



Caja de Herramientas

Módulos de formación para emprendedores culturales

Presidente de la Nación

Dr. Néstor Kirchner

Secretaría de Cultura de la Nación

Dr. José Nun

Director Nacional de Acción Federal e Industrias Culturales

Guillermo Moranchel

Laboratorio de Industrias Culturales

Natalia Calcagno (Coordinadora)

Diego Bacigalupi

Julia Crosa

Gabriel D. Lerman

Emiliano Torterola

Julio Villarino

Investigación y redacción

Patricia E. Jablonka

Actuaria. Contadora. Postgrado de Estadística Aplicada a la Investigación. Marketing con aplicación con apoyo tecnológico para empresas. Consultora. Asesora. Capacitadora. Centro Metropolitano de Diseño.

Corrección

Martín Raposo

Diseño gráfico

Julieta Levin

Se agradece la colaboración de Valeria De Santis

ISBN-10: 987-9161-20-3 / ISBN-13: 978-987-9161-20-3

© Laboratorio de Industrias Culturales 2006



Fecha de publicación: septiembre de 2006

Queda hecho el depósito que marca la ley 11.723

Libro de Edición Argentina

No se permite la reproducción parcial o total, el almacenamiento, el alquiler, la transmisión o la transformación de este libro, en cualquier forma o por cualquier medio, sea electrónico o mecánico, mediante fotocopias, digitalización u otros métodos, sin el permiso previo y escrito del editor. Su infracción está penada por las leyes 11.723 y 25.446




Caja de Herramientas

Módulos de formación para emprendedores culturales

CUENTAS CLARAS

Organización contable y jurídica para emprendimientos culturales



[INDICE]

PRESENTACIÓN

CAPITULO 1: INTRODUCCION 7

CAPITULO 2: NOCIONES BÁSICAS DE COSTOS 9

Costos fijos – Costos variables 10
Punto de equilibrio – Contribución marginal 12
Margen de seguridad 14

CAPITULO 3: PRESUPUESTO ECONÓMICO – FINANCIERO 17

Distinción entre método devengado y percibido 18
Preparación de las Planillas de Presupuesto 18
Lectura y comprensión del Análisis 19

CAPITULO 4: NOCIONES BÁSICAS DE PRECIO 20

Concepto y Clasificación 21
Etapa de Fijación de Precios 21
Consideraciones Generales 22

CAPITULO 5: ASPECTOS LEGALES, IMPOSITIVOS Y CONTRACTUALES 23

Organización jurídica 24
Clasificación. Cuadros comparativos 25
Requisitos básicos 26
Impuestos Nacionales y Provinciales. Tasas Municipales 26
Contratos de Trabajo 30
Factores Legales para la protección del proyecto 31

PRESENTACIÓN

La capacitación implica un intercambio de saberes que no necesariamente impone un emisor activo frente a un receptor pasivo. Por el contrario, cuanto mayor sea la posibilidad de compartir experiencias, y en esto la forma taller resulta excepcional, mejor será el resultado a obtenerse. Pero, ¿qué pasa cuando el deseo es llegar a la mayor cantidad de destinatarios posible, y éstos se encuentran diseminados por todo el país, de norte a sur y de este a oeste, y la idea es que sigan donde están, porque de la ubicación donde estén también depende el éxito del proyecto?

Cuando desde la DIRECCIÓN NACIONAL DE ACCIÓN FEDERAL E INDUSTRIAS CULTURALES nos propusimos iniciar una política específica de promoción de las pequeñas y medianas empresas de base cultural descubrimos que la demanda principal de los emprendedores culturales era de formación, es decir, de instancias de capacitación, de acceso a la información, de nociones básicas de gestión, administración, financiamiento y comunicación para sus proyectos. Diseñar una política de capacitación a nivel nacional que pudiera abarcar en una primera etapa a la mayor cantidad posible de emprendedores no fue tarea fácil. La logística y el presupuesto necesarios para cubrir con talleres sistemáticos la totalidad del territorio nacional podía convertirse en una quimera, sobre todo teniendo en cuenta que aún no contamos con los datos necesarios que aseguren dónde está cada emprendedor cultural, a qué se dedica, qué busca, cuáles son sus aspiraciones. Por eso esta colección. Por eso esta CAJA DE HERRAMIENTAS para emprendedores, pensada como módulos de formación con temáticas autónomas y diversas, que cubran el arco de las problemáticas que, más temprano que tarde, preocupan a toda pequeña, mediana empresa o emprendedor cultural.

La insoslayable contribución que las industrias de contenido cultural generan en las economías nacionales y el comercio internacional, es señalada cada vez con mayor notoriedad por diferentes expertos en materia de economía y cultura. No siempre esa actividad está monopