

Universidad Siglo 21



Carrera de Contador Público

Trabajo final de grado.

Reporte de Caso

“Planificación tributaria periodo 2021 de la empresa A. J. & J. A. Redolfi S. R.L.”

"Tax planning period 2021 of the company A. J. & J. A. Redolfi S. R. L.”

Autor: Baggini, Andrés Gustavo

Legajo: VCPB31091

DNI: 27.347.731

Director de TFG: Lombardo Rogelio Cristian

Córdoba, Noviembre, 2020

Índice

Introducción	3
Objetivos	5
<i>Objetivo general</i>	5
<i>Objetivos específicos</i>	5
Análisis de la situación	6
<i>Descripción de la situación</i>	6
<i>Análisis de contexto</i>	10
<i>Diagnóstico organizacional</i>	12
<i>Análisis específico según el perfil profesional de la carrera</i>	13
Marco Teórico	16
Diagnóstico y Discusión	19
<i>Declaración del problema</i>	19
<i>Justificación de que el problema es relevante</i>	19
<i>Conclusión Diagnosticada</i>	19
Plan de Implementación	21
<i>Alcance y Limitaciones</i>	21
<i>Recursos</i>	21
<i>Herramientas de Planificación Tributaria</i>	22
<i>Diagrama de Gantt.</i>	25
<i>Evaluación de la propuesta.</i>	26
Conclusiones y Recomendaciones	28
Referencias	30

Resumen

La planificación tributaria consiste en la evaluación de alternativas y en la elección de las formas jurídicas más convenientes para reducir el impacto fiscal sobre un hecho o conjunto de hechos, buscando viabilizar o tomar más rentable una empresa. Con este reporte de planificación fiscal se buscó asesorar a la empresa Redolfi S.R.L en cuanto a la inscripción en el régimen de pymes y el empleo de economía de opción como el de venta y reemplazo dada la necesidad de renovar sus instalaciones, dado el traslado de su centro de operaciones a uno de mayor capacidad operativa. El empleo del *leasing* financiero, como mecanismo de financiamiento de ciertas inversiones y la ulterior deducción de los cánones en la liquidación del impuesto a las ganancias permitieron la reducción de la presión impositiva que la misma tendría que afrontar para el desarrollo de sus actividades. Con este trabajo se concluyó que la planificación fiscal fue necesaria que la distribuidora pueda reducir los costos impositivos que suelen gravar a sus operaciones.

Palabras Claves: Planificación, Alternativas, Economía, Presión.

Abstract

Tax planning consists of evaluating alternatives and choosing the most convenient legal forms to reduce the tax impact on an event or set of events, seeking to make a company viable or more profitable. With this tax planning report, it was sought to advise the company Redolfi SRL regarding the registration in the SME regime and the use of option economy such as sale and replacement given the need to renew its facilities, given the transfer of its operations center to one with greater operational capacity. The use of financial leasing, as a financing mechanism for certain investments and the subsequent deduction of royalties in the settlement of income tax allowed the reduction of the tax pressure that it would have to face for the development of its activities. With this work it was concluded that tax planning was necessary for the distributor to reduce the tax costs that are usually levied on its operations.

Key Words: Planning, Alternatives, Economy, Pressure.

Introducción

La planificación fiscal es una herramienta que permite a las organizaciones generar ahorros tributarios en un contexto donde la presión impositiva es alta, como en Argentina. Con el presente trabajo se propone diseñar una planificación tributaria para que la empresa A. J. & J. A. Redolfi SRL pueda generar importantes ahorros fiscales por medio de la adhesión al régimen de Pymes, el empleo de la opción de venta y reemplazo, y el uso del leasing financiero como mecanismo para financiar renovación de bienes de capital. Todas estas herramientas contribuyen a la consecución de beneficios impositivos para la empresa objeto del reporte de caso.

A. J. & J. A. Redolfi se encuentra en la localidad de James Craik, de la Provincia de Córdoba, Argentina. Lleva 50 años en el sector mayorista de productos alimenticios y posee una cadena de salones de ventas mayoristas y preventistas de productos alimenticios, refrigerados, bebidas, cigarrillos, artículos de limpieza y perfumería, entre otros. Es una empresa que a través del tiempo ha demostrado su continuo crecimiento en el sector mayorista de productos alimenticios. Todos los años conquista nuevos clientes y mercados en el interior de Córdoba y del país.

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

Para realizar una óptima distribución y servicio a sus clientes, posee una flota propia de 3 automóviles para el uso de supervisión, 5 utilitarios pequeños, 23 utilitarios de mayor tamaño, 20 camiones y 5 montacargas; un plantel compuesto por 170 empleados, cuatro autoservicios mayoristas ubicados en las ciudades de Villa María, San Francisco, Río Tercero y Río Cuarto; y distribuidoras en James Craik, Río Tercero, San Francisco, Córdoba Capital y Río Cuarto.

A.J. & J. A. Redolfi tiene como objetivo expandirse en el mercado local durante los siguientes años. La elevada presión tributaria que la invade hace que su estructura de costos sea poco competitiva. La cantidad de impuestos nacionales, provinciales y municipales que impactan en la operatoria de la organización objeto de estudio, genera una pérdida de competitividad real con respecto a sus competidores. Frente a ésta *problemática*, se requiere una planificación fiscal para optimizar su estructura de costos, en particular los tributarios.

Además, la empresa al estar fuertemente endeudada por la inversión realizada en la construcción de un nuevo centro de distribución, con miras a una expansión organizacional, tiene poca maniobrabilidad para captar más financiamiento y que el mismo sea sostenible en el tiempo. El *problema*, entonces, radica en reducir de inmediato la presión fiscal que impacta en el curso habitual de sus operaciones por medio de la adhesión al régimen de Pymes y el empleo de la opción de venta y reemplazo, y el leasing financiero como mecanismo para poder deducir los cánones en la ulterior declaración del impuesto a las ganancias.

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

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

Finalmente, el trabajo de Capdevila (2016) tuvo como objetivo analizar el planeamiento tributario como instrumento de gestión empresarial y su contribución en la reducción de costos de una empresa del ramo comercial. Este trabajo se vincula con el que estamos presentando en esta oportunidad a los efectos de perseguir una reducción de costos en un contexto de alta presión fiscal sobre el sector comercial en el que esta inmiscuida la empresa objeto de estudio.

Resulta conveniente presentar este informe de planificación impositiva para la distribuidora A.J. & J. A. Redolfi SRL a los efectos de diseñar una política interna que la identifique como eficiente en la gestión tributaria, teniendo en cuenta que se trata de una empresa que busca optimizar su estructura de costos. La optimización de sus costos es crucial para garantizar el grado de competitividad en relación a sus rivales, sin perder

exclusividad de los clientes actuales. Dada la política de crecimiento que plantea la empresa, por medio del traslado de su centro de distribución a uno con mayor capacidad operativa, es crucial que adopte políticas de ahorro de costos fiscales para que no se trasladen con extrema radicalización a sus precios. Este informe contemplará los beneficios impositivos que la organización bajo estudio tendrá de adherirse en el régimen de Pymes y el empleo de herramientas de planificación fiscal como la opción de venta y reemplazo y el leasing financiero con una generación de ahorros en el impuesto a las ganancias.

Objetivos

Objetivo general

Planificar estrategias para que la distribuidora A. J. & J. A. Redolfi S.R.L., ubicada en la localidad de James Craik, provincia de Córdoba, pueda disminuir la presión fiscal por medio del empleo de herramientas de planificación tributaria hacia el año 2021.

Objetivos específicos

- Analizar beneficios impositivos que deriven de la inscripción de A.J. & J.A Redolfi S.R.L. en el régimen de pymes para el año 2021.
- Describir los requisitos y los pasos para que A. J. & J. A. Redolfi S. R. L. pueda inscribirse al régimen de Pymes en Argentina para el año 2021.
- Analizar los beneficios impositivos que resulten de la utilización de la opción de venta y reemplazo de bienes de uso y el *leasing* financiero, para A.J. & J.A. Redolfi S.R.L., en el marco de la expansión organizacional.
- Describir las acciones concretas a realizar, por parte de Redolfi, para emplear estas dos opciones de economía tributaria que prevé la legislación actual.
- Evaluar la propuesta por medio de la cuantificación de los ahorros impositivos que resulten de las herramientas de planificación tributaria mencionadas con anterioridad.

Análisis de la situación

Descripción de la situación

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

La estrategia comercial que 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.

Para lo cual, cuenta con un centro de distribución principal ubicado en la ciudad de James Craik, desde donde centraliza las compras a los proveedores y el abastecimiento a las cuatro sucursales que posee en las ciudades de Córdoba, Río Tercero, San Francisco y Río Cuarto. En todas las sucursales, excepto en la de la ciudad de Córdoba, cuenta con salones de ventas para autoservicio mayorista.

La empresa sumo una unidad de negocio que implica la distribución exclusiva de productos Kodak para la provincia de Córdoba. Dispone de un punto en la ciudad de Córdoba, ubicado en Antonio del Viso 19, en barrio Alta Córdoba. Contaba con una sucursal en Villa María que cerró en 2007, debido a un incendio que destruyó todo el negocio, ocasionando pérdidas que llevó a la decisión de no volver a abrirlo.

Respecto a la empresa madre, cuenta con un plantel compuesto por más de 170 colaboradores y una fuerza de venta de más de 35 vendedores. Para realizar una óptima distribución y servicio a sus clientes, dispone de una flota propia de más de 50 vehículos entre automóviles, utilitarios y camiones.

Por lo tanto, identifica dos importantes ventajas competitivas, la primera se relaciona con la economía de escala, como es un sector de consumo masivo, el nivel de precios ofrecidos es competitivo. Esto se debe a que los clientes son extremadamente sensibles a los precios de cada proveedor y a la gran cantidad de empresas que comercializan productos similares.

La segunda, refiere a la diferenciación del producto en cuanto a los servicios que ofrece, tales como: tiempo de entrega acotado registrando 24 horas en las sucursales y 48 horas en otras localidades, mix de productos, financiación, descuentos por el pago de

contado y asesoramiento comercial que realizan los propios vendedores a clientes interesados en instalar un local.

En la actualidad, 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.

La compañía cuenta con unos 6.000 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.

El perfil de clientes en general son despensas de barrios, mini mercados, quioscos, etcétera. Se trata de comercios de pocos metros cuadrados, unipersonales o con pocos empleados, de escasos recursos y volúmenes de ventas reducidos. Por lo general, no cuentan con medios para transportar mercadería ni con tiempo suficiente para realizar el proceso de compra.

Esta forma de desempeñar la actividad es la que llevó a la empresa a lograr un crecimiento sostenido en el tiempo que se ve reflejado en la facturación que se incrementa año tras año. Sin embargo, la rentabilidad se comportó de manera opuesta a las ventas, a medida que se fueron incrementando los precios de compra en mayor porcentaje que los de ventas, la tasa fue bajando.

Hace unos años, la empresa presentó un plan de inversión estratégico que consistió en la construcción de un centro de distribución en James Craik con el objetivo de lograr un crecimiento sostenido del volumen de ventas y para mejorar la organización interna.

