L (actual denominación y forma jurídica), comercializa 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, Maxiconsumo S. A., Regional Trade, Pavon Arriba S. A., Las Marías S. A., Compañía Introdutora Bs. As., RPB S. A., Compañía General de Fósforos, Glaxo, Fratelli Branca y Kodak, entre las más importantes.

Con el paso de los años y sus valores claramente establecidos, lograron forjar sucursales de autoservicio mayorista en Río Tercero, Villa María (perdido por incendio en 2014), Río Cuarto y San Francisco. A su vez crearon Distribuidora Redolfi S.R.L. para la distribución de productos congelados.

Actualmente, tiene un plantel compuesto por 170 empleados; cuenta con aproximadamente 6000 clientes, 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.

Su estrategia es marcar una diferenciación con respecto a sus competidores a través de un servicio altamente orientado a la satisfacción del cliente y con precios competitivos.

Brindando un amplio surtido de productos a niveles de precios bajos, si se comparan con los de los competidores.

La sociedad se encuentra inscrita a nivel nacional, en Impuesto a las ganancias, en el SICORE (Sistema de Control de retenciones), IVA y como empleador; a nivel provincial en el régimen general de ingresos brutos de Córdoba y a nivel municipal en la tasa de industria y comercio de James Craik. Por lo tanto, debe cumplir en tiempo y forma el pago de los tributos, de lo contrario tiene como consecuencia sanciones como multas e intereses. Los impuestos, tasas y contribuciones son considerados la principal fuente de ingreso para solventar el gasto público y así el Estado puede satisfacer las necesidades públicas. Villegas (2005).

A nivel internacional son varios los autores y trabajos que manifiestan la importancia de una planificación fiscal. Por ejemplo: Fernández Belloso, Miguel (2004) estudia las políticas contables y tributarias, en la planificación tributaria de la empresa "ZARAMELLA & PAVAN CONSTRUCTION COMPANY, SA", dedicada al ramo de la construcción, Cueva (2016) busca implementar una adecuada planificación tributaria, de la empresa distribidora, mediante la aplicación de estrategias que permiten determinar el pago justo de impuestos y un fiel cumplimiento de las obligaciones tributarias; y Sanandres, Ramirez, y Sanchez (2019) enfocándose en una herramienta para mejorar los procesos en las organizaciones.

En el artículo de [Rodado Ruiz, María del Carmen](#) (2017), trata sobre la publicación de "Planificación fiscal. Personal y empresa" de Félix Domínguez Barrero, donde la planificación fiscal no solo sirve para ahorrar impuestos, sino que también para maximizar la renta disponible, minimizando los costos de la actividad económica o incrementando la riqueza. Además la autora agrega que a través de la planificación fiscal se aprende una forma de razonar y pensar ante decisiones económicas con una metodología que permite discernir la mejor opción, la más rentable.

En Argentina, se puede citar el trabajo realizado por Gómez (2019), quien ha basado su investigación en una empresa de fabricación y venta al por mayor de autopartes Motores S.A de la provincia de Córdoba, llega a la conclusión que se puede reducir la carga impositiva instrumentando medidas fiscales dentro del marco de la legalidad.

También se puede observar el trabajo desarrollado por Agú (2019), considerando

para la planificación fiscal el cambio de tipo societario, por ello plantea diferentes escenarios societarios y sus resultados aplicados a una empresa ganadera de Santa Fe.

El trabajo es de gran utilidad para que la empresa sea consciente de la necesidad de una adecuada planificación tributaria. Por lo expuesto anteriormente, se determina como objetivo general, la elaboración de una Planificación Fiscal, para la Firma Redolfi S.R.L. para el primer semestre del año fiscal 2021.

Referente a los Objetivos Específicos, se plantean los siguientes:

- Determinar la importancia de la planificación tributaria como herramienta para la toma de decisiones de la empresa
- Analizar si la empresa está en condiciones y posee los requisitos para adherirse a normativas que le den acceso a beneficios.
- Llevar adelante la búsqueda de alternativas que permitan una reducción en el impacto de la carga impositiva sobre la empresa Redolfi S.R.L., dentro del marco normativo fiscal.

Análisis de la situación general

Descripción de la situación.

La visión de Redolfi es: ser una empresa líder en el mercado, diversificar su cartera de proveedores, generar alianzas con ellos, y proporcionar una calidad de servicio excelente a sus clientes.

Su misión es atender las necesidades de sus clientes, proporcionando un servicio de distribución mayorista de calidad, con una gran cantidad de productos de primeras marcas. Permitiéndoles también a sus empleados la posibilidad de desarrollar sus habilidades y crecer dentro de la empresa.

Posee marcados valores hacia el cliente, proveedor y equipo de trabajo; confianza, cumpliendo con lo prometido; esfuerzo y dedicación en mantener el crecimiento y desarrollo de la empresa; honestidad, responsabilidad social y comunitaria, buscando de esta manera lograr la satisfacción del cliente.

Gracias a ello, hoy en día, 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.

La empresa actualmente cuenta con un centro de distribución principal ubicado en la ciudad de James Craik, donde centraliza las compras a los proveedores y el abastecimiento a las cuatro sucursales del interior provincial.

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 para abarcar geográficamente la mayor parte de cada una de las localidades donde se encuentra.

El proceso de comercialización que utiliza Redolfi S.R.L., consta de tres etapas principales: abastecimiento, recepción y venta.

El abastecimiento se realiza a través de pedidos por internet, y las ventas se realizan por medio de dispositivos móviles; los encargos de mercadería se deben realizar con 24 horas de anticipación para lograr llegar con el pedido en los términos y condiciones que se establecen. La empresa cuenta con un sistema informático que comunica al encargado de compras que estaría faltando, como índices de stock, logrando el control y la anticipación al faltante.

En la recepción, se procede a la descarga de los camiones, con autoelevadores, según si son pallets o no; en forma conjunta un empleado realiza el control de lo solicitado y corrobora si coincide con lo pedido, ya que no cuentan con elementos para poder ejecutarlo de forma automática.

Las ventas se realizan sin restricciones, no se exigen volúmenes mínimos de compras, pero si requisitos tributarios, como ser monotributista o responsable inscripto. Se realizan estrategias de venta según los vencimientos de los productos en stock. No existen planes de financiación para los clientes, se vende el 80% de contado y para abonar el saldo se da un plazo máximo de 21 días.

Con respecto a las ventas sin restricción la empresa muestra una falta de planificación, tanto de logística tributaria y además ausencia en el control de ventas. En cuanto a los precios de venta, el margen de marcación que aplica Redolfi oscila entre un 10 % y un 30 %, esto depende del producto y del volumen de compras al proveedor. Ya que a mayor volumen de compra se puede conseguir un margen superior, dado que alcanzan los descuentos que le otorga el proveedor.

