

Universidad Siglo 21



Carrera de Contador Público

Trabajo final de grado.

Reporte de Caso.

“La Planificación Fiscal de la empresa para la toma de decisiones y reducción de cargas fiscales en Tarjeta Naranja S.A”

“The Tax Planning of the company for decisión making and reduction of tax burdens in Tarjeta Naranja S.A”

Autor: Ivo Tomás Tagliatori

Legajo: VCPB28591

DNI: 41688848

Director de TFG: D’Ercole Favio

, 2021

Provincia de Buenos Aires, Argentina, Octubre, 2021

Resumen

El presente trabajo final de grado tiene como objetivo confeccionar una planificación tributaria para el periodo 2021 de la empresa Tarjeta Naranja, de la provincia de Córdoba. Ante los constantes cambios en las normas impositivas y un sistema con una excesiva carga fiscal, es necesario contar con una planificación para poder reducir los costos impositivos, aprovechando beneficios que permitan disminuir la carga tributaria o logrando posponer el pago según las normas vigentes. Para su desarrollo se realizó un análisis de contenidos teóricos de diferentes autores. Como consecuencia de los resultados obtenidos, se verificó la importancia de la herramienta como venta y reemplazo y la utilización de alternativas como el contrato de leasing para lograr la reducción de la carga tributaria de la empresa, obteniendo beneficios fiscales, cumpliendo en tiempo y forma con la normativa vigente y una toma de decisiones adecuada para gestionar los recursos financieros y económicos de una manera efectiva.

Palabras claves: Planificación, impuestos, empresa, tributación, beneficios

Abstract

The objective of this final degree project is to prepare a tax planning for the 2021 period of the company Target Naranja. of the province of Córdoba. Given the constant changes in tax regulations and a system with an excessive tax burden, it is necessary to have planning in order to reduce tax costs, taking advantage of benefits that allow reducing the tax burden or managing to postpone payment according to current regulations. For its development, an analysis of the theoretical contents of different authors was carried out. As a consequence of the results obtained, the importance of the tool was verified as a sale and replacement and the use of alternatives such as the leasing contract to achieve the reduction of the company's tax burden, obtaining tax benefits,

complying in a timely manner with current regulations and adequate decision-making to manage financial and economic resources in an effective way.

Keywords: Planning, taxes, company, taxation, benefit

Índice

Introducción	5
Análisis de la situación	8
<i>Descripción de la situación</i>	8
<i>Análisis de contexto</i>	10
<i>Análisis FODA</i>	14
<i>Análisis específico</i>	15
Marco teórico	18
Diagnóstico y Discusión	21
<i>Descripción del problema</i>	21
<i>Justificación del problema</i>	21
<i>Conclusión Diagnóstica</i>	21
Plan de Implementación	23
<i>Objetivo general</i>	23
<i>Objetivos específicos</i>	23
<i>Alcance:</i>	23
<i>Limitaciones</i>	24
<i>Recursos involucrados</i>	24
<i>Presupuesto</i>	24
<i>Acciones específicas a desarrollar y marco de tiempo para su implementación</i>	25
<i>Marco del tiempo</i>	29
<i>Propuesta de medición y control de las Actividades propuestas</i>	29
Conclusiones y recomendaciones	31
Referencias	32

Introducción

El presente trabajo consiste en una planificación tributaria que le permita a Tarjeta Naranja S.A la mejora en el cumplimiento de las obligaciones fiscales para las tomas de decisiones y reducciones de cargas fiscales.

En la actualidad uno de los mayores conflictos en la administración las empresas es el impacto que ejercen los tributos en los resultados de las mismas. Es por ello que resulta de gran importancia la planificación en busca de reducirlo al mínimo posible sin caer en prácticas ilícitas como la evasión.

Tarjeta Naranja se hace presente en localidades de entre 20 y 50 mil habitantes, con los mismos servicios que las grandes sucursales como Buenos Aires, Córdoba, Corrientes, Entre Ríos, Formosa, Jujuy Misiones, Río negro, Santa Fe, Santiago del estero y Tucumán.

Hoy por hoy Naranja tiene más de 4,5 millones de clientes. Dentro de ellos, 9 000 000 de tarjetas activas, es decir, personas físicas. En Argentina el consumo en tarjetas de créditos incluye a un 35 % de la población; de ese total un 19 % de los usuarios utiliza Tarjeta Naranja. Con relación a la edad, en su mayoría, abarcan un rango de entre 35 y 54 años. De los consumos con la tarjeta de crédito, los gastos generales y de mercado, son las principales compras, seguido de compras por internet, y gastos afines al turismo y combustible. Tarjeta Naranja es usada por distintos segmentos demográficos (la utilizan personas a lo largo de toda la Argentina y gracias a la alianza con Visa, también a nivel internacional); socioeconómicos (principalmente la poseen aquellas personas de nivel medio); etarios; de género; y ocupacionales. La empresa ofrece un servicio financiero encaminado al consumo con calidad y calidez, a través de una gestión basada en procesos sostenibles.

Continuando con el mismo ritmo de crecimiento, deciden seguir apostando en 2018 la fusión con Nevada marcó un gran hito y permitió ampliar la comunidad de clientes y la red de comercios. Desde Naranja, sostienen que es una solución personalizada y dirigida a cada una de las personas, con la construcción de experiencias completas y satisfactorias, y eso es lo que les da lealtad y genera satisfacción en el cliente.

Sus proveedores, son parte esencial de la comunidad, son aliados para reproducir el impacto positivo en el entorno. Por eso, desde Naranja, ponen cuidado en su selección

Para ser proveedores, deben cumplir con una serie de requisitos impositivos (IVA, Impuesto a las Ganancias, Ingresos Brutos e Impuestos Municipales), datos de facturación y bancarios. Presentan un formulario, anexando la documentación correspondiente. En el caso de altas de proveedores críticos, asimismo, deben garantizar el respeto de criterios económicos y financieros, de responsabilidad social, prevención de riesgos laborales, gestión medioambiental, respeto de derechos humanos y recursos técnicos.

La estrategia es diferenciar con respecto a sus competidores, enfocando sus servicios a la satisfacción del cliente y precios competitivos, ofreciendo una línea de productos muy variada, al no estar enfocada en algún producto en particular sino en todo el surtido existente en el mercado.

La empresa debe afrontar una serie de impuestos, tasas y contribuciones en forma obligatoria. El tributo es un pago previsto por ley a favor del estado. En Argentina la principal fuente de ingreso para solventar el gasto público son los impuestos y tasas que se recaudan tanto a nivel nacional, provincial como municipal.

Si bien, es una empresa que ha tenido mucho éxito en los últimos años Tarjeta Naranja SA adolece de problemas en la presentación y pago oportuno de sus obligaciones fiscales debido a una débil gestión tributaria, que no permite la adecuada segregación de funciones provocando incompatibilidad y duplicidad funciones, desconocimiento de las actualizaciones de la normativa tributaria debido a que no se realizan capacitaciones en temas tributarios, pagos de multas por conceptos de declaraciones fuera de tiempo lo que afecta directamente a los beneficios económicos de la empresa.