La escasez de espacio se transformaba en limitaciones para realizar compras a granel y lograr así economías de escalas más atractivas, desabastecimiento de sucursales, pérdida de ventas por falta de stock, alto índice de rotura, robo de mercadería, pérdida de tiempo en la preparación de los pedidos y vencimiento de mercadería por falta de control, etc.

En 2005 la empresa compró un terreno de 84 hectáreas donde en 3,5 hectáreas construyó el centro de distribución, 10,5 hectáreas loteó para revender y con las 70 hectáreas restantes subalquiló a productores agropecuarios. Con estas dos últimas acciones obtuvo financiación extra que le permitió el desarrollo del proyecto.

Esta decisión se tomó luego de un cambio legislativo en la localidad que exigió trasladar las infraestructuras industriales y depósitos fuera del ejido urbano. Para aquellas empresas que lo hicieran antes del año 2009 la Municipalidad dispuso beneficios tributarios y subsidios por la contratación de nuevos empleados.

El proyecto del nuevo centro de distribución cuenta con una superficie cubierta total de 6.860 m² donde se incluye un depósito principal, depósito para vehículos y oficinas. Se estimó una inversión inicial de \$3.000.000, lo que arroja un costo por m² de \$438.

Se terminó de construir sobre la ruta provincial N° 10, a 3 km de la ruta nacional N° 9 y a 2,5 km de la autopista Córdoba-Rosario, y reemplaza a los 6 depósitos con los que cuenta la empresa distribuidos dentro de James Craik.

Incrementar los metros del depósito posibilita nuevas alternativas de negocio como la exclusividad de la comercialización de Molinos Río de la Plata y Cepas que incluye marcas como Terma, Smuggler, Gancia, Bacardí, Campari, Martí y Giácomo en toda la Provincia de Córdoba. En la actualidad, solo comercializaba los productos de Molinos Río de la Plata y Cepas en Córdoba Capital.

Asimismo, a partir del centro de distribución logró otros beneficios operativos, tales como:

- Disminución del riesgo de roturas y robo debido a los menores movimientos de la mercadería.
- Mayor control del stock, lo cual disminuye la cantidad de productos que se venzan por falta de rotación.
- Mayor organización en la parte operativa, al tener toda la mercadería en un solo depósito.
- Mayor control de la mercadería, lo cual disminuye el robo debido a que el nuevo centro de distribución cuenta con un solo sector de entrada y uno de salida.
- El personal trabaja en mejores condiciones.
- Menores recorridos para los autoelevadores, lo que representa un ahorro en costos al no tener que trasladarse de un depósito a otro.
- Posibilidad de incorporar nuevas líneas de productos debido al aumento de su estructura.

Como se expone hasta el momento, la decisión de invertir en la construcción del nuevo centro de distribución no resulta atractivo en el ámbito financiero, debido a que no produce un crecimiento exponencial de las ventas ni de la rentabilidad, ni tampoco significa reducir drásticamente los costos. Está claramente orientado a cuestiones de organización interna, expansión corporativa e imagen, entre otras.

A partir de la construcción de este centro es que los dueños de la compañía expresan la intención de evaluar el cierre de sucursales para concentrar en este el almacenamiento, venta y distribución hacia todas las localidades.

Este escenario abre la posibilidad de evaluar las ventajas y desventajas que traería aparejado este cambio en la estrategia comercial de la compañía. Por lo tanto, realizar una planificación fiscal que contemple esta situación puede arrojar resultados interesantes en cuanto ahorro o beneficios que ordenen el pago de los distintos impuestos que se exigen en los estamentos: nacional, provincial y municipal.

En este análisis, es válido considerar también que el rubro en el que se desempeña la compañía que es, principalmente, la venta de productos alimenticios, en ellos la incidencia de los impuestos sobre el precio final es muy significativa. Al respecto, según datos del Instituto Argentino de Análisis Fiscal (IARAF) se señala por ejemplo que en un pack de gaseosas de 6 unidades más del 48% del valor de venta al público corresponden a impuestos. En este sentido, el impuesto que más incide es el IVA con el 16,8%, seguido por los impuestos a la Seguridad Social con 9,4%, Impuesto a las Ganancias con 7,7%, Ingresos Brutos con 7,6%, Impuestos Internos con 3,2%, Impuesto al Cheque con 2,5% e Impuestos Nacionales con 1,3%.

Además, en todo el contexto evaluado hay un punto importante y es que la empresa tiene un perfil de cliente muy marcado. Encontró un nicho que apunta a pequeños y medianos comercios, con un perfil más barrial en donde el contacto personalizado con los vendedores y el servicio de entrega de mercadería en poco tiempo se convierten en ventajas que los diferencia de sus competidores. Esta metodología de trabajo es posible en parte, por la descentralización de la compañía, contar con sucursales en los distintos puntos del interior de Córdoba genera cercanía con los clientes.

Por lo tanto, es importante evaluar la afectación que podría sufrir la empresa en cuanto a la fidelidad de sus clientes, en caso de decidir el cierre de los salones de venta y distribución fuera de James Craik.

Análisis de contexto

Mediante el análisis PESTEL que hace referencia a los factores políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ambientales y legales, es posible analizar a la compañía con relación al contexto inmediato en el que existe, desempeña su actividad y cómo estos factores pueden impactar en la misma.

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

En lo económico, siguiendo al BCRA (2020) la Argentina tiene una larga historia de inestabilidad. Desde el año 2018, el país fue golpeado por un cambio de ánimo de los inversionistas extranjeros con respecto a los mercados emergentes, lo que generó una larga y masiva liquidación del peso, activando presiones inflacionistas, ante lo cual el Banco Central subió con fuerza las tasas de interés. La inflación es una preocupación de peso en Argentina, la cual está atravesando una inflación mensual, según BCRA (2020) para el mes de agosto de 2.7% e interanual de 42.4%.