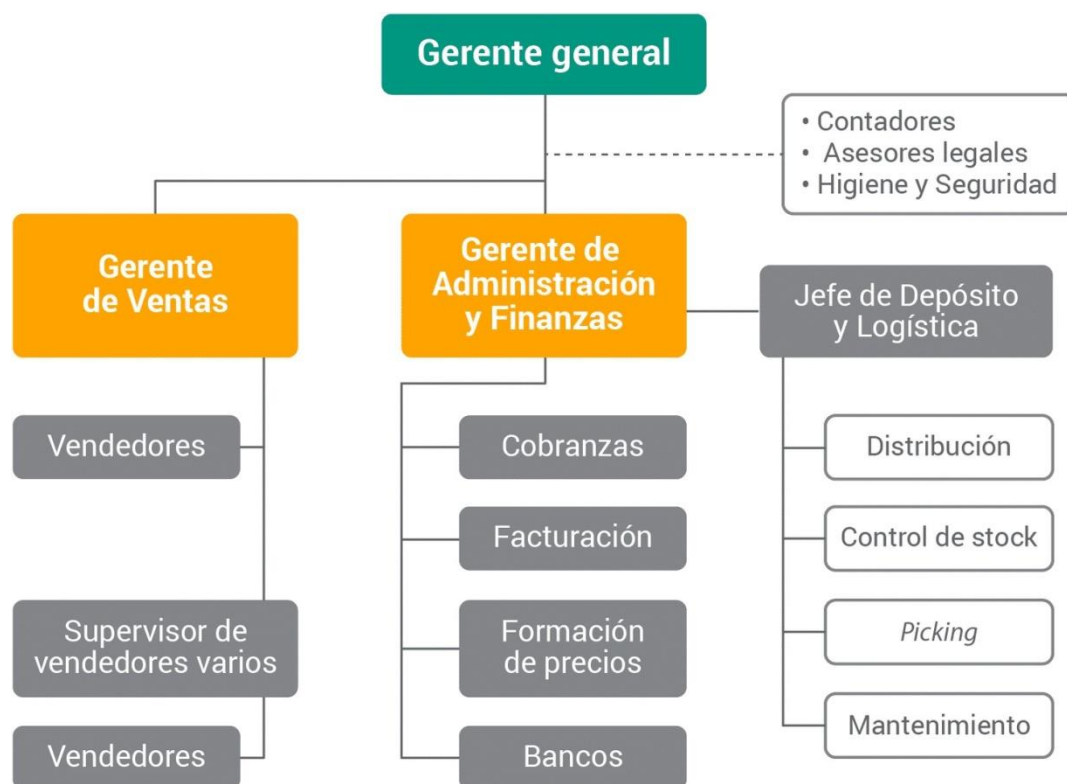
En cuanto a la publicidad, no cuenta con una estrategia planificada. Su publicidad y

posicionamiento de marketing se realiza a través de radios locales y clubes deportivos de James Craik. Participa en eventos regionales como festivales y aparece en infoguías de Río Cuarto. Sus vehículos tienen ploteos de la empresa.

Su principal método de posicionamiento se realiza mediante la actividad diaria y el servicio que ofrece desde su inicio a través de sus generaciones. En el año 2016 decidieron renovar su logo con objetivos de renovación y rediseño de imagen institucional.

Para ver su estructura en lo organizacional, se presenta un organigrama del centro de distribución de James Craik, donde se controlan las sucursales y se centraliza la administración.

Figura 1: Organigrama Centro de James Craik



Fuente: Elaboración propia con información brindada por la empresa.

Del organigrama se puede observar que la empresa no cuenta con profesionales para la administración de impuesto, debiendo recurrir a un asesor contable externo.

La empresa no se encuentra inscrita en el régimen Pyme, el cual brinda beneficios para disminuir la carga fiscal. Con la información que brindan los estados contables, se

divisa que la empresa posee deudas tributarias. (ambos factores pueden llegar a afectar la competitividad de la empresa)

Análisis del contexto.

Para comprender el ambiente en que se encuentra la organización actualmente, se utiliza la herramienta PESTEL, la cual permite definir el contexto de la empresa a través de factores externos que condicionan su actividad (Parada P.,2013).

Político:

Actualmente, el mundo se encuentra atravesado por la pandemia generada por el Coronavirus (COVID-19), y nuestro país no es la excepción. Por esta razón, el Gobierno Nacional, ha tomado medidas de manera urgente que inciden en la vida de la sociedad y las organizaciones. Como resultado de esta situación, se formuló el Decreto de Necesidad y Urgencia Aislamiento Social, Preventivo y Obligatorio 297/2020 (DNU 297/2020) que exige: “(...) todas las personas que habitan en el país o se encuentren en él en forma temporaria deberán permanecer en sus domicilios habituales o en donde se encontraban a las 00:00 horas del día 20 de marzo de 2020. Hasta el 12 de abril inclusive, deberán abstenerse de concurrir a sus lugares de trabajo y no podrán circular por rutas, vías y espacios públicos” (Decreto de Necesidad y Urgencia 297/2020, 2020).

Económico:

La economía presenta una recesión, en el cuarto trimestre de 2020, muestra una caída de 4,3% con relación al mismo período del año anterior. El PIB desestacionalizado del cuarto trimestre de 2020, con respecto al tercer trimestre de 2020, arroja una variación de 4,5%, mientras que la tendencia-ciclo muestra una variación positiva de 0,5%. (Ministerio de Economía de la República Argentina, 2021).

Con respecto a la inflación, la proyección para el año en curso rondará alrededor del 47,3% según lo estimado por el REM (Relevamiento de Expectativas de Mercado) que asesora al BCRA (Banco Central de República Argentina, 2021). Esta se encontrará impulsada principalmente por los aumentos en las tarifas de servicios (luz, gas, transporte), el precio de los combustibles, los cuales se trasladan directamente a los precios de los diferentes bienes y servicios de la economía.

Social:

Se observa el crecimiento de los indicadores de la pobreza e indigencia que se presentan en la actualidad los cuales arrojan un índice del 42% y 10.5% lo que muestra un incremento sustancial, como consecuencia de la situación económica que atraviesa el país. Indec (2021).

En el marco de la emergencia sanitaria dentro de la población ocupada se observaron cambios en su composición: en primer lugar, se verificó un aumento en la proporción de ocupados ausentes. Las personas que no pudieron concurrir por suspensiones, otras causas laborales y licencias. También se incrementó significativamente el número de personas que trabajo on line, desde su vivienda. Este indicador pasó de representar el 6,5% a constituir el 22,0%. Indec (2021).