Actualmente las pymes en Argentina, están atravesando problemas financieros y económicos muy graves debido a la situación de pandemia COVID 19 a nivel mundial. Hoy más que nunca hay que replantearse la planificación tributaria, con el fin de ahorrar en impuestos y tener liquidez para destinar al pago de proveedores y demás gastos operativos.

Barrera Carhuacho,(2018), explica que la planificación fiscal que implica la valoración de alternativas y posteriormente el acto de elegir qué forma jurídica es la más provechosa para la empresa ayudado además con un conjunto coordinado de comportamientos incide de manera muy favorable en las

obligaciones tributarias ya que les permite optimizar la carga fiscal ya sea para reducirlas o eliminarlas o gozar de algunos beneficios tributarios.

Es mediante este proceso denominado planificación fiscal que se intenta disminuir la carga fiscal al mínimo, siempre mediante la utilización de las normas legales. Actualmente uno de los principales objetivos de las empresas considerando la gran inestabilidad económica en la se encuentra el país está relacionado con la reducción de sus costos con el fin de poder llegar al cliente con un mejor precio que la competencia. (Sánchez, 2013).

El trabajo es de gran utilidad para que las empresas tomen conciencia de la necesidad de una adecuada planificación tributaria, herramienta que hoy en día es esencial para la supervivencia de las mismas. El planificador fiscal debe tener un acabado y profundo conocimiento de las normas legales a fin de no solamente lograr pagar menos impuestos, sino que también en otras ocasiones consiga trasladar o distribuir los momentos de pagos para atemperar el peso financiero. La herramienta es vital para prevalecer y posicionarse competitivamente al reducir el costo impositivo al máximo posible, pero siempre actuando con la aplicación de las medidas previstas por los legisladores, independientemente del tipo societario, actividad y tamaño de la empresa.

La planificación tributaria también puede ser un incentivo para los empresarios, puesto que, conociendo la posibilidad de tomarse ciertos beneficios que reducirían sus impuestos, los puede motivar a realizar el pago de los tributos a los que están obligados, el Estado ganaría con estas recaudaciones, además, sería un incentivo también para futuros empresarios que estén pensando en invertir, generando así fuentes de empleo no solo para este sector, sino para los que están relacionados.

Análisis de la situación

Descripción de la situación

La historia del grupo se inicia en 1969 cuando dos profesores de educación física, David Ruda y Gerardo Asrin, fundan la casa de deportes Salto 96. Las primeras cuentas corrientes empiezan a moverse y comienzan a entregar tarjetas de identificación a sus clientes. Desde aquel momento, el impulso emprendedor de sus fundadores los transformó y expandió. Tarjeta Naranja es, desde 1985, una tarjeta de crédito fundada en Córdoba, con criterio de tarjeta local, que hoy es líder en su categoría y ha alcanzado cobertura nacional. Con su Casa Central ubicada en Sucre 152, de la ciudad de Córdoba, se hace presente a lo largo del país, y en sus locales brinda atención a los titulares de las más de 1 500 000 tarjetas activas que operan y a los más de 100 000 comercios.

En 1995, Banco Galicia accede como accionista, se activa la expansión en todas las regiones del país, y se amplía la oferta de planes y beneficios para los titulares. Entre 1998 al 2005, se concreta una alianza con Visa y los titulares comienzan a usar su plástico en todo el mundo. Inmediatamente, llegan las alianzas con Mastercard y American Express, y se activa el proceso de crecimiento.

Desde sus inicios, Naranja incorporó distintas herramientas para optimizar la atención a sus clientes y empleados, actitud que en la actualidad la posiciona entre las doscientas compañías más admiradas del país.

En el año 2002, Naranja integró a la empresa el área de Marketing. El objetivo primordial de agregar un nuevo grupo de trabajo consistía en engrandecer la popularidad de la marca integrando un sistema de comunicación al plan de negocios y a las operaciones, para conservar informados a los clientes de los beneficios que pueden encontrar y al directorio de todo lo que pasa en el mercado a nivel nacional.

El área de Marketing expuso, desde sus comienzos, un desarrollo informal, y poco organizado, que en la actualidad exhibe la necesidad de formalizar los procedimientos que desarrolla y contenerlos en un manual que brinde las herramientas para una estructura formal y le permita optimizar el uso de recursos. Dicha necesidad concuerda con la totalidad de las áreas de la compañía, que desde el año 2005 están incorporando a sus herramientas de trabajo la formalización de sus procesos con el objetivo vital de brindar

una estructura formal a la organización, optimizar el uso de recursos, y acceder a la certificación ISO 9001:2000.

En 2017 cambiaron la identidad y pasaron a llamarse simplemente Naranja, apuntando a difundir el porfolio de productos y servicios a través de la omnicanalidad, la innovación y la transformación digital. En el año 2019, llegaron a constituirse en un ecosistema de productos y de servicios interconectados gracias al fortalecimiento de su negocio digital, a la par que avanzaron con solidez hacia un gobierno comprometido con la sustentabilidad económica, ambiental y social. Inauguraron las primeras Sucursales del Futuro, un nuevo modelo de atención al cliente, que armoniza interacción digital y personal en un ambiente innovador. Celebraron el lanzamiento de Naranja X, su fintech. Con esta novedad, dieron un brinco al futuro de los nuevos negocios digitales.

Realizando un análisis superficial de la empresa, se desprende que la misma se encuentra conformada por un grupo familiar, dedicado servicios financieros, encuadrada conforme a la Ley 19550 de Sociedades Comerciales y adopta su denominación social como Tarjeta Naranja S.A.

La estructura de la empresa se encuentra establecida en su cúspide por un Presidente Vicepresidente y director, con un staff de apoyo constituido por contadores, abogados y profesionales.

En cuanto a las obligaciones fiscales a las que debe hacer frente se encuentran: Ganancias sociedades, IVA, Regímenes de información, BP-ACCIONES o participaciones, SICORE-impuesto a las ganancias, Impuesto a las ganancias beneficiarios del exterior, Empleador-aportes a la seguridad social, Retenciones contribuciones a la seguridad social, SICORE-premios juegos, SICORE - retenciones y percepciones, Ingresos brutos - convenio multilateral. Su actividad de servicios de entidades de tarjeta de compra y/o crédito, servicios financieros excepto los de la banca central y las entidades financieras Intermediación financiera y servicios de seguros. Edición de periódicos, revistas y publicaciones periódicas- Edición - Información y comunicaciones. Servicios de informática, Servicios de programación y consultoría informática y actividades conexas. Información y comunicaciones.

Análisis de contexto

El análisis PESTEL sobre la empresa Tarjeta Naranja S.A. se basa sobre un eje que está orientado a exponer la influencia que ejercen las variables que se encuentran en su entorno más externo. Para ello se tendrán en consideración los factores que integran las siglas del nombre del análisis, en donde se realizará una breve descripción del evento que ejerce la influencia, medido en un plazo de tiempo, que podrá ir de corto, mediano y largo plazo y la forma en que éste impacta, sea positiva o negativamente.