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

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

Es preciso mencionar que los efectos económicos que ha producido la pandemia del covid en el sector de distribuidores de bienes de consumo masivo fueron positivos, ya que el nivel de facturación se vio favorecido por el incremento del consumo de alimentos, cigarrillos y otros que no son bienes durables.

Dentro del entorno social en que está inserta Redolfi, se observa una visión favorable respecto de sus servicios debido a la atención, rápida entrega de los productos

y asesoramiento a sus clientes postventa. En cualquier caso, sin reducción de la inflación y mejora de la actividad es casi imposible pensar que la pobreza podrá bajar únicamente a base de expandir y mejorar la focalización de las políticas sociales.

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

Otra observación en este enfoque es que la industria de consumo masivo se encuentra en plena transformación, con compradores cada vez más informados y una participación creciente del comercio electrónico, lo que impone una reflexión acerca de las estrategias que son necesarias para sobrevivir a estas nuevas condiciones e, incluso, explotarla para ganar en ventas.

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

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

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

góndola. Esta situación, debe ser tenida en cuenta por empresas como distribuidoras de productos alimentarios de consumo masivo.

Es sumamente importante tener conocimiento de toda la legislación vigente a nivel nacional, provincial y municipal, para lograr esto, lo correcto sería contar con asesoramiento legal constante. Tenemos el claro ejemplo de la Ordenanza N° 1564/07 de la localidad de James Craik, que exige, a partir del año 2003, trasladar las infraestructuras tales como industrias y depósitos fuera del ejido urbano, y para aquellas empresas que se trasladen antes del año 2012 la Municipalidad dispuso beneficios tributarios y subsidios por la contratación de nuevos empleados. Fue por este motivo que los socios decidieron realizar la inversión en un nuevo predio de depósito, brindando la posibilidad de crecimiento. O las leyes nacionales o provinciales que permiten reducir la carga impositiva acogiéndose a determinados regímenes o el cumplimiento de ciertas obligaciones dispuestas en ellas, como la ley N° 24.467 de “Pequeña y Mediana Empresa” que otorga diversos beneficios a las empresa que cumplan con determinados requisitos y sean categorizadas como tales.

Diagnóstico organizacional

A partir de un análisis FODA es posible identificar la situación actual de la empresa en cuanto a las posibilidades y falencias tanto propias como externas que presenta. Este panorama permite ver de manera integral a la compañía y los aspectos a trabajar que redunden en mejoras futuras.

Tabla N° 1: Análisis F.O.D.A. de la empresa A. J. & J. A. Redolfi.

Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none"> - Amplia variedad de productos. - Excelente ubicación estratégica. - Clima laboral ameno. - Fidelidad del cliente. - Asesoramiento comercial orientado a la satisfacción al cliente. - Extensa trayectoria. - Muy buena relación con proveedores y excelente compromiso con sus clientes. 	<ul style="list-style-type: none"> - Deficiente control de stock. - No posee Sistema de gestión de compras. - No cuenta con un software contable específico. - Carece de un sistema CRM Customer Relationship Management. - No cuenta con área de recursos humanos ni marketing.

<ul style="list-style-type: none"> - Cobertura en toda la provincia de Córdoba. - Representación de marcas Premium en diferentes partes del país. - Muy buena capacitación del personal, generando un excelente clima de trabajo. 	<ul style="list-style-type: none"> - Poca experiencia en mercados interprovinciales. - Limitación de espacio en el depósito central para el almacenado de la mercadería. - Carece de una planificación fiscal.
Oportunidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> - Ley de Pymes, que cuenta con beneficios impositivos muy atractivos. - Incorporación de sistemas informáticos. - Centralización del stock. - Logística unificada. - Mercado potenciales no solo a nivel nacional sino también a nivel internacional como países limítrofes. - Aumento del consumo de bienes <i>Premium</i>. - Campañas publicitarias para mejorar su imagen corporativa. 	<ul style="list-style-type: none"> - Crisis económica actual en el país. - Elevada inflación y recesión. - Elevada carga fiscal sobre el sector empresarial. - Altos costos de logística. - Competencia en aumento. - Cambios de preferencias por el consumo. - La existencia de pequeños re-vendedores.

Fuente: Elaboración propia

Análisis específico según el perfil profesional de la carrera

Como profesionales de las ciencias económicas y particularmente en el ejercicio como contadores públicos se cumple un rol de asesoramiento en áreas financieras, económicas y contables.

En este sentido, focalizando en la empresa analizada, es posible observar que si bien en el organigrama presenta un Gerente de Administración y Finanzas que tiene bajo su supervisión áreas y tareas de cobranza, facturación, formación de precios y bancos, todo el proceso administrativo y contable puede calificarse como rudimentario y falto de profesionalización, atendiendo a lo que relatan los propios colaboradores en las diversas entrevistas realizadas.

Dicha situación es extensiva también a las otras gerencias de la empresa y en la relación y trabajo que se mantienen entre todas. Entre sus características, se visualiza un manejo familiar, caracterizado por la informalidad, el trato personalizado y basado en la confianza y experiencia.

Por lo tanto, podemos decir que carece de profesionales idóneos, procesos formales y herramientas informáticas, entre otros aspectos, que posibiliten la planificación, el control, mayor orden administrativo y contable que es posible lograr mayor eficiencia e incluso hasta haga más rentable la compañía.

En particular, Redolfi S.R.L., inscripto en AFIP bajo el CUIT: 30-56783883-4 es un contribuyente responsable inscripto no amparado en los beneficios promocionales industriales establecidos por Ley 22021 y sus modificatorias 22702 y 22973, a la fecha de emisión de la constancia de su inscripción en AFIP. La forma jurídica adoptada es una S.R.L. Fecha de contrato social: 31-07-1997.

Además, se encuentra inscripta en los siguientes impuestos/regímenes, de acuerdo a la constancia de inscripción extraída de AFIP:

Tabla N° 2: Impuesto/Regímenes vigentes

Impuesto/Regímen	Fecha
SICORE- Impuest a las Ganancias	ene-00
Ganancias sociedades	sep-97
IVA	mar-89
Reg.Seg.Social Empleador	ene-72
Reg Inf Participaciones Societarias	ene-07
Reg Inf - CITI - Compras	ene-05
Reg Inf - Presentación de EECC	dic-09
Reg Inf - Compras y Ventas	ene-15
BP - Acciones o Participaciones	may-03

Fuente: Elaboración propia, en base AFIP

En cuanto al impuesto a los Ingreso Brutos, bajo el número de inscripción 215009882, está inscripto en régimen mensual- Osiris. Fecha de Inscripción 01/07/1975. Actividades 463300 - Venta al por mayor de cigarrillos y productos de tabaco 464310 - Venta al por mayor de productos farmacéuticos 469090 - Venta al por mayor de mercancías n.c.p. - (Principal) 492299 - Servicio de transporte automotor de cargas n.c.p. 681099 - Servicios inmobiliarios realizados por cuenta propia, con bienes rurales propios o arrendados n.c.p.

Tabla N° 3: Cargas Fiscales de Redolfi S.R.L.

Cargas Fiscales	31/12/2019	31/12/2018	31/12/2017
Impuesto a los débitos	\$ 5.475.893,80	\$ 2.464.152,21	\$ 2.217.736,99
Impuesto a las Ganancias	\$ 3.336.057,91	\$ 2.329.734,73	\$ 2.794.069,66
Percepciones IIBB a pagar	\$ 91.000,00	\$ -	\$ -
Retención IG a pagar	\$ 6.868,00	\$ -	\$ -
Ingresos Brutos Cba	\$ 4.295.787,00	\$ 3.866.208,30	\$ 1.859.587,47
IVA a Pagar	\$ 2.329.562,00	\$ 2.096.605,80	\$ 1.076.945,22
Anticipos Imp. a las Ganancia	\$ 1.904.061,00	\$ 1.713.654,90	\$ 732.289,41
Industria y comercio	\$ 714.136,00	\$ 622.798,01	\$ 610.586,28
Inmobiliario y automotores	\$ 667.053,00	\$ 581.736,92	\$ 570.330,32
Otros impuestos y tasas	\$ 205.796,00	\$ 179.474,69	\$ 175.955,58
Totales	\$ 19.026.214,71	\$ 13.854.365,56	\$ 10.037.500,93

Fuente: Elaboración propia, en base a Estados contables de Redolfi S.R.L.

Como se puede observar, las cargas fiscales incrementan notablemente desde el año 2017 al 2019, según datos de los estados financieros de la empresa.

Dado que la organización objeto de estudio planea el traslado de su centro de distribución a uno de mayor capacidad operativo, que ya ha construido, requiere optimizar la estructura de costos, para lo cual se propone una planificación tributaria conformada por herramientas que incluyen: la inscripción en el actual régimen de Pymes, adopción del *leasing* financiero para financiar renovación de equipamiento y la utilización de la opción de venta y reemplazo para la liquidación del impuesto a las ganancias.

Marco Teórico

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

Son numerosos los autores que analizan y estudian a la planificación tributaria. Así, siguiendo la temática planteada, Senteno (2016), la planificación tributaria es un sistema organizado por un conjunto de acciones legales del contribuyente, con el objetivo de maximizar la inversión eficiente de los recursos por medio de la disminución de la presión tributaria dentro de las reglas del orden jurídico.

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

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

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

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

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

En el caso de la Ley N° 24.467, conocida como Estatuto PyME, o de regulación de las pequeñas y medianas empresas, en su artículo 2° encomienda a la autoridad de aplicación definir las características de las empresas que serán consideradas PyMEs, teniendo en cuenta las peculiaridades de cada región del país, y los diversos sectores de la economía en que se desempeñan.

Se considera relevante mencionar que un autor nacional como Manassero (2018) afirma que las Pymes deben trabajar en mejorar su gestión para ayudar a mantener un orden interno, admitiendo que la presión fiscal existe y que permita reducir los costos impositivos que la misma genera y que afecta directamente a su competitividad.

Adicionalmente Franzolini (2019) expresa que las pymes a pesar de ser el corazón de la economía del país y ser los medios perfectos para impulsar el desarrollo económico del país, se enfrenta a varios problemas como el escaso acceso al financiamiento, elevados costos que deben afrontar y elevada presión fiscal, sumada a las altas tasas de inflación y de interés.

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

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

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

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

El *leasing*, de acuerdo a Pizarro (2016) es una herramienta que permite a todo el conjunto de empresas e instituciones, publicas y privadas, la financiación para la adquisición de bienes de capital, mediante un contrato de arrendamiento financiero, que establece el pago de cuotas periódicas a un plazo determinado, a cuyo término el beneficiario puede hacer uso de una opción de compra para quedarse con el bien financiado. El autor señala que el total de las rentas de arrendamiento es considerado gasto, por lo tanto, disminuye la base imponible de tu empresa.

Por otro lado, siguiendo a Pordomingo (2016), los beneficios fiscales de la ley de Pymes se pueden segmentar en: alivio fiscal: se podrá pagar el IVA a 90 días; se elimina el Impuesto a la Ganancia Mínima Presunta: se podrá descontar el Impuesto al cheque de lo que se paga de ganancias, hasta un 100% para micro y pequeñas empresas y 50% para las pymes medianas tramo 1.