El aumento de la tasa de desocupación (TD), alcanzó el 13,1% en relación con la PEA. Este incremento se vio influenciado por: el aumento del número de personas que no pudo trabajar, como por la reducción de la población económicamente activa total. Indec (2021)

Tecnológico:

Según un informe que realizó la Cámara Argentina de Comercio Electrónico (CACE), **en 2020 hubo casi 1,3 millones de personas que comenzaron a comprar a través de internet, un 6% en comparación a 2019. Razón por la cual, las ventas por canales online crecieron un 124% respecto al año anterior.** A partir del aislamiento preventivo que se impulsó por la pandemia, muchos eligieron realizar compras de forma electrónica como una alternativa más segura, mostrando que “cada vez dependemos más del mundo online”. **Desde el último año, 6 de cada 10 compran algún producto, al menos una vez por mes, y la mitad de los compradores post-pandemia ya son usuarios cotidianos o regulares, KANTAR (2021).**

Ecológico:

Podemos destacar que Argentina se encuentra dentro del programa que lleva adelante la ONU, denominado Objetivos de Desarrollo Sostenible, el cual consta de 17 objetivos, los que destacamos en esta sección son: agua limpia y saneamiento, energía asequibles y no contaminantes, ciudades sostenibles, producción y consumo responsable, acción por el clima, vidas submarinas, vida de ecosistema terrestres (Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, 2017).

Para el cumplimiento de los objetivos detallados en el párrafo anterior, el gobierno nacional implementó el Plan Nacional de Agua Potable y Saneamiento, el que tiene como objetivo para el presente año una cobertura de 100% de red de agua potable y 75 % en cloacas, cuyo costo demandará una inversión cercana a los 22.000 millones de dólares (Dir. Nac. Del Agua potable y Saneamiento – Subsecretaria de Recursos Hídricos, 2017)

Legal:

Debido a la pandemia y las causas detalladas en párrafos anteriores, se decidieron múltiples medidas que afectan a gran parte de las empresas del país. En primer lugar, la excepción al Aislamiento Social, Preventivo y Obligatorio dentro de la que se encuentran las distribuidoras y autoservicios mayoristas; el otorgamiento de licencias a trabajadores mayores de 60 años y a padre, madre o tutor de menores escolarizados. También mencionamos la prohibición de despidos y suspensiones por 90 días a partir del 31 de marzo de 2020. (Decreto N° 39/2021)

Análisis del sector de la empresa.

Una herramienta importante para realizar el análisis externo, es la propuesta de Porter (2008), denominado: Modelo de las Cinco Fuerzas, que permite diagnosticar las presiones competitivas del mercado y evaluar cada una de ellas.

Figura 2: Las Cinco fuerzas de Porter.



1.- Competidores potenciales (amenaza de nuevos entrantes)

La industria de distribución y autoservicio de alimentos y bebidas mayorista posee gran cantidad de competidores ya establecidos. Las barreras que existen son altas, debido a que es un rubro que requiere de grandes inversiones de capital, para la infraestructura, la compra de mercadería, la logística en relación al almacenamiento y distribución, el equipo de maquinarias y tecnologías necesarias para el cumplimiento de las actividades.

2.-Poder de negociación con los proveedores.

Las grandes industrias con las que trabaja Redolfi en cuanto a productos alimenticios son Arcor, Kraft Food, Molinos del Ríos de la Plata, etc., y los fabricantes de productos de higiene y limpieza, se destacan los principales, Gillette Argentina, Johnson & Johnson, entre otros. Dichos proveedores poseen los medios necesarios como para distribuir y vender por cuenta propia su mercadería en caso de no estar satisfechos con el servicio tercerizado. Por lo tanto los proveedores se encuentran en una condición de privilegio y poder sobre las empresas que conforman la industria.

3.-Poder de negociación de los clientes.

Sus clientes son kioscos, almacenes y mercados, quienes poseen un mayor volumen de ventas, un ciclo de reposición más corto y mayores niveles de compras. Con ello pueden obtener mejores precios por volumen y opciones de financiamiento más accesibles. El proveedor, se concentrará para no perder a sus clientes por las utilidades que obtiene del mismo.

También hay que considerar la fidelidad que tengan los consumidores con aquellas marcas que brindan cada mayorista. Hoy en día, el mercado ofrece gran cantidad de productos y de marcas, por lo que las empresas tienen variedad y volumen de oferta, el cliente puede adquirir los productos en donde le sea más beneficioso.

4.-Amenaza de productos sustitutos.

En el sector de autoservicios mayoristas, en ocasiones las grandes cadenas de hipermercados tanto minoristas como mayoristas (Walmart, Makro, Diarco, etc.) lanzan importantes ofertas y rebajas de precios en productos determinados, logrando que almacenes, minimercados y hasta kioscos, que poseen recursos mínimos como para transportar mercadería, se dirijan a esas compañías para adquirir productos para la venta.

5.-Rivalidad de la industria.

Los competidores se pueden clasificar en dos grandes grupos: los mayoristas de salones comerciales, donde encontramos empresas con una gran participación como Redolfi S.R.L, Luconi Hnos., Monje y Top (Súper Imperio), Maxiconsumo, Yaguar, Tarquino, Macro, entre otros; y las empresas con preventistas y entregas a domicilio, se mencionan empresas como Rosental y Micropack.

Diagnostico Organizacional

Se elabora un análisis situacional a través del FODA, según Ramírez Rojas (2012): es una herramienta que posibilita conocer y evaluar las condiciones de las organizaciones en un momento, a partir del análisis de sus fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas.

Fortalezas:

- Empresa con 50 años de experiencia.
- Posee flota propia de automóviles y utilitarios.
- Su ubicación se encuentra en una zona estratégica.
- Brinda un amplio surtido de productos a precios bajos.
- Tiempo de entrega acotado.
- Financiación: realizan a sus clientes un descuento entre el 2% y 3% por pago al contado, y la financiación es a 30 días.
- El nivel de precios ofrecido es competitivo.
- La empresa tiene una buena relación con sus empleados.

Debilidades:

- Cierre de la sucursal de Villa María.
- No tienen un área de Recursos Humanos.
- No tiene un proceso de selección de los empleados.
- No hay proceso de inducción para los distintos cargos y puestos.
- No tienen análisis de siniestralidad.
- No cuentan con una estrategia planificada de publicidad y comunicación.
- Falta de financiamiento para los clientes

Oportunidades:

- Crédito por parte de las entidades financieras.
- Competencia en los artículos ofrecidos.
- Capacidad de atender nuevos mercados.
- Acceder al certificado Pyme y beneficios.

Amenazas:

- Los principales competidores en la zona son Rosental y Micropack.
- Cambio de hábitos de consumo en los clientes.
- Suba en el costo de los productos y servicios.
- Crisis económica del país que afecte el consumo.
- Alta inflación, generando pérdida del poder adquisitivo de los clientes.

A través del análisis de la información obtenida, se puede determinar que la empresa cuenta con fortalezas como ser: la utilización de economías de escala, por la gran cantidad de productos ofrecidos, obteniendo así ventajas en los precios de venta respecto de sus competidores. Esto le permitió realizar convenios de venta exclusiva de los productos de la firma Molinos Ríos de la Plata y Cepas, en toda la provincia de Córdoba. Ello es posible dado la atención que reciben los clientes, por su asesoramiento al momento de la compra como también en la post venta. Contar con una flota de vehículos, le permite brindar un servicio de entrega a aquellos clientes que no poseen un medio de transporte.

Dentro de sus debilidades, la más relevante es la falta de financiación con sus clientes, donde los plazos son muy cortos. También la pérdida de competitividad, las pérdidas por mercadería rotas o vencidas se estima que alcanzan un valor de \$39.000.