Aspecto político

En el contexto actual no es posible prever cuál será la huella de la pandemia en el reordenamiento político y electoral argentino. Hasta el momento, lo que se observa a partir de los datos es un escenario en el que el Gobierno de Alberto Fernández, actual presidente de la Nación, cuenta con un respaldo mayoritario por parte de la sociedad: tres cuartas partes de la ciudadanía aprueba la gestión del Gobierno nacional para afrontar la pandemia y la imagen positiva es muy elevada en comparación con la mayoría de presidentes de América Latina. A la vez, comienzan a salir a la luz signos preocupantes en lo que respecta al impacto económico de la pandemia: 4 de cada 10 argentinos manifiestan haber tenido en los últimos meses dificultades para afrontar gastos de alquiler, expensas o impuestos; y la misma proporción ha sufrido pérdida de empleo en su entorno familiar. Y a esto hay que añadirle la cuestión anímica propia de este tiempo complejo e incierto: 6 de cada 10 manifiestan haber sentido afectado negativamente su estado anímico y psicológico (Brito, 2020).

Desde el mes de marzo del año 2020 el gobierno nacional adoptó una medida de “precios máximos” donde dispuso que los precios de alimentos de la canasta básica, bebidas, artículos de higiene personal y limpieza mantengan, como máximo, el precio que tenían al 6 de marzo pasado (Boletín Oficial de la República Argentina, 2020). Esto fue decidido con motivo de que consideraban que existía un abuso de precios durante la emergencia sanitaria por el COVID-19 y además poder evitar el desabastecimiento. Esta medida repercutió en la empresa debido a que se encontraba dentro de los sujetos mencionados en la Resolución y produjo que se tuviera que adaptar a tal normativa sin posibilidad de establecer los precios correctamente conforme a su margen de utilidad

pretendida. En junio del corriente año se dio por finalizada la medida pero, según definen los empresarios del sector, están lejos de poder fijar libremente los precios. El procedimiento en estos momentos, para lograr un aumento, es reunirse cada dos meses con la Secretaría de Comercio, comandada por Paula Español, quien en el último periodo les permitió un aumento del 5% (Manfredi, 2021).

Aspecto económico

La Argentina volvió a registrar en marzo la segunda inflación más alta de América Latina, con una tasa mensual que superó a la del conjunto de los países más importantes de la región.

El Instituto Nacional de Estadística y Censos confirmó que la inflación superó el 11% en los primeros tres meses del año. En cuanto al rubro de alimentos y bebidas, llegó al 4,3 en marzo y al 48,8% en el último año.

Por otra parte, La sensación de que en la Argentina se pagan cada vez más impuestos tiene su sustento en las estadísticas. En 2020, la presión impositiva, llegó prácticamente al 32%, según datos oficiales que tienen en cuenta a Nación, provincias y municipios. Sin contar los impuestos municipales, que fue de 30,8%.

En un contexto en el que la economía se desplomó un 10% a raíz de la pandemia, el porcentaje de la presión impositiva creció desde el 28,8% que alcanzó en 2019, de la mano de la caída en la recaudación (Muscatelli, 2021).

El nivel general del Índice de precios al consumidor (IPC), representativo del total de hogares del país, registró en julio de 2021 una variación de 3,0% con relación al mes anterior (INDEC, 2021) y, según el portal Infobae, acumula 29.1% en lo que va del año. En el artículo se expuso que el camino de desaceleración inflacionaria continuaría en los próximos meses. Expone que según consultores argentinos, esa tendencia estará apoyada en una devaluación del dólar oficial más lenta, en el congelamiento de tarifas y en una serie de esquemas de control de precios para el consumo masivo que continuarán en funcionamiento hasta fin de año. Las consultoras relevadas proyectaron que la inflación finalizará en 2021 en un 48,9%.(INFOBAE, 2021)

Aspecto Social

De acuerdo a datos oficiales, la asistencia alimentaria directa del Estado a comedores había alcanzado en 2019 a 8 millones de personas. De ese total, 3,5 millones son

chicos y chicas en escuelas, mientras el resto son adultos y personas mayores en comedores o merenderos. Por la pandemia ese número saltó a lo largo de 2020 a unos 11 millones de personas por la emergencia que implicó el cierre de actividades en todo el país.

Con el 42% de población que no llega a cubrir la canasta básica total, el país tiene el mismo nivel de pobreza que hace más de 30 años y, a diferencia de otros países de la región, no logró sostener un proceso de reducción significativa de ese índice.

La caída del empleo en la primera parte de la cuarentena se vio compensada parcialmente por la recuperación paulatina de la actividad económica en los últimos meses del año. Hacia el segundo trimestre del 2020 la tasa de desempleo había llegado a un techo de 13,1% tras los primeros meses de medidas de aislamiento social. En el tercero había ya recortado hasta 11,7 %.(Boettner, 2021).

Aspecto Tecnológico

Los diferentes locales de Tarjeta Naranja cuentan con avanzada tecnología, un sector de autogestión y un equipo de colaboradores que brindan asesoramiento personalizado.

A partir del proceso de reconversión de la marca iniciado en 2017, Naranja se propone que todos sus centros de atención se renueven en línea con la innovación y la tecnología, ofreciendo sucursales más cómodas, mejor equipadas y con todas las funcionalidades.

En línea con el aumento del uso de prepaga y los beneficios que manifiesta la opción pago sin contacto, Naranja lanzó al mercado su nueva tarjeta prepaga Visa Naranja X con tecnología “contactless” que otorga mayores beneficios en el pago sin contacto durante las compras.

La última propuesta de la firma funciona con el saldo disponible en la cuenta de Naranja X para realizar pagos en cualquier comercio físico y tienda online que acepte Visa, en Argentina y en el mundo.

Además, permite adherir débitos automáticos, pagar suscripciones online y retirar dinero en efectivo en cualquier cajero automático o sucursal de Naranja(Infobae, 2020).

El portal El Cronista presentó una publicación donde expone un informe a cargo de la consultora D’Alessio IROL. Allí comentan que entre lo que se podría rescatar, en forma

positiva de esta crisis global ocasionada por la pandemia, es el aprendizaje que muchas PyMES en Argentina obtuvieron por las ventajas y potencialidad que les otorgó el uso de las nuevas tecnologías de comunicación. Consideran que lo mismo continuará sucediendo en el mundo pospandemia. Según remarcó Nora D'Alessio, vicepresidente de la consultora, para el 79% de las pymes la tecnología fue clave para atravesar la pandemia y la mayor parte de ellas están dispuestas a invertir en ese rubro en el futuro inmediato si la economía lo permite. Aunque el 66% tiene expectativas de hacerlo, el 38% tiene claro que es una necesidad irreversible y que lo harán sin duda (CRONISTA, 2020).

Aspecto Ambiental

Dentro de las estrategias de Tarjeta Naranja SA para el cuidado del medio ambiente abarcan la gestión de residuos, la medición de su impacto ambiental, eficiencia energética, además del trabajo con proveedores locales y de triple impacto.

Para el primer punto, realizaron un diagnóstico a nivel nacional, tanto en los edificios corporativos como en más de 200 sucursales, que permite relevar información para identificar oportunidades de mejora y diseñar un plan nacional de gestión de residuos.