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

Diagnóstico y Discusión

Declaración del problema

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

Justificación de que el problema es relevante

Dado que Redolfi S.R.L. planea trasladar su centro de distribución a uno con mayor capacidad operativa, sus procesos internos se complejizarán en un contexto de expansión organizacional. Ante esta situación, resulta relevante resolver el problema declarado con antelación, promoviendo el ahorro de los costos tributarios para generar mayor competitividad en cuanto a la fijación de los precios, manteniendo exclusividad con sus clientes actuales y promoviendo una cultura de optimización de costos fiscales que le permita diferenciarse de su real competencia.

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

Conclusión Diagnósticada

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

Dado que la distribuidora carece de una planificación fiscal, aprovechando los beneficios impositivos por medio de herramientas como adhesión a algún régimen o utilización de economías de opción, sumado a la amenaza de la elevada presión impositiva que gravita en el sector de distribuidoras y otros sectores privados de la economía argentina, se concluye que la empresa objeto de estudio requiere aunar esfuerzos para impulsar una planificación de sus cargas tributarias, de forma de impedir que las mismas se trasladen al precio de venta y vea empeorada su estrategia de diferenciación que tanto la caracteriza, pudiendo fijar precios sumamente competitivos con respecto a la competencia.

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

El resultado final que se va a obtener será una guía con los pasos y requisitos, para cada una de las herramientas de planificación fiscal propuestas, que ayuden a la empresa objeto de estudio a encauzar las acciones para generar ahorros impositivos que reduzcan la presión fiscal a la cual están expuestas sus operaciones habituales. De esta forma la distribuidora podrá reducir los costos fiscales y colocar precios más competitivos en relación a su competencia.

Finalmente, se puede decir que en Argentina la presión fiscal es sumamente elevada, esto principalmente se debe a que cada vez que se ha buscado cubrir el desfasaje entre lo que se recauda y lo que se gasta en el sector público se ha creado un impuesto, muchas veces presentándolo como una solución transitoria y con el compromiso de eliminarlos, pero esto nunca sucede y subsisten en el tiempo. Esta situación termina desgastando la actividad económica y los incentivos del sector privado que demandan para mantener su producción real.

Plan de Implementación

Alcance y Limitaciones

Se aborda un tema en materia tributaria para el diseño de una planificación fiscal para la empresa A. J. & J. A. Redolfi S. R. L. El estudio se realizó abarcando el segundo semestre del año calendario de 2020, para implementar la propuesta a partir de diciembre del mismo año. Por tratarse de un reporte de caso para una empresa en particular, el ámbito geográfico se define como la Provincia de Córdoba, Argentina. De acuerdo con los objetivos planteados, será un estudio de tipo mixto, es decir cuantitativa-cualitativo y de naturaleza descriptiva.

Limitaciones

Durante la realización del reporte de caso no se presentaron ni dificultades ni limitaciones que pudiesen afectar la ejecución del caso. La elaboración de la investigación fue factible, en razón que se contó con los recursos necesarios para su efectivo desarrollo. En particular, se emplearon los estados financieros de la distribuidora correspondientes a los ejercicios 2019 a 2017. En este reporte de caso se analiza el impacto de los tributos nacionales, tales como el IVA, el impuesto al cheque, impuesto a las ganancias mínima presunta y el impuesto a las ganancias. Se deja fuera del análisis a los impuestos provinciales y municipales. Se analiza toda la organización como un todo.

Recursos

Para la implementación de la propuesta planteada, se detallan los recursos materiales inmatrimoniales y humanos que se requieren para llevar adelante la planificación fiscal en la organización. A continuación se expone la tabla N°4 donde se precisan los recursos de lanzamiento y los de mantenimiento para la ejecución de la presente planificación tributaria para la empresa objeto de estudio.

Tabla N° 4: Detalle de recursos

Recursos de lanzamiento	Cantidad	\$
Muebles y Útiles	1	\$ 16.500,00
Equipo de informática	1	\$ 40.000,00
Conexión de internet	1	\$ 2.250,00
Leyes tributarias (Recursos técnicos)	varios	\$ 650,00
Asesor tributario- Contador Público	1	\$ 37.500,00
Total		\$ 96.900,00

Recursos de mantenimiento	Cantidad	Valor por mes
Honorarios del asesor tributario	1	\$ 14.500,00
Actualizaciones tributarias	1	\$ 600,00
Informe de planificación tributaria	1	\$ 5.950,00
Conexión de internet	1	\$ 2.250,00
Útiles varios	varios	\$ 250,00
Total		\$ 23.550,00

Elaboración propia

Herramientas de Planificación Tributaria

1) Régimen Pymes

Para formar parte de Registro de MiPyMES se establecen categorías, según las ventas totales anuales, la actividad declarada, el valor de los activos o la cantidad de empleados según rubro o sector de la empresa. En particular, para una empresa comercial como lo es Redolfi S.R.L, hay que tener en cuenta el nivel de facturación anual y la cantidad de empleados en relación de dependencia, para poder encuadrar a la organización en alguna de las siguientes categorías.

Tabla N° 5: Categoría para empresas Comerciales

Categoría	Comercio (Ventas)
Micro	\$ 36.320.000,00
Pequeña	\$ 247.200.000,00
Mediana Tramo 1	\$ 1.821.760.000,00
Mediana Tramo 2	\$ 2.602.540.000,00

Elaboración propia en base a AFIP (2020)

Tabla N° 6: Categoría para empresas Comerciales

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

Elaboración propia en base a AFIP (2020)

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

Principales incentivos fiscales del régimen

- ✓ IVA: pago a 90 días y certificado de no retención: las pequeñas y medianas empresas pueden solicitar el beneficio cuando sus Declaraciones Juradas de IVA tengan un saldo a favor durante dos períodos fiscales consecutivos anteriores al pedido.
- ✓ Compensación del impuesto al cheque en el pago de Ganancias: puede compensar en el pago de Ganancias el 60% del impuesto al cheque.
- ✓ Eliminación del Impuesto a la Ganancia Mínima Presunta.