Sería oportuno, que la empresa pueda adherirse a la ley de Pymes y gozar de beneficios como ser: en las alícuotas patronales, en la postergación del pago del IVA por un plazo de 90 días, la exención del pago del impuesto a la ganancia mínima presunta, contar con un plazo de 45 días para hacer efectivo el pago de las declaraciones juradas. AFIP (2020)

Y como amenazas se encuentran la existencia de competidores dedicados a la venta mayorista, dos de ellos ubicados en la provincia de Santa Fe. Cabe destacar que los clientes

son muy susceptibles a los precios que ofrecen los competidores, provocando que los clientes cambien de proveedor.

Si observamos los estados contables de la empresa, se puede apreciar que en la liquidación del impuesto a las ganancias no fue realizado según las modificaciones que se establecieron en el artículo 86 de la ley 27.430 (2017), corresponde aplicar la alícuota del 30% para los ejercicios que se inicien a partir del 1 de Enero de 2018 hasta el 31 de Diciembre de 2019. Siendo que por error u omisión se aplicó la alícuota de 35%.

Entonces, los anticipos realizados fueron calculados con la alícuota correspondiente a la legislación antes de su modificación, por lo tanto la empresa tendría un saldo a favor.

La distribuidora Redolfi es una empresa con muchos años de experiencia en el rubro, por lo que cuenta con un amplio número de clientes y además abarca grandes mercados al ubicar sus sucursales en las ciudades más pobladas de la provincia de Córdoba, con mayores posibilidades de ventas y de crecimiento empresarial. A través de sus vendedores puede sumar clientes de otras provincias abarcando un mercado aún más amplio.

Pero debido a los constantes cambios en nuestra economía y al entorno dinámico, es importante replantear acciones y estrategias de manera tal de crear condiciones económicas para asegurar la sobrevivencia y hacerle frente a la competencia.

Mediante la planificación fiscal como herramienta, se busca la finalidad de disminuir de manera legal los efectos financieros y económicos de las cargas tributarias.

Marco teórico.

En este apartado se desarrollarán conceptos relacionados al estudio de la planificación fiscal, la cual es una herramienta a tener en cuenta al momento de tomar decisiones a nivel estratégico. También se expondrá definiciones como elusión y evasión fiscal, entendiéndose como aquellas formas de evitar erogaciones infringiendo las leyes tributarias.

Planificación tributaria

Para entender de lo que se trata la planificación se desarrollarán breves conceptos según diferentes autores:

Desde el punto de vista de Villasmil Molero (2017) es una herramienta administrativa que determina el pago justo de los tributos que le corresponde al contribuyente evitando sanciones. Pretende conocer a priori las consecuencias fiscales, si bien el pagar impuestos es ineludible, el sistema permite ciertas opciones que es beneficioso conocer, cuantificar y comparar.

Según Vergara (2012) la planificación tributaria es un proceso, constituido por un conjunto de actos lícitos del contribuyente, cuyo objetivo es disminuir legalmente la carga impositiva, aumentando la rentabilidad financiera fiscal, a través de alguna de las opciones tributarias que la ley contempla.

Para Contreras (2016) la planificación fiscal legal consiste en optimizar la carga tributaria a través de las deducciones y beneficios fiscales que brindan las normas tributarias. El mismo se refiere a una planificación tributaria no agresiva, que consiste en mejorar el pago de impuestos en el lugar que el contribuyente desarrolla sus actividades, implicando una acertada forma de aplicar las normas tributarias.

Para dicho autor la planificación fiscal ofrece los siguientes rasgos:

- Puede implicar cambios en el comportamiento del sujeto pasivo, como por ejemplo dejar de hacer o reducir la intensidad de determinada actividad.
- Puede representar cambios en la forma en que se realizan las actividades.
- Implica habitualmente un acto de previsión (mirar al futuro).
- Se realiza en un contexto de incertidumbre tanto respecto de la futura base imponible como de la futura estructura impositiva.

De los conceptos de los autores citados anteriormente, se identifican elementos que hacen a la esencia de la planificación tributaria. Es una herramienta que permite evaluar y elegir alternativas dentro del marco normativo. Su objetivo es poder lograr el ahorro fiscal y conocer de manera anticipada la carga impositiva.

Lenardón (2015) brinda herramientas para la planificación fiscal, que dependiendo a qué empresa se le aplique, será su eficacia, ellas son:

- Leasing financiero: los cánones pueden deducirse del Impuesto a las Ganancias durante todo el plazo del contrato.
- Estructura de los contratos: otorga la posibilidad de postergar las cargas

tributarias, dependiendo de la actividad.

- Criterio de depreciación de los bienes de capital: el método acelerado, puede ser utilizado como una ventaja fiscal que permiten algunos regímenes para incentivar la inversión en bienes de capital. Además, la utilización de la figura de venta y reemplazo.
- Regímenes de compensaciones y pagos a cuenta: existe la posibilidad de compensar parte del saldo de IVA, con un porcentaje de las contribuciones patronales efectivamente abonadas en el período.
- Valuación de los stocks: el método utilizado para la valuación del inventario, determinará el saldo a ingresar en concepto de impuesto a la ganancia presunta.
- Organización jurídica: la posibilidad de reorganizar la sociedad de acuerdo a la conveniencia y los costos en los que se incurren.
- Momento de las operaciones: es importante conocer el ciclo productivo de la actividad, para poder definir la fecha de cierre del ejercicio comercial de una sociedad.
- Utilización de los beneficios promocionales: conocer los beneficios que se pueden obtener de acuerdo a la actividad que realice la empresa o su ubicación geográfica.

Finalizando su nota, llega a la conclusión, de que la importancia de la planificación fiscal es reducir el riesgo fiscal, conociendo y aplicando la normativa, para que de manera legal, reducir la carga tributaria o postergarse en el tiempo.

Evasión y elusión tributaria.

Para Piffano (2012), la elusión es como una alternativa que la norma le permite al contribuyente quedar fuera de la base gravada del tributo. Dicha acción no constituye una transgresión a la ley tributaria, sino que hace a la habilidad y la capacidad de gestión de quien está a cargo del negocio.

Y Rivera (2012), expone la definición dada por Rivas (2000) el cual define a la evasión tributaria como una conducta ilícita, porque la obligación tributaria nació y el contribuyente de forma dolosa, lo oculta a la administración tributaria.

Entonces el acto de evasión fiscal implica una violación a la ley, pero, entre la elusión y la planificación fiscal la diferencia no se encuentra fácilmente. Ambos términos se encuentran dentro del marco de la legalidad. La diferencia tiene que ver con el abuso de formas jurídicas.

Integrando todos los conceptos abordados en la presente sección, se puede decir que la planificación fiscal tiene por fin determinar un razonable nivel de tributación en la organización respetando en todo momento las normas legales, de carácter lícito y cuyo objetivo principal es el aprovechamiento de las posibilidades que ofrece el ordenamiento jurídico.

Diagnóstico y discusión.

Declaración del problema.

Considerando el análisis realizado sobre la empresa, se puede afirmar que A.J. & J.A. Redolfi S.R.L. ha logrado en sus años de existencia establecerse como una organización confiable, eficiente y con una proyección de crecimiento. Sin embargo, es preocupante la falta de una planificación tributaria acorde a su realidad y necesidades, considerando las importantes ventajas financieras y económicas que se podrían conseguir con una adecuada gestión impositiva. También se observa que la empresa no se ha organizado para lograr la inscripción en el régimen Pyme y así obtener los beneficios fiscales derivados del mismo.

Justificación.

Según la problemática planteada, se justifica la necesidad de la empresa en contar con una planificación tributaria que le facilite fortalecer los procedimientos y acciones empresariales, con el fin de alcanzar metas y objetivos a nivel tributario.

Entonces, con un adecuado desarrollo y toma de decisiones conseguirá reducir la carga impositiva, logrando obtener beneficios fiscales que están al alcance de la empresa.

Además, la planificación permite conocer con anticipación las consecuencias tributarias que deberá afrontar la organización, así la empresa podrá prevenir o evitar situaciones futuras que impacten de manera negativa a la situación económica y financiera de la empresa.

Por lo tanto, empresas como A.J. & J.A. Redolfi S.R.L., con propósitos de crecimiento bien establecidos, deben contar con un proyecto de planificación tributario bien definido y una correcta implementación del mismo, teniendo en cuenta el contexto en el que se desenvuelve la organización.

Asimismo, se debe destacar la relevancia de aprovechar o utilizar de la mejor manera los beneficios fiscales que brinda el Estado, por intermedio del fisco, como ser la de poder definir criterios de imputación de ingresos y gastos, por lo devengado, percibido o devengado exigible para el tratamiento fiscal de las operaciones, como así también el tratamiento de las amortizaciones.

La inscripción en MiPyMEs le permitirá acceder a beneficios impositivos como pagar el IVA a 90 días, obtención del certificado de no retención de IVA si cumple con los requisitos establecidos a tal efecto, y hasta 45 días para cancelar sus deudas sin recibir intimaciones.

A través de la opción de venta y reemplazo, la empresa podrá imputar la utilidad por la venta de un bien al costo de un nuevo bien y así poder diferir el pago del impuesto mediante una menor cuota de amortización anual, realizándose ambas opciones dentro de un año.

Llevar a cabo un sistema de control de vencimientos de obligaciones impositivas, podrá optimizar el pago de impuestos evitando sanciones.

Discusión.

Se percibe la necesidad de la implementación de instrumentos de planificación fiscal, debido al tamaño de la empresa y la actividad que desarrolla. La misma le permitirá cumplir en tiempo y forma con las obligaciones impositivas y evitar sanciones, multas, intereses, como así también realizar pagos en excesos, lo que hace que los costos aumenten y llevan a la empresa a ser menos competitiva.

Atento a lo expuesto, la planificación fiscal es una herramienta legítima que le permite a las personas físicas o jurídicas el ahorro fiscal, mediante la aplicación de criterios contables permitidos por la ley. Esta planificación es indispensable debido a los constantes cambios legislativos y frecuentes modificaciones en la política tributaria que genera en el sector empresario resistencia, oposición y principalmente incertidumbre sobre la cuantificación del costo impositivo.

Plan de implementación.

Alcance.

- De Contenido: se realiza un abordaje en materia impositiva, aplicando herramientas de planificación tributaria.
- De Tiempo: el presente trabajo se desarrolla durante los meses de Marzo a Junio del año 2021.
- Geográfico: se aplicará en la Ciudad de James Craik, provincia de Córdoba, Argentina.

Cabe destacar que el análisis no abarca al resto de las actividades catalogadas dentro del régimen Pyme, por lo que solo son aplicables los resultados obtenidos a una empresa que se encuadre dentro del régimen Pyme dedicada a la comercialización al por mayor. Asimismo, no se incluyen temas relacionados con las fuentes de financiación, ciclos de cobranzas y pagos.

Recursos involucrados.

- Recursos tecnológicos: un equipo de computación tipo notebook con acceso a internet, sitios web de información fiscal (AFIP, Dirección General de Rentas de la Provincia de Córdoba)
- Información suministrada por la empresa.
- Recursos humanos: personal interno de la empresa, como Gerente y Responsable Administrativo; y externo, tanto un Contador contratado por la organización como un Asesor Impositivo. Se presupuestan los honorarios según montos surgidos por el Consejo Profesional de Ciencias Económicas de Santa Fe (Ley 6854).
- Marco normativo: Ley Pyme 27264, Resolución 220/2019 de la Secretaría de Emprendedores y Pymes del Ministerio de Producción y Trabajo, y la Ley de Impuesto a las Ganancias N 20628.

Costos de los recursos.

Los costos asociados a la aplicación de la propuesta se describen a continuación.

Tabla 1- Presupuesto Recursos Tecnológicos.

Integrado por:	Valor
Notebook	\$72.999,00
Proveedor de Internet (por 12 meses)	\$42.000,00
Subtotal	\$114.999,00

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 2 - Presupuesto Recurso Humano.

Integrado por:	Tareas	Valor hora	Cantidad de horas	Total
Profesional en materia impositiva	Realizar una auditoría tributaria, corroborar obligaciones fiscales. Informar sobre los resultados de la auditoría. Análisis de procedimientos de control.	\$2.565	160	\$410.400
Contador externo	Determinar el monto a pagar del impuesto a las ganancias, controlar los pagos tributarios, inscripción dentro del régimen pyme.	\$2.565	90	\$230.850
Subtotal				\$641.250

Fuente: Elaboración propia.

El presupuesto en dinero para la implementación de la propuesta alcanzaría los \$756.249,00. Pudiendo variar según se necesite más tiempo del profesional en materia impositiva.

Acciones por desarrollar.

Para llevar a cabo la planificación fiscal, se propone un plan de acción para lograr obtener beneficios impositivos derivados de la inscripción en Pyme y la utilización de herramientas que generen un menor impacto fiscal.

En primer lugar, se debe realizar una auditoría impositiva, para verificar el grado de cumplimiento que tiene la empresa respecto a los tributos y su determinación. Como así también se corrobora que los libros impositivos se encuentren confeccionados según las

normas contables y legales, y las presentaciones se encuentren hechas de acuerdo a los plazos estipulados.

En segundo lugar, analizar junto con la Gerencia General el cumplimiento de las obligaciones fiscales y la viabilidad de ingresar en el Registro Pyme, materializando el hecho y la determinación de los montos a pagar en los impuestos.

Para poder realizar la inscripción de la empresa en el registro MiPyme, se debe verificar que se cumpla con los siguientes requisitos:

- Clave Única de Identificación Tributaria (CUIT)
- Clave fiscal nivel 2 o superior,
- Estar inscripto en el Monotributo o en el Régimen General (Impuesto a las Ganancias e IVA),
- Estar adherido al sistema de trámites a distancia.