Con respecto a los materiales indican que el plástico para las tarjetas de crédito, papel, cartuchos de tóner y equipamiento informático configuran la principal preocupación en cuanto al cuidado y reducción de consumo de materiales. En este punto, para reducir el consumo algunas de las acciones que realizan son:

- Tóner en reducción: consumir menos tóner impacta en el gasto de hojas en todas las casas del país.
- Disminución del gramaje: utilizar hojas de menor gramaje significa un ahorro de 1.425 kg de papel.
- Todo digital: toda la documentación que se firma cuando ingresa un nuevo colaborador es electrónica.

Vinculado a la huella ambiental, se destaca que el mayor impacto se encuentra en el consumo de energía eléctrica, representando el 55% de su huella de carbono.

En ese camino, este año, comenzaron un proceso de contratación de proveedores para que puedan incrementar anualmente el porcentaje de energías renovables. Asimismo, desde 2018 realizan acciones para la protección de bosques y biodiversidad como también

de sensibilización, con el objetivo de compensar el impacto ambiental (Desiré, 2020).

Aspecto Legal

El impuesto país es un impuesto del 8% o 30% que se cobra por cada operación de compra de moneda extranjera y consumos en el exterior, según lo estipula la ley 27.541 de Solidaridad Social y Reactivación Productiva que se paga en pesos en el resumen de cuenta Naranja. El tipo de cambio que se utiliza para el cálculo, es el vendedor establecido por el Banco de la Nación Argentina para operaciones en divisas del último día hábil inmediato anterior al cierre de las tarjetas Naranja Visa, MasterCard o American Express (Tarjeta Naranja, 2021).

Otro aspecto legal que afecta a la situación de la empresa es la regulación de requisitos para considerarse una PyME. Los mismos están definidos en la Ley 24.467 y en la Resolución SECPYME N° 563/2019. Según lo que define AFIP una PyME es una micro, pequeña o mediana empresa que realiza sus actividades en el país, en alguno de estos sectores: comercial, servicios, comercio, industria o minería o agropecuario. Puede estar integrada por varias personas según la actividad y sus ventas totales anuales en pesos no pueden superar los montos establecidos según su categoría (Ley N° 24.467, 1995). Para definir la categoría se hace un cálculo sobre el monto de las ventas donde hay que considerar el promedio de los últimos 3 ejercicios comerciales o años fiscales, excluyendo el IVA, el/los impuesto/s interno/s que pudiera/n corresponder y deduciendo hasta el 75 % del monto de las exportaciones (Resolución SECPYME N° 563/2019, 2019). Según los cálculos obtenidos de la empresa Redolfi, en el año 2020 sería considerada como una pequeña empresa.

Análisis FODA

Con el propósito de realizar una breve introducción al análisis FODA que nos permita dar un marco del ámbito que ocupa el estudio, nos resulte conveniente brindar una explicación del origen de las siglas del nombre, dado que estas devienen de las palabras Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas, y son aspectos internos y externos.

Tabla 1- Análisis FODA

Factores Internos	
Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none"> • Liderazgo en el mercado altamente reconocido • Alianza estratégica con Banco Galicia • Buen clima laboral • Crecimiento continuo • Determinación y comunicación del plan comercial • Certificación ISO 	<ul style="list-style-type: none"> • Elevada tasa de interés • Crecimiento de planes que generan • Pérdida o rentabilidad muy baja • Dependencia de proveedores en el área de Marketing • Errores de sistema • Alta dependencia de la presidencia en la toma de decisiones
Factores Externos	
Oportunidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> • Bajo nivel de créditos personales en el mercado • Aumento de compras por Internet • Cambios demográficos favorables • Integración hacia atrás en actividades de diseño • Necesidad de diferenciación en el mercado 	<ul style="list-style-type: none"> • Presión fiscal • Elevada inflación • Incremento de la tasa de desempleo • Crecimiento de la competencia local

Fuente: Elaboración propia

Análisis específico

Tarjeta Naranja S.A. se mantuvo en 2020 como una de las principales entidades emisoras de tarjetas de crédito en Argentina con 3.282.452 cuentas habilitadas. Considerando a los poseedores de plásticos adicionales, la empresa cuenta con un total de 4.619.426 clientes.

Durante el periodo se llevaron a cabo 159.089.758 transacciones entre compras en comercios y débitos automáticos, préstamos personales, adelantos en efectivo y extracciones en cajeros. Mediante Resolución General 777/2018, la CNV dispuso que las entidades emisoras sujetas a su fiscalización, apliquen a los estados financieros que cierren a partir del 31 de diciembre de 2018 inclusive, el método de re-expresión en moneda

homogénea conforme lo establecido por la NIC 29.

El resultado al 31 de diciembre fue una ganancia de \$ 3.315.982, mostrando un incremento del 79% en valores homogéneos respecto al ejercicio anterior. El patrimonio neto al finalizar el ejercicio ascendió a \$ 23.852.235 en valores homogéneos.

El profesional debe cumplir con varias tareas, ya sean responsables, especialmente en la técnica de impuestos. Es decir, los empleados administrativos de la compañía son responsables de recopilar los cupones correspondientes de las diversas operaciones realizadas por la compañía y llevarlas a su contabilidad, por lo que para proporcionarles al asesor externo, lo que los toma en un impuesto. Por eso debería ser lo más preciso e ideal posible, ya que no se encuentra ninguna confusión en tales tareas. El contador público es responsable de controlar de acuerdo con los datos obtenidos, la veracidad de estos datos, para llevar a cabo un análisis detallado y capturarlo en los documentos que se presentarán en el AFIP.

En el área financiera se observa que la rentabilidad fue bajando y se comportó de manera opuesta a las ventas que se incrementaron, llegando a tener una facturación mayor a la esperada. No cuenta con un sistema de inventarios, ni planillas en las que se registre el stock.

En los estados contables de Tarjeta Naranja los años 2020 se puede observar que las cargas fiscales han aumentado considerablemente en comparación con el saldo de 2019.

Tabla 2-Cargas fiscales

Cargas fiscales	2020	2019
Tasas de comercio	113.754	71.340
Retención y percepción	731.125	604.298
Impuesto al valor agregado a pagar	811.413	799.864
Ingresos brutos a pagar	226.878	145.277
Total	\$1.883.170	\$1.620.779

Fuente: elaboración propia

Otro análisis importante es el impuesto a las ganancias en los estados financieros por el método del impuesto diferido, reconociendo de esta manera el efecto de las diferencias temporarias entre las mediciones contables e impositivas de los activos y

pasivos

A los efectos de determinar los activos y pasivos diferidos se ha aplicado sobre las diferencias temporarias identificadas la tasa impositiva que se espera esté vigente al momento de su reversión, considerando las normas legales sancionadas a la fecha de emisión de estos estados financieros, siendo reconocidas en el estado de situación financiera en la medida en que se considere probable que la Sociedad tendrá suficientes ganancias fiscales futuras contra las que los activos por impuestos diferidos podrán ser aplicados.