Requisitos para la adhesión al régimen

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

Acciones para inscribirse en el régimen

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

Para realizar la solicitud de adhesión al régimen se debe ingresar a la página web de la AFIP con CUIT y clave fiscal a la relación Pymes - Solicitud de categorización y/o

beneficios, dentro de este servicio se debe seleccionar la opción nuevo, donde se abre el formulario 1272 para ser completado, en la pantalla se mostrará la solapa compuesta por datos informativos y por los períodos fiscales cerrados en los que estuviste inscripto en el impuesto al valor agregado de los últimos 3 períodos fiscales cerrados.

El sistema consultará si se desea solicitar la opción para cancelar el IVA por trimestre, para ello se deberá seleccionar la opción sí. En caso de que únicamente se quiera categorizar se debe seleccionar la opción no. Posteriormente, en las solapas de los períodos fiscales se encuentra la suma de las ventas totales (excluyendo IVA, impuestos internos y el 50% del monto de las exportaciones), allí se debe detallar a qué actividades se corresponden dichas ventas. La suma total de las ventas anuales por cada actividad que se informe deberá coincidir con el total de ventas anuales que mostrará el sistema. Luego de haber informado las ventas correspondientes, se habilita la opción presentar declaración jurada.

2) Venta y Reemplazo

Dado que Redolfi S.R.L planea trasladar sus centro de distribución a uno con mayor capacidad operativa de su propiedad que ya ha construido, se considera conveniente tener presente la opción de venta y reemplazo que admite la ley de impuesto a las ganancias vigente, ya que la distribuidora planea la renovación de diversos equipamiento (activo no corriente) y también de medios de transporte para poder ser más eficiente en la logística satisfaciendo oportunamente las necesidades de sus clientes actuales y potenciales.

Podrá afectar la ganancia del bien reemplazado al costo del bien de reemplazo, en la medida que las operaciones de compra-venta se produzcan en un plazo menor a un año. Esto último es factible para la empresa Redolfi S.R.L

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

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

3) Leasing Financiero

Dado que la empresa objeto de estudio planea financiar parte de la renovación de sus máquinas con el leasing, se puede decir que el arrendamiento financiero permite a la distribuidora tomar la depreciación acelerada de los bienes, además de los gastos financieros. Además, en el caso del leasing financiero, los cánones pueden deducirse del Impuesto a las Ganancias durante todo el plazo del contrato. Es decir, se admite la deducción acelerada de las cuotas pagadas, independientemente de la vida fiscal del bien.

Tabla N° 7: Propuesta de Planificación fiscal.

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

Elaboración propia

Diagrama de Gantt.

En el siguiente diagrama de Gantt se exponen las acciones concretas para que el Redolfi S.R.L pueda implementar la propuesta de planificación tributaria que se ha diseñado en el presente reporte de caso.

El plazo total es de 11 días corridos.



Figura N°1: Diagrama de Gantt

Elaboración propia

Evaluación de la propuesta.

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

Tabla N° 8: Ahorros impositivos

Tributos	Antes de la propuesta	Después de la propuesta	Ahorro en ejercicio 2020
IVA	Vencimiento mensual. Alicuota 21% sobre posición en IVA. En promedio por mes \$2.471.514	El saldo Iva deudor del mes 10, 11 y 12 del año 2020 puede diferirse al ejercicio siguiente	Iva deudor, octubre, noviembre y diciembre. Aproximadamente \$7.414.543
Impuesto al Cheque	Paga de impuesto a las Ganancias: \$3.336.057,90	Paga de impuesto a las ganancias \$1.484.854,95	Ahorro del 44%
IGMP	Paga el 1% de Activo computable \$1.337.341,67	No paga IGMP	Ahorro del 1% de Activo
Impuesto a las Ganancias	Paga el 30% sobre el resultados de venta de una instalación (bs de uso) No deduce cánones	No paga y lo difiere Se pueden deducir los cánones de leasing en IG	30% del resultado de venta 30% de los cánones

Elaboración propia

A continuación se presenta una herramienta que permite medir la implementación y evolución del plan propuesto. La misma está formada por los siguientes indicadores:

Tabla N° 9: Indicadores

Indicador	Forma de cálculo = Impuesto a las ganancias/UT Bruta		Medición después de la implementación
Incidencia del IG en la utilidad bruta	Valor Actual	4,83%	
	Frecuencia de medición	Anual	

Indicador	Forma de cálculo = IVA mensual/UT Bruta mensual		Medición después de la implementación
Incidencia del IVA en la utilidad bruta	Valor Actual	43,00%	
	Frecuencia de medición	Mensual	

Indicador	Forma de cálculo = IGMP/Rtado Neto		Medición después de la implementación
Incidencia del IGMP	Valor Actual	22,00%	
	Frecuencia de medición	Anual	

Elaboración propia en base a estados financieros de Redolfi S.R.L.

Conclusiones y Recomendaciones

La empresa J. & J. A. Redolfi planea un crecimiento organizacional, por medio de la llegada a nuevos mercados, cuya demanda podrá ser satisfecha gracias al traslado de su centro de distribución a uno con mayor capacidad que ya tiene construido.

Dada esta situación, con el presente trabajo, se propuso el diseño de una planificación tributaria que consta de la inscripción en el actual régimen de pymes y el empleo de herramientas como la venta y reemplazo, y el leasing financiero para financiar la renovación de sus instalaciones.