Para ingresar al régimen, se toma como referencia la tabla 3, y se categoriza teniendo en cuenta el promedio de ventas anuales de los últimos tres períodos fiscales cerrados.

Tabla 3 - Ventas anuales de los últimos tres ejercicios.

Ejercicios	Ventas anuales
31/12/2018	\$220.265.479,10
31/12/2019	\$275.331.848,88
31/12/2020	\$318.857.647,78
Promedio	\$271.484.991,92

Fuente: Elaboración propia según Estados Contables A.J. & A. Redolfi S.R.L.

De acuerdo a los parámetros para ser considerada como Pyme, se tiene en cuenta el promedio de ventas anuales de los tres últimos ejercicios, la cantidad de empleados (170) y la actividad a la que está adherida, la empresa queda ubicada como empresa de Comercio mediano tramo 1.

La inscripción se realiza a través del servicio "PYMES solicitud de Categorización y/o beneficios fiscales" de la página AFIP. Al dar de alta una solicitud, el sistema trae los datos del contribuyente, pregunta si se quiere optar por el pago diferido del IVA y muestra los ingresos de los últimos tres ejercicios. Una vez presentada la declaración jurada, la

AFIP notificará si la empresa es aceptada como Pyme y le dará una categorización según los parámetros.

El certificado podrá descargarse pasadas las 24 horas en el siguiente link www.pyme.produccion.gob.ar/certificado, ingresando el número de CUIT y el número de transacción que surge del acuse recibo que otorga la presentación jurada del pedido de categorización como Pyme. Dicho certificado tendrá validez hasta el último día del cuarto mes posterior al cierre del ejercicio.

Marco de tiempo.

Las tareas que se detallan en la Tabla 4 son realizadas en forma conjunta con la Gerencia General, la Gerencia Administrativa y el área contable.

A través de la herramienta diagrama de Gantt, se verán reflejadas todas las actividades que se desarrollarán, considerando un plazo de ejecución de 4 meses. La unidad de tiempo utilizada será la semana.

Tabla 4 - Diagrama de Gantt

Actividades	Semanas															
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
Realizar una auditoría externa en materia impositiva.	■	■	■	■												
Revisión del cumplimiento de las obligaciones impositivas.				■	■	■	■									
Análisis de la implementación de la planificación fiscal y sus beneficios.					■	■	■	■	■	■						
Verificar el cumplimiento de los requisitos para acceder a beneficios impositivos.								■	■							
Inscripción en el Régimen Pyme y solicitar los beneficios.										■	■	■	■			
Conclusión de la auditoría y aplicación de recomendaciones									■	■	■	■				
Evaluación del impacto financiero y económico de los beneficios impositivos													■	■	■	■
Supervisión de las actividades mencionadas y detectar desvíos.				■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■

Fuente: Elaboración propia.

Beneficios fiscales del Régimen Pyme.

Con la obtención del Certificado Pyme, A.J. & J.A. Redolfi S.R.L. estaría en condiciones de conseguir los siguientes beneficios:

- ✓ Queda exceptuado del pago de la Ganancia Mínima Presunta: lo que significa que no se realizarán más presentaciones ni pagos correspondientes. Se debe verificar en Sistema Registral de AFIP que la exención esté vigente.
- ✓ Diferimiento de pago de IVA mensual a los 90 días: si bien las declaraciones juradas siguen realizándose mensualmente, se puede optar por el pago diferido, que se realizaría en la fecha de vencimiento correspondiente al segundo mes siguiente al de su vencimiento original. Este beneficio debe ser aprobado por AFIP, que a través del servicio e-ventanilla notificará si el mismo es aprobado o rechazado. y puede perderse si no se realizan los pagos correspondientes en el nuevo vencimiento.
- ✓ La alícuota de los pagos de las contribuciones patronales se reducirá, alcanzando un valor del 18%.
- ✓ Incremento salarial: la empresa queda eximida del pago de las contribuciones patronales con destino al Sistema Integrado Previsional Argentino, con relación al incremento por el término de tres meses o que el instrumento sea absorbido por paritarias.
- ✓ No puede disponer del beneficio de compensar el impuesto al cheque en el pago de ganancia, porque se encuentra fuera de la categoría.

Beneficios de la Ley 20628 y su Decreto Reglamentario.

Venta y Reemplazo de bienes de uso.

Dado que la empresa construyó un nuevo predio, puede comprar o renovar algún bien de uso, por ejemplo maquinarias o rodados, pudiendo optar por la venta y reemplazo.

La Ley dentro del artículo 67 y el artículo 96 del Decreto Reglamentario, prevé el uso del régimen Venta y Reemplazo para diferir el pago del Impuesto a las Ganancias y así disminuir su impacto en los resultados de la empresa.

Dicho régimen es un beneficio financiero ya que no se tributa en el momento de la enajenación, afectando la ganancia de la venta al costo del nuevo bien, y al ser menor el costo de adquisición se deducen menos amortizaciones en el futuro.

Es necesario que se cumpla el requisito de que la operación sea realizada dentro del plazo de un año.

Modificación de la alícuota del Impuesto a las Ganancias.

A partir de la reforma tributaria, la tasa de impuesto a las ganancias para la sociedad se redujo al 30%, pero se realizan retenciones de ganancias a los retiros de los socios del 7%, que luego podrán tomarlo como pago a cuenta en su declaración jurada personal si está inscripto en el régimen de ganancias, sino resulta un gasto para el socio.

Según lo expresado, se recalcula el importe que será afectado para hacer frente al pago del impuesto correspondiente al periodo 2020.

Evaluación de la propuesta.

Es necesario realizar una evaluación de los resultados obtenidos para considerar el éxito de las iniciativas llevadas a cabo, el impacto cuantitativo que genera la inscripción dentro del régimen Pyme y la reducción de las cargas fiscales por medio de los beneficios otorgados por el marco normativo.

Tabla 5 - Efectos cuantitativos de los beneficios del Régimen Pyme

Beneficios	Impacto
Reducción al 18% de las contribuciones patronales	Se accederá a una alícuota reducida \$1.633.500
Pago a los 90 días del saldo de las declaraciones juradas	Diferimiento de IVA a 90 días \$582.391
Ganancia Mínima Presunta	No se paga Impuesto a la ganancia mínima presunta, obteniendo un ahorro fiscal.

(1) \$1.633.500 (\$9.075.000 x 0.18)

(2) Total del IVA \$2.329.562, IVA mensual \$194.130, diferimiento de IVA a 90 días \$582391

Fuente: Elaboración propia con información brindada por la empresa.

Venta y Reemplazo.

Los datos son extraídos de la Nota N° 5 Bienes de Uso, Rodados. Con los datos obtenidos se expone el resultado por la venta de uno de ellos.

Tabla 6 - Cálculo Venta y Reemplazo.