Se puede observar cómo aumento el impuesto a las ganancias de \$ 1.470.779 en el 2019 y en el 2020 es de \$2.562.034. Los aumentos de cargas fiscales pueden ser posible a la falta de búsqueda de beneficios fiscales, pagos fuera de término o bien por la inflación que ha sufrido el país. El conocimiento de los beneficios impositivos que se pueden aplicar a las pymes, dará lugar a una reducción en el impuesto determinado del impuesto a las ganancias, pudiendo tomar el impuesto a los débitos y créditos para disminuir el costo de este mismo; como también exención en las retenciones que se vienen teniendo continuamente, introduciendo parte de estos conocimientos se puede ver que sin necesidad de evadir ni eludir se obtienen rendimientos. Tarjeta Naranja no cuenta con un plan a corto mediano y largo plazo en el área impositiva dado que el asesor externo solo se limita a cumplir con las obligaciones fiscales. La carga impositiva afecta a la competitividad de la empresa y sus posibilidades de inversión. Por todo lo mencionado se hace necesaria la aplicación de herramientas para disminuir los costos impositivos y no perder así la competitividad.

Marco teórico

A continuación se establecen los lineamientos teóricos de autores reconocidos que tratan esta temática, lo cual es necesario para llevar a cabo para confeccionar una planificación tributaria para la empresa Tarjeta Naranja S.A

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

La planificación tributaria según Villasimil, (2016) pretende conocer las consecuencias fiscales, si bien el pagar impuestos es ineludible, el sistema permite ciertas opciones que es beneficioso conocer, cuantificar y comparar. Es una herramienta fundamental con la cual se pueden estudiar alternativas y elegir estrategias para disminuir la carga fiscal.

En base a lo expresado por García, (2014) se determina que la Planificación Fiscal es una herramienta que le permite a los contribuyentes proyectar la inversión en el tiempo, de modo tal que permita disminuir la carga fiscal dentro del marco legal permitido, que persigue como objetivo elegir la mejor alternativa posible a efecto de reducir al mínimo legal permitido la carga tributaria o bien diferirla en el tiempo. (García ,2014) Siguiendo la línea de García, Báez especifica que la planificación tributaria es un proceso de gran utilidad para las empresas ya que pueden prever situaciones relacionadas a la actividad con el objetivo de diferir en el tiempo evitar una futura obligación tributaria sin perjudicar al ente recaudador(Baez, 2016)

Según Villanueva,(2016) la planeación tributaria en una empresa es fundamental ya que permitirá del alcance del éxito y perdurabilidad en el tiempo. Las empresas se crean para generar ganancias a sus dueños y socios al menor costo posible. Los diferentes impuestos son considerados parte de los costos de hacer negocios. Por lo tanto el manejo inapropiado de los mismos concluye en pagos indebidos o en exceso lo que genera riesgos con consecuencias negativas para el negocio.

Etchepare, reconocido especialista tributario, de la organización Price Waterhouse Coopers (Argentina), citado por(Garcia, 2014) opina que en muchas circunstancias los contribuyentes confunden lo que es planificación fiscal con evasión y la elusión, por lo que en muchas ocasiones actúen en forma desmedida y no razonable, siguiendo esta corriente. Peña profesor universitario sostiene que es posible realizar un buen planeamiento fiscal con

el propósito de establecer incidencias y minimizar los impactos, pero en Argentina en ocasiones se dificulta debido a los cambios impositivos y de interpretación. Siguiendo el pensamiento de los especialistas tributarios antes mencionados, el Licenciado Castagnola, ex director de AFIP citado por García (2014) sostiene que la planificación es una necesidad de las empresas que quieran sobrevivir en un mundo globalizado, opina que es muy diferente la planificación tributaria dentro de un concepto racional entre los límites establecidos por la ley y otra es aquella que busca a través de instrumentos ocultar maniobras para tergiversar la base imponible.

La planificación tributaria, la elusión y la evasión persiguen la misma finalidad, minimizar la carga tributaria. La diferencia radica en que la planificación fiscal es admitida, mientras que la evasión y la elusión son reprochadas. Mientras que la elusión solo es una apariencia de legalidad, ya que el contribuyente utiliza la legislación, pero no para los fines que ha sido creada, sino para reducir sus impuestos, la evasión consiste en un actividad ilícita de fraude cuyo objetivo es ocultar bienes o ingresos a las autoridades tributarias. (García, 2014) .

Irazoqui(2015) menciona que en un emprendimiento lo que se busca a la hora de estructurar la Planificación Fiscal es tratar de encuadrar al mismo de la mejor forma de manera que le permita disminuir su costo fiscal, diferirlo, o bien eliminarlo. En definitiva lo que se busca con la planificación tributaria es lograr el rendimiento óptimo de una actividad económica o de un patrimonio. Las empresas cuentan con diferentes herramientas para disminuir los costos impositivos teniendo en cuenta los diferentes criterios de imputación de ingresos y de gastos para el tratamiento fiscal, entre los que se mencionan devengado, devengado exigible, diferentes alternativas de amortización de bienes, diferentes políticas de distribuciones a los socios, existencia de diferentes regímenes de promoción industrial, creación de provisiones, la opción de venta y reemplazo que permite diferir el pago de impuesto a través de una menor deducción impositiva de las amortizaciones y la elección de la forma jurídica más conveniente según se trate de personas humanas o de sociedades.

Según Gonzales(2016), las empresas poseen una enorme carga fiscal conjuntamente con la crisis económica que vienen transitando así como también los periodos de recesión económica. Con la confección de una planificación fiscal, ya sea para la reducción de los

impuestos como la obtención de la devolución de los mismos erróneamente cobrados por el Estado. Es decir, que la importancia que posee la planificación fiscal es de gran dimensión por ser una herramienta que permite el pago disminuido de tributos y la devolución de impuestos mal cobrados.

Para Oraidy (2019), la planificación fiscal es una actividad estratégica para la toma de decisiones de la empresa, simultáneamente con la creación de vínculos empresariales y el conocimiento legal obteniendo la disminución de costos impositivos mediante actividades lícitas. También considera que los métodos para llevarla a cabo son mediante la evaluación del caso con la información obtenida de la empresa para así esquematizar el ahorro legalmente. Por lo tanto, según lo citado por el autor se puede decir que dicha planificación es acorde a la normativa legal y detallada en cuanto a información para la implementación de la misma y se percibe como resultado el deseado ahorro impositivo.

La planificación tributaria, la elusión y la evasión persiguen la misma finalidad, minimizar la carga tributaria. La diferencia radica en que la planificación fiscal es admitida, mientras que la evasión y la elusión son reprochadas. Mientras que la elusión solo es una apariencia de legalidad, ya que el contribuyente utiliza la legislación, pero no para los fines que ha sido creada, sino para reducir sus impuestos, la evasión consiste en un actividad ilícita de fraude cuyo objetivo es ocultar bienes o ingresos a las autoridades tributarias. (Sanchez, 2013).

Siguiendo los conceptos de los autores anteriormente citados se llega a la conclusión de que la planificación tributaria, es una herramienta para evaluar y elegir alternativas dentro del marco normativo para lograr un ahorro fiscal en la empresa y conocer de manera anticipada la carga impositiva. Siempre actuando dentro de lo legal, sin realizar maniobras para eludir ni evadir impuestos. Ahora bien, la planificación tiene ciertas desventajas o limitaciones, ya que se verá afectada por factores externos que no son controlados por la sociedad, entre ellos los constantes cambios en la normativa. Además, puede ser influenciada por factores como el recurso humano que puede perjudicar la implementación de la planificación.