Al realizar un análisis de la situación de A.J. & J.A. Redolfi S.R.L. se pudo comprobar que ocupa una posición importante en su rubro, su situación económica es buena y tiene posibilidades concretas de expansión pero también se pudo determinar que la principal problemática de esta empresa es la alta presión tributaria que soporta por el desarrollo de sus actividades en el territorio argentino, por lo que es aconsejable que se adhiera al régimen pyme vigente a los efectos de lograr reducir esta carga fiscal y obtener un significativo ahorro fiscal.

La contribución de este reporte de caso fue brindar una solución factible para que la organización pudiese reducir significativamente los costos fiscales que resulten de sus operaciones habituales. Todos los beneficios obtenidos por la adhesión al régimen pyme y el empleo de economías de opción tributaria evidencian que la implementación generará un importante ahorro fiscal que permitirá que la empresa no sea ahogada por la presión fiscal.

Como fortaleza del presente trabajo, se puede mencionar que la planificación fiscal promueve la conciencia empresarial por ahorrar en costos fiscales, más allá de los de producción. Como debilidad se pueden mencionar, los altos costos de mantenimiento de una planificación fiscal y las escasas economías de opción a las que una pyme argentina puede acceder para diferir impuestos en la actualidad.

Se concluye, que la empresa objeto de estudio requiere reducir los costos no solo de distribución y logísticas, sino también otros como los tributarios. Esto contribuye en acentuar con mayor esfuerzo su estrategia de liderar en costos, colocando precios por debajo de la competencia y ganando mercado.

Además de la problemática analizada a lo largo de todo este reporte de caso, se ha detectado que la empresa tiene otras, por tal motivo se realiza una serie de

recomendaciones a los efectos de poder superarlas y evitar que se vea perjudicada en su funcionamiento por la presencia de ellas.

A.J. & J.A. Redolfi S.R.L. debería contar con sistemas contables específicos donde se registren todas las operaciones de compra, venta, pago a proveedores, cobranzas a clientes, deudas, etc. Ya que, se puede observar que no cuenta con un *software* contable específico ni con un sistema de costeo, todo es manejado a través de planillas de Excel por los empleados encargados de esta área, tampoco realiza registración diaria ni automática de las operaciones. Lo cual es totalmente desaconsejable para la magnitud y tipo de la empresa, además la expone a un margen más alto de error de cualquier clase.

También se recomienda el diseño de capacitaciones con relación a la planificación fiscal, de manera tal de convalidar una cultura tributaria en cada uno de los miembros que manejan la organización. Además, se aborda el estudio de la planificación fiscal, incluyendo otras herramientas como la adopción del criterio devengado exigible o la búsqueda de regímenes de promoción que beneficien significativamente a una distribuidora como Redolfi S.R.L.

Referencias

- BCRA (2020). Pateando el tablero: Los países emergentes como dinamizadores de la economía internacional y sus instituciones. Argentina, Buenos Aires. Recuperado el 30-09-2020 de <https://tinyurl.com/yxltw5g9>.
- Calderón Mite Lissette Geomara, M. P. (2016). Diseño de planificación tributaria para Pymes. Guayaquil, Ecuador. Recuperado el 30-09-2020 de <https://tinyurl.com/y3x46lqk>
- CAME (2020). La Economía en Crisis. Argentina, Buenos Aires. Recuperado el 30-09-2020 de <https://tinyurl.com/y4mopz2h>
- Capdevila, P. (2016). El planeamiento tributario como instrumento de gestión empresarial. Lima, Perú. Recuperado el 30-09-2020 de <https://tinyurl.com/yxfepj43>
- Cortes, M.L. (2015). Alternativas para el control contable y tributario en la compañía comercializadora de alimentos SAS. Recuperado el 30-09-2020 de <https://tinyurl.com/yy78hzo5>
- Deborah, U. (2019). Le haría una crítica al Gobierno: confiar en el peronismo es mortal. Argentina, Buenos Aires. Recuperado el 30-09-2020 de <https://tinyurl.com/yy4t99sw>
- Franzolini Dalila (2019). La importancia de las PYMES en Argentina. Recuperado el 30-09-2020 de <https://blog.hubspot.es/marketing/la-importancia-de-las-pymes-en-argentina>
- Iavarone, P. (2012). Trabajo de investigación de Pymes. Argentina, Provincia de Mendoza. Recuperado el 30-09-2020 de <https://tinyurl.com/y4d4cqsp>
- Ley 24.467 y modificaciones (1995). Ley de Pequeña y Mediana Empresa. Recuperado el 15-08-2020 de <https://tinyurl.com/y4ee42zo>.
- Ley 27545 (2020). Ley de Góndolas. Recuperada el 30-09-2020 de <https://tinyurl.com/y2sb8ndr>
- Manassero, C. (2019). Impuesto a las Ganancias. Facultad de Ciencias Económicas de la Provincia de Córdoba. UNC. Ed: Cooperadora de la FCE.

Pordomingo, E. (2016). Trabajo final de graduación. Argentina, Provincia de La Pampa.

Riviera, E. (2014). Utilización de instrumentos financieros para la planificación tributaria. Argentina, Buenos Aires. Recuperado el 30-09-2020 de <https://tinyurl.com/yxv68wzh>

Senteno, K. &. (2016). Estrategias de planificación Tributaria. Santiago de Chile. Chile. Recuperado el 30-09-2020 de <https://tinyurl.com/yb2zpomq>

Villasmil, M. (2015). La planificación tributaria. Herramienta legítima del contribuyente en la gestión empresarial. Argentina, Buenos Aires. Recuperado el 30-09-2020 de <https://tinyurl.com/yxc5gfwx>