Precio de Venta del Bien	\$640.204,95
Costo de Adquisición	\$298.904,93
Amortización Acumulada	(\$257.073,00)

Valor Residual (Costo de Adquisición - Amortización Acumulada)	\$41.831,93
Resultado de la Venta del Bien	\$598.373,02

Fuente: Elaboración propia con información obtenida de la empresa.

Con los datos brindados, se calcula la amortización correspondiente al nuevo bien adquirido:

Valor de alta del bien: \$15.682.400,00

Nuevo valor amortizado: $(\$15.682.400,00 - \$598.373,02) / 5$

Nuevo valor amortizado: \$3.016.805,39

La aplicación de dicha opción provoca un impacto positivo en el balance de la empresa, permitiendo diferir parte del impuesto a otro periodo fiscal.

Tabla 7 - Ahorro en impuesto a las ganancias con venta y reemplazo.

	Concepto	Utilizando la opción	Sin utilizar la opción
Año 2020	Impuesto a las ganancias	\$38.412	\$192.061

Fuente: Elaboración propia con información obtenida de la empresa.

Utilizando la opción la empresa tendrá un ahorro de \$153.649 en el pago del impuesto a las ganancias para el ejercicio 2020.

Modificación de la alícuota del Impuesto a las Ganancias.

La corrección de la alícuota en el impuesto a las ganancias genera un impacto positivo, como se muestra en forma comparativa en la tabla 8.

Tabla 8 - Corrección de alícuota.

Resultado antes de la corrección de alícuota (35%) = \$3.336.058	Resultado con la corrección de alícuota (30%) = \$ 2.859.478,2
--	--

Fuente: Elaboración propia con información obtenida de la empresa.

Eliminación de intereses.

Aplicando una planificación fiscal, se evita el pago de intereses de las obligaciones fiscales por la omisión de las mismas, la cuenta involucrada es: Intereses Impositivos dando un ahorro de \$1.289.446,20.

A continuación se detalla un cuadro comparativo con las acciones planteadas sobre los beneficios de la planificación fiscal.

Tabla 9- Evaluación de la propuesta.

Indicadores	Antes de la Propuesta	Después de la Propuesta	Ahorro
Contribuciones Patronales	\$2.087.250	\$1.633.500	\$453.750
Pago a 90 días	\$2.329.562	\$582.390,5	\$1.747.171
Corrección de Alícuota	\$3.336.058	\$2.859.478,2	\$476.579,8
Venta y Reemplazo	\$192.061	\$38.412	\$153.649
Intereses	\$1.289.446,2	0	\$1.289.446,2
		Total	\$4.120.596,00

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 10 - Evaluación Porcentual de los Indicadores.

Indicadores	Sin Planificación Fiscal	Con Planificación Fiscal
Año	2020	2020
Margen bruto	21,6%	21,6%
Rentabilidad Neta del Activo	4,6%	7,15%
Rentabilidad Patrimonio Neto	12%	18,67%
Rentabilidad Neta de Ventas	1,9%	2,99%

Fuente: Elaboración propia.

Margen Bruto	$(\text{Ventas} - \text{Costos}) / \text{Ventas}$
Rentabilidad Neta del Activo	$\text{Beneficio neto} / \text{Activos}$
Rentabilidad Patrimonio Neto	$\text{Utilidad Neta} / \text{PN}$
Rentabilidad Neta de Ventas	$\text{Utilidad Neta} / \text{Ventas}$

Con los indicadores de rentabilidad, se puede medir la efectividad de la gestión empresarial. Comparando los resultados, se puede observar como mejoran los indicadores utilizando una Planificación Fiscal.

Conclusión y recomendaciones.

Partiendo de la problemática planteada, se pudo demostrar la importancia y beneficios que se obtienen mediante la implementación de una planificación fiscal, buscando disminuir el pago de tributos sin eludir, ni evadir impuestos, aprovechando las oportunidades de distintos regímenes.

Para que la aplicación de la planificación fiscal sea lo más eficiente, es necesario conocer al ente sobre el cual se va a trabajar como así también las normas que lo regulan, para no transgredir la ley. El contribuyente debe mostrar interés, es decir que exista una necesidad de planificar, dado que la misma es oportuna, abarcando todos sus impuestos. Además con su correcta aplicación se obtendrán beneficios superiores a los costos por su implementación. Cada planificación es particular, considerando las necesidades de cada empresa.

Los resultados obtenidos, durante la elaboración del presente trabajo, indicaron que la aplicación de dicha herramienta como parte de una estrategia del negocio, contribuirá a la optimización de los recursos financieros de la empresa a través de la reducción de la carga tributaria con los beneficios de la Ley Pymes, como el diferimiento del IVA por 90 días, certificado de no retención de IVA, alícuota reducida para contribuciones patronales.

Otra oportunidad a la que accede la empresa, es la posibilidad de adherirse al beneficio de venta y reemplazo para los bienes muebles e inmuebles, con lo cual logra disminuir el pago de Impuesto a las Ganancias a través del prorrateo de la ganancia de la venta de los bienes vendidos en la vida útil del bien adquirido.

Entonces, cuando la empresa quiera tomar decisiones de realizar acciones, deberá contar con el conocimiento de las obligaciones y formalidades a la cual se encuentra sujeta y analizar los beneficios y dificultades que se obtienen por estar dentro del régimen.

También es importante no confundir el concepto de planificación fiscal con el de elusión o evasión. Porque tomar una decisión equivocada, que trascienda los límites de la ley, ocasionada por un precario estudio de las normas aplicables al negocio, puede generar futuras contingencias como la aplicación de multas.

Del estudio realizado sobre la empresa A.J. & J.A. Redolfi S.R.L., se puede concluir que en los mercados competitivos actuales, una planificación tributaria es crucial para la

supervivencia de las empresas, dado que la legislación cambia constantemente y es fundamental el continuo asesoramiento al respecto, para tomar las decisiones correctas.

Cada planificación que se realice será única y variara dependiendo de los problemas que tenga la empresa, y los beneficios a los que se podrá acceder van a depender de la facturación, el tamaño y el rubro de la misma.

Recomendaciones.

Cabe destacar que la inversión en el proyecto será por única vez, dado que el profesional en materia impositiva y el contador externo brindan sus servicios para analizar la viabilidad de la propuesta, pudiendo la empresa seguir con su asesoramiento contable externo. Quedando únicamente el gasto por el servicio de internet que es de abono mensual.

Como primera medida se recomienda a la empresa, la inscripción en el régimen Pyme, dado que cumple con los requisitos necesarios para poder acceder, demostrando el procedimiento de cómo hacerlo y así gozar de los beneficios del mismo.

Además, ante la construcción del nuevo centro de distribución, y la necesidad de adquirir o renovar bienes de uso, puede utilizar la alternativa de venta y reemplazo, y así reducir los costos impositivos a pagar.

Por último, corregir la alícuota de impuestos a las ganancias que estaba mal tomada y controlar la presentación en tiempo y forma del pago de las obligaciones fiscales así no se generan intereses impositivos.

También se pudo divisar algunas otras problemáticas que no han sido tratadas en el presente trabajo, como por ejemplo, modificar los procesos de selección del personal que se incorpora a la empresa, analizar y evaluar el clima laboral.