Diagnóstico y Discusión

Descripción del problema

No llevar un control sobre las prácticas desarrolladas para dar cumplimiento a las obligaciones fiscales, repercute en que la empresa deba ceder sus recursos financieros, generando consecuentemente una disminución en las rentabilidades a causa de tener que absorber esos costos.

Mediante el análisis realizado, se pudo obtener que existen varios aspectos sobre los cuales se pueden trabajar para contrarrestar las falencias existentes, y aprovechar las oportunidades que se le brindan a la empresa dentro de la legislación tributaria vigente, como venta y remplazo.

Justificación del problema

La importancia de su aplicación es que los tributos en las organizaciones se considera imprescindible para la empresa bajo estudio, confeccionar una herramienta que le facilite la planificación tributarias teniendo en cuenta alternativas de normas legales que le permita optimizar su carga tributaria, priorizar el pago de tributos, pagar menos impuestos y en ocasiones reducirlos cuando la norma legal lo permita. Con esta herramienta Tarjeta Naranja S.A logra ahorros impositivos siempre asegurando que se encuentre protegida dentro del régimen legal permitido evitando cometer delitos e infracciones fiscales.

En base a esto la planificación tributaria es una herramienta valiosa que le permite al contribuyente minimizar la carga fiscal dentro de un marco legal a través de la elección de las mejores alternativas que le permiten reducir la carga tributaria al mínimo legal y maximizar la inversión de manera eficiente de los recursos destinados al giro normal de la actividad.

Conclusión Diagnóstica

La implementación de políticas que estén asociadas a la aplicación de una planificación fiscal, le permitirá a la empresa cumplir de forma oportuna con sus

obligaciones tributarias, obviando pagos excesivos en intereses por falta de cumplimiento o multas. Asimismo tiene como objeto evitar ser evaluado por los agentes de contralor como un contribuyente de riesgo fiscal, y por causa de ello perder los beneficios que se pudieron haber obtenido dentro de la legislación.

En resumidas cuentas, la ejecución de una planificación fiscal trae asociadas todas consecuencias positivas, las que se asocian a una reducción del impacto de las cargas fiscales, aprovechamiento eficiente de los recursos de la empresa, reducción de costos, posibilidad de anticiparse a hechos relevantes, posibilidad de acogerse a beneficios fiscales especiales.

Plan de Implementación

Objetivo general

Confeccionar una planificación tributaria para la empresa Tarjeta Naranja en el periodo 2021.

Objetivos específicos

- Determinar la importancia de la planificación tributaria como herramienta para la toma de decisiones.
- Analizar alternativas de reducción de los costos impositivos al acceder a regímenes para lograr atenuar la carga tributaria de la empresa.
- Determinar posibles efectos de manera anticipada de las acciones y beneficios fiscales obtenidos.
- Analizar la depreciación de bienes de uso, a fin de conseguir una ventaja impositiva, de acuerdo a la vigencia del régimen.-
- Lograr que la empresa planifique las futuras compras de bienes de uso, con la opción de venta y reemplazo, con el fin de diferir el impuesto a las ganancias.-

Alcance:

Alcance geográfico

El trabajo final de grado es realizado en la empresa Tarjeta Naranja S.A, ubicada en la Provincia de Córdoba.

Alcance Temporal

El proyecto comprende el periodo temporal desde el mes de Marzo a agosto del 2021.

Limitaciones

Para realizar el presente trabajo no se presentaron limitaciones, debido a que se contó con todos los materiales para el desarrollo del mismo.-

Recursos involucrados

Recursos tangibles

- Los siguientes recursos tangibles se encuentran disponible en la empresa:
- Decreto 699/20.
- Ley 27541 Ley de Solidaridad Social y Reactivación Productiva en el Marco de la Emergencia Pública. Disponible en la empresa.
- Ley de Pymes.
- Ley de Impuestos a las ganancias.
- Alta y títulos de Rodados.
- Alta y Títulos de Inmuebles.
- Estado de situación patrimonial 2019-2020
- Estado de resultados 2019-2020
- Informe de liquidación impositiva
- DDJJ de impuestos a las Ganancias e Ingresos Brutos.-

Recursos Intangibles

- Capacitación a la dirección de la importancia de la planificación tributaria
- Capacitación al personal, para la correcta registración contable, de cada operación realizada.-
- Capacitación al personal del sector de depósito, para la correcta medición y registración del stock de mercadería.-
- Contratación de Contador Junior, para dar a poyo al sector contable. Sueldo básico mensual.

Presupuesto

Para el cálculo del presupuesto se utilizará como base el importe de los honorarios establecidos por el Concejo Profesional de Ciencias Económicas de Córdoba, donde se estableció el valor del módulo de \$2300.

Tabla 3-Presupuesto

	Detalle Actividad a Desarrollar	Módulos	Total
Costos de implementación	Diseño de planificación tributaria	10	\$ 23.000,00
	Revisión del Calendario Impositivo.	3	\$ 6.900,00
	Actividad de venta y reemplazo	15	\$ 34.500,00
	Análisis de la nueva moratoria para eventuales retrasos	3	\$ 6.900,00
Costo de mantenimiento	Capacitación al personal y directores	8	\$ 18.400,00
	Puesta en marcha y control	10	\$ 23.000,00
	Contratación de Contador Junior		\$ 65000
	Total		\$ 119.200,00

Fuente: Elaboración propia, en base a honorarios establecidos por el consejo profesional de Ciencias Económicas.

El presupuesto para la implementación de la planificación tributaria, control y puesta en marcha asciende a \$131.100, este importe se distribuye en los meses de Marzo a Agosto 2021. En cuanto al asesoramiento y capacitación estará a cargo del Contador de la empresa, y se precisará contratar a un contador Junior para el apoyo, seguimiento y actividades correctivas a desarrollar.-.

Cabe aclarar, que el mantenimiento por un año será de un costo de 15 módulos mensuales, es decir \$34500 por mes. El monto anual asciende a \$ 414000. El mismo consistirá en el seguimiento periódico de las actividades implementadas y actividades correctivas.

Acciones específicas a desarrollar y marco de tiempo para su implementación

Actividad N°1: Organización de reuniones con la dirección y personal administrativo para informar los detalles de la implementación de la planificación tributaria sus ventajas y beneficios para la empresa Tarjeta Naranja S.A.

Actividad N° 2: La empresa Tarjeta Naranja ha renovado parte de sus instalaciones, maquinarias, herramientas y rodados, por lo que podrá optar por la opción de

reemplazo y enajenación de bienes muebles amortizables, provista en el artículo 67 de la ley de impuesto a las ganancias.

Para ser beneficiaria esta empresa deberá solicitar autorización ente AFIP y cumplir con los siguientes requisitos:

- La operación de compra y venta se deben realizar en el término de un año, aun cuando fuera en ejercicios fiscales diferentes, los cuales deberán ser comunicados al AFIP, para la presentación de la declaración jurada en que se produzca la enajenación.
- El importe de la venta se debe imputar a la compra de un bien mueble amortizable.

De esta manera, la empresa Tarjeta Naranja., podrá acceder al beneficio que ofrece esta figura, teniendo en cuenta que la adquisición de los bienes de reemplazo se realizaron antes de producida la venta, es decir que las operaciones de venta y reemplazo se realizarán en ejercicios fiscales distintos.

Cuando se efectivice la venta se podrá optar por afectar la ganancia obtenida en estas operatorias, al costo de los otros bienes adquiridos con anterioridad, de manera que estos al haber sido ya amortizados, computando una mayor amortización a la que corresponde, deberán ser reintegrados en el balance impositivo del ejercicio en que se produzca la venta de los bienes reemplazados. De este modo, Tarjeta Naranja dispondrá de una amortización impositiva menor a la amortización contable registrada, ya que esta última fueron calculadas sobre los precios de adquisición de los nuevos bienes, mientras que la amortización impositiva surgirá de valor de origen de los nuevos bienes, los cuales serán el precio de compra menos el resultado de venta de los bien anterior, es decir que esta empresa obtendrá el beneficio financiero que implica no tributar en el momento de la venta, pero los nuevos bienes serán ingresados al patrimonio por un valor reducido, lo que producirá menos deducciones de amortización en los ejercicios futuros.

Actividad N° 3: Capacitación del personal de la empresa Tarjeta Naranja , que efectúa tareas administrativas/contables, es sumamente necesaria, para lograr un alto grado de eficiencia en la implementación de la planificación tributaria. De tal manera que será posible realizarla mediante el programa de capacitación, la que proporciona capacitación de los recursos humanos, en actividad abierta, dictada en instituciones públicas o privadas, o

cerradas, como cursos a medida de la empresa, de la que se podrá obtener el beneficio en el reintegro de hasta el 100 % del costo de la capacitación en certificados de créditos fiscales para la cancelación impuestos nacionales.

Operatividad, control y acciones correctivas

La operatividad, control y acciones correctivas de la planificación tributaria, está relacionada consecuentemente con la capacitación del personal, ya que la misma permitirá a los recursos humanos, la administración y gestión de la información tributaria, de manera de dar cumplimiento en los tiempos y forma establecidas, evitando la extinción de regímenes, beneficios y ventajas obtenidos, como así también posibilitando el control y la corrección de imprevistos futuros.

Actividad N° 4: Acceder a Leasing financiero para las próximas compras de bienes de capital, de esta alternativa se obtienen importantes ventajas impositivas. Una de ellas, es que se financia el 100% de la inversión, y es deducible al impuesto a las ganancias el importe de los cánones que se abonaron efectivamente. En cuanto al IVA se paga periódicamente en el plazo del leasing. Otro beneficio es la depreciación acelerada de la compra, en el pago de impuestos a las ganancias.-

Otras características a destacar, es que no precisan un desembolso inicial de dinero. En cuanto a la ganancia mínima presunta, no es considerado para el cálculo de dicho impuesto ya que el bien no se encuentra bajo dominio, hasta tanto se adquiera a través de la opción de compra. Por otro lado, no afecta los índices de endeudamiento ya que los Canon no son contabilizados como deudas.-

A continuación se detalla un supuesto de adquisición de leasing para representar el impacto del ahorro tomando como opción Leasing Financiero. Utilizando valores representativos de entidades financieras.

Para adquirir un Rodado utilitario del valor de \$1.800.000, el mismo se distribuirá en 36 periodos, el precio mensual del Canon es de \$106.739,40, y el gasto mensual de adquisición será \$1280. Este rodado abonara por seguro mensual de importe \$2019. Si se opta por comprar se deberá pagar una cuota del 10%.-

Costos del Canon	IMPORTE
Canon	\$ 106.739,40
Gastos Administrativos Mensuales	\$ 1.280,00
IVA	\$ 22.684,07
Seguro Mensual	\$ 2.019,00
Costo Total del Canon Mensual	\$ 132.722,47
Depreciación Anual	\$ 360.000,00
Valor del Rodado amortizado transcurrido 1 año	\$ 1.232.669,69
Importe Total del Canon por Año	\$ 1.592.669,69
Opción de compra 10%	\$ 180.000
IVA	\$ 37.800

Tabla 4 Composición del Canon Anual.

Fuente: Elaboración propia.

De esta manera se puede deducir que el ahorro impositivo anual, que se obtiene de tomar dicho leasing, es de aproximadamente:

$$\$1.800.000 - \$1.592.669,69 = \$ 207.330,31$$

En cuanto al IVA se difiere a los largo de la duración del contrato. El importe será de \$ 11.516,75 anualmente por tres periodos y si se opta por comprar, se deberá abonar: \$37800. A diferencia de préstamos bancarios en el cual el desembolsos es por el total en un solo pago.

Actividad N° 5: Realizar la búsqueda del contador Junior, para apoyo y control en las tareas impositivas.-

Actividad N°6: Analizar el calendario fiscal de Tarjeta Naranja. Para conocer los Impuestos a los que está inscripto la empresa, determinar los próximos vencimientos de las obligaciones y controlar presentación de DDJJ. El mismo se visualiza en la en las respectivos sitios web de agentes recaudadores.

A continuación se detalla las actividades a implementar en diagrama de Gantt, determinando el tiempo que insumirá cada una.

Marco del tiempo

Tabla 5-Diagrama de Gantt

Actividades	Julio				Agosto				Septiembre				Octubre				Noviembre				Diciembre			
	1	2	3	4	1	2	3	4	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
Reunión con directivos de la empresa Tarjeta Naranja S.A	■	■	■	■	■	■	■	■																
Optar por la opción venta y remplazo de bienes muebles									■	■	■	■	■	■	■	■								
Capacitación al personal sobre temática administrativo, fiscal y tributario.																	■	■	■	■				
Adquirir préstamos a través de Leasing Financiero.																	■	■	■	■				
Búsqueda de Contador Junior																					■	■	■	■
Puesta en marcha del plan tributario y Control.																					■	■	■	■

Fuente: Elaboración propia.

Propuesta de medición y control de las Actividades propuestas

Tabla 6- Propuesta de Medición y Control

ACTIVIDADES A CONTROLAR	OBJETIVO A LOGRAR	METAS PROPUESTAS	MEDIDAS DE EVALUACIÓN	ACCIONES A IMPLEMENTAR
ADHESIÓN A LA OPCIÓN DE VENTA Y REEMPLAZO	No tributar impuesto a las ganancias por el resultado de la venta de los bienes reemplazados e imputarlos al costo del nuevo bien .	15%	Hasta un 15 %	Comunicarlo a AFIP y revisar si se dio la autorización
			Más de 15 %	Obtención del certificado de no retención , proceder a realizar amortizaciones
ANÁLISIS DE CALENDARIO FISCAL.	Lograr reducir un 90% la posibilidad de moras y multas	Reducción del 90% Moras y multas.	Éxito mayor o igual a 90%	Realizar controles periódicos al Calendario impositivo. Continuar con la medida implementada.