Debería prestarle atención a la estrategia de marketing y manejo de redes sociales, porque hoy en día la tecnología forma parte de la sociedad, pudiendo mejorar así la publicidad de la empresa, incorporando opciones de ventas online y dando mejores condiciones de financiamiento para los clientes.

Bibliografía.

- AFIP (2020). Información sobre el registro de Pymes. Recuperado de <https://pymes.afip.gob.ar/estiloAFIP/pymes/ayuda/default.asp>
- Agú, E. (2019) La planificación fiscal como herramienta útil para desarrollar un proyecto de ganadería: el caso del norte de la provincia de Santa Fe. Tesis de grado. Universidad Nacional del Litoral, Santa Fe. Recuperado de <https://bibliotecavirtual.unl.edu.ar:8443/handle/11185/5454>
- Banco Central de la República Argentina. (2021). Resultados del Relevamiento de Expectativas de Mercado (REM). Recuperado: http://www.bcra.gov.ar/PublicacionesEstadisticas/Relevamiento_Expectativas_de_Mercado.asp
- Contreras Gómez, C. (2016). Planificación fiscal. Principios, metodología y aplicaciones. Madrid, España: Universitaria Ramón Areces.
- Decreto 39/2021: EMERGENCIA PÚBLICA EN MATERIA OCUPACIONAL. Recuperado de: <https://www.boletinoficial.gob.ar/detalleAviso/primera/240024/20210123#:~:text=528%2F20%20y%20961%2F20,Urgencia%20N%C2%B0%20891%2F20>
- Decreto de Necesidad y Urgencia 297/2020. (19 de Marzo de 2020). Argentina.gob.ar. Recuperado de <https://www.argentina.gob.ar/coronavirus/aislamiento>
- Dir. Nac. del Agua potable y Saneamiento – Subsecretaria de Recursos Hídricos. Plan Nacional de Agua Potable y Saneamiento. (2017). Recuperado: https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/interior_agua_plan_agua_saneamiento.pdf
- Fernández Belloso Miguel, 2004, Proceso de la planificación tributaria de la empresa Z & P, Co. S.A. Recuperado de: http://bibadm.ucla.edu.ve/edocs_baducla/tesis/P535a.pdf . Consultado el 09 de mayo de 2021.
- Gomez, I. M. (2019) Planificación fiscal para el proceso de toma de decisiones y reducción de cargas fiscales de Motores S.A. Tesis de grado. Universidad Siglo 21, Córdoba. Recuperado de <https://repositorio.uesiglo21.edu.ar/handle/ues21/16709>

Instituto Nacional de Estadística y Censos: Incidencia de la pobreza y la indigencia en 31 aglomerados urbanos Segundo semestre de 2020. Recuperado de https://www.indec.gob.ar/uploads/informesdeprensa/eph_pobreza_02_2082FA92E916.pdf

Instituto Nacional de Estadística y Censos: Mercado de trabajo. Tasas e indicadores socioeconómicos (EPH) Segundo trimestre de 2020. Recuperado de: https://www.indec.gob.ar/uploads/informesdeprensa/mercado_trabajo_eph_2trim20929E519161.pdf

KANTAR 2021. Recuperado de: <https://cace.org.ar/uploads/estudios/Estudio%20Anual%20Comercio%20Electr%C3%B3nico%20CACE%202020%20-%20Resumen.pdf>

Lenardón, F. R. (2015). Planificación fiscal. Revista digital La Voz del Consejo Profesional de Ciencias Económicas de Entre Ríos. Recuperado de http://www.cpceer.org.ar/imgarchivos/4627_932015_20.pdf

Loja Cueva, D. (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 (Tesis de Grado) UTMACH, Unidad Académica de Ciencias Empresariales, Machala, Ecuador. Recuperado de: <http://repositorio.utmachala.edu.ec/handle/48000/6679>. Consultado el 09 de mayo de 2021.

Ministerio de Economía Argentina. Recuperado el 10 de mayo 2021. Informes técnicos. Vol. 5, nº 73 ISSN 2545-6636 Cuentas nacionales. Vol. 5, nº 7 Estimador mensual de actividad económica Estimación preliminar de febrero de 2021 ISSN 2545-6695 Instituto Nacional de Estadística y Censos (INDEC) <https://www.indec.gob.ar/indec/web/Nivel4-Tema-3-9-47>

Parada, P. (10 de Enero de 2013). *www.pascualparada.com*. Recuperado de <http://www.pascualparada.com/?s=pestel>

Piffano Horacio L. P. (2012). Análisis Económico del Derecho Tributario(p. 28). Recuperado el 21 de Mayo de 2021 de <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/27637>

Porter, M. (2008). Las cinco fuerzas competitivas que le dan forma a la estrategia. Harvard Business Review. Recuperado de <http://>

www.academia.edu/4456952/Cap_1_Las_cinco_fuerzas_competitivas_que_le_dan_forma_a_la_estrategia

- Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. Información para el desarrollo sostenible: Argentina y la Agenda 2030. (2017). Recuperado: http://hdr.undp.org/sites/default/files/pnudargent-pnu_2017_baja.pdf
- Ramírez Rojas, J. L. (2012). Procedimiento para la elaboración de un análisis FODA comouna herramienta de planeación estratégica en las empresas. 55. Recuperado de <https://www.uv.mx/iiesca/files/2012/12/herramienta2009-2.pdf>
- Rivas Coronado, N. y Vergara, S. (2000) Planificación Tributaria. Santiago, Chile: Editorial Magril.
- Rivera Carpio Romeo. 2012. La planificación tributaria internacional. Recuperado el 19/05/2021 de <https://revistas.ups.edu.ec/index.php/retos/article/view/3.2012.03/0>
- [Rodado Ruiz, María del Carmen](#)(2017) Planificación fiscal: personal y de la empresa de F. Domínguez Barrero. Rigor técnico y singularidad (Thomson Reuters, Aranzadi, 2017) Recuperado de <http://e-publica.unizar.es/es/articulo/planificacion-fiscal-personal-y-de-la-empresa-de-f-dominguez-barrero-rigor-tecnico-y-singularidad-thomson-reuters-aranzadi-2017>
- Sanandres, L. G., Ramirez, R. G., & Sanchez, R. F. (2019). La planificación tributaria como herramienta para mejorar los procesos en las organizaciones. Observatorio de la Economía Latinoamericana. Recuperado el 09 de mayo de 2021, de <https://www.eumed.net/rev/oel/2019/04/planificacion-tributaria-organizaciones.html>
- Vergara, S. (2012) Planificación Tributaria. Madrid: Lavel S.A.
- Villasmil Molero, M. (2017). La planificación tributaria: herramienta legítima del contribuyente en la gestión empresarial. 20, 121-128. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6154121>
- VILLEGAS HECTOR. Curso de Finanzas, Derecho Financiero y Tributario. 9º Edición. ASTREA. Ciudad de Buenos Aires. 2005