OBTENCIÓN CONTRATO DE LEASING FINANCIERO.	Lograr reducir el IG para adquisición de Bs. de Uso. Mediante contrato de Leasing.	Disminuir carga fiscal mediante deducción a IG de Canon por contrato de Leasing.	Fracaso menor o igual a 90%	Revisar que no quede ningún vencimiento impago. Y todas las DDJJ presentadas en tiempo y forma. Revisar calendario fiscal.
			Éxito:se logró reducir el Pago de IG mediante Leasing Fracaso:no se logró reducir el IG mediante Leasing.	Continuar con la metodología implementada. Revisar motivos de rechazo, buscar alternativas de financiación.

Fuente: Elaboración propia.

La presente tabla permite medir de forma objetiva los resultados que son factibles de lograr mediante la planificación tributaria, ya que son sumamente considerables las diferencias porcentuales que se consiguen alcanzar con el uso adecuado de esta herramienta, la cual posibilitarán una disminución considerable en la carga tributaria de esta empresa.

Conclusiones y recomendaciones

Como conclusión final del presente trabajo, se refleja que en un contexto competitivo, con constantes cambios en las normas impositivas y en un sistema de los más gravosos del mundo, es vital contar con una planificación tributaria que permita una reducción de la carga impositiva y una adecuada toma de decisiones.

En esta situación, entendiendo la presión fiscal que soportan hoy en día especialmente las empresas, reduciendo considerablemente la rentabilidad, se buscó disminuir el pago de tributos sin eludir, ni evadir impuestos, aprovechando las oportunidades de distintos regímenes.

Una vez realizado el análisis de la situación actual de la empresa, existe la necesidad de adquirir o renovar bienes de uso, puede optar por las alternativas de leasing y/o venta y reemplazo, cuyos mecanismos permiten reducir los costos impositivos a pagar, haciendo referencia principalmente al momento de ingreso del impuesto.

Por todo lo anterior se puede decir que la planificación tributaria constituyó una herramienta fundamental en la utilización de ciertas opciones para lograr disminuir la carga fiscal de la empresa, mejorando los recursos financieros y económicos de la misma, se debe tener en cuenta que la empresa en cuestión es de servicio.

Se recomienda a la empresa Tarjeta Naranja crear un área impositiva con personal especializado en la materia, permitiendo un mejor control interno de los procedimientos impositivos, logrando cumplir con las obligaciones en tiempo y según las normas correspondientes. También sería conveniente incorporar un área de recursos humanos para un adecuado manejo de los empleados, desarrollar un proceso de selección de personal capacitado y mantener una constante capacitación.

Cabe destacar, que dado el tamaño de la empresa se aconseja adquirir un software contable que facilite la registración de las operaciones, para obtener una información económica y financiera de manera oportuna, permitiendo además un adecuado control de stock de los productos en todas las sucursales.

Referencias

- Baez. (2016). Obtenido de <http://www.elnuevodiario.com.ni/economia/403263-planificacion-tributaria-herramienta-fundamental-t>
- Barrera Carhuacho, H. J. (2018). *Planificación fiscal y su incidencia en la obligación tributaria en las empresas mayoristas de abarrotes de la provincia de Huancayo*. Obtenido de <http://repositorio.uncp.edu.pe/bitstream/handle/UNCP/4893/Barrera%20Carhuacho%20-%20Soto%20Marquez.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Boettner, M. (03 de 01 de 2021). *Infobae*. Obtenido de <https://www.infobae.com/economia/2021/04/03/el-impacto-de-las-cifras-de-la-pobreza-se-necesitara-que-el-pbi-crezca-15-anos-seguidos-al-3-para-poder-reducirla-del-42-al-25-por-ciento/>
- Brito, G. (01 de 09 de 2020). *Celag.org*. Obtenido de <https://www.celag.org/una-nueva-normalidad-en-la-politica-argentina/>
- CRONISTA.(01 de 09 de 2020).*La pandemia puso a la tecnología en la mira de las pymes*. (L. Sergio, Ed.) Recuperado el 03 de 09 de 2020, de <https://www.cronista.com/pyme/negocios-pyme/La-pandemia-puso-a-la-tecnologia-en-la-mira-de-las-pymes-20200901-0002.html>
- Desiré,S. (07 de 02 de 2020). *Economía sustentable*. Obtenido de <https://economiasustentable.com/noticias/quiere-ser-verde-naranja-revela-losdetalles-de-su-estrategia-sustentable>
- Garcia. (2014). Separata Tematica N 15 Planificacion Fiscal. Buenos Aires: Errepar.
- INDEC. (12 de 08 de 2021). *Instituto Nacional de Estadísticas y Censos*. Recuperado el 01 de 09 de 2021, de <https://www.indec.gov.ar/indec/web/Nivel4-Tema-3-5-31>
- Infobae. (04 de 09 de 2020). *Infobae*. Obtenido de <https://www.infobae.com/inhouse/2020/09/05/que-es-la-tecnologia-contactless-y-que-beneficios-genera-en-las-tarjetas-prepagas/>

INFOBAE. (12 de 08 de 2021). *La inflación de julio fue de 3%, acumuló un 51,8% en los últimos 12 meses y superó la meta del Gobierno para todo el año.* (J. I. Roncoroni, Ed.) Recuperado el 01 de 09 de 2021, de <https://www.infobae.com/economia/2021/08/12/la-inflacion-de-julio-fue-de-3-acumulo-un-518-en-el-ultimo-ano-y-ya-supero-la-meta-del-gobierno-para-todo-el-ano/>

Irazoqui. (2015). La importancia de la adecuada Planificación Fiscal. la Ley.Ley N° 24.467. (28 de 03 de 1995). Recuperado el 01 de 09 de 2021, de <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/verNorma.do?id=15932>

Manfredi, M. (04 de 08 de 2021). *Sin Precios Máximos, el Gobierno autorizó subas promedio de 5% en alimentos y artículos de higiene.* Recuperado el 02 de 09 de 2021, de <https://tn.com.ar/economia/2021/08/04/sin-precios-maximos-el-gobierno-autorizo-subas-promedio-de-5-en-alimentos-y-articulos-de-higiene/>

Muscatelli, N. (08 de 04 de 2021). *Clarín* . Obtenido de https://www.clarin.com/economia/presion-impositiva-subio-2020-alcanzo-32-_0_HFWO_OSQJ.html

Resolución SECPYME N° 563/2019. (06 de 12 de 2019). Recuperado el 02 de 09 de 2021, de <https://www.boletinoficial.gob.ar/detalleAviso/primera/223554/20191210>

Sanchez, I. (2013). Obtenido de https://bdigital.uncuyo.edu.ar/objetos_digitales/7100/27-sanchez-tesisfce.pdf

Sánchez, I. (2013). *Planificación Fiscal*. Mendoza. Mendoza: Universidad nacional de Cuyo.

Villanueva. (2016). Planeamiento tributario y su efecto economico financiero en la empresa de servicios Trujillo. Trujillos.

Villasimil. (2016). La planificacion tributaria: herramienta legitima del contribuyente en la gestion empresaria. Barranquilla, Colombia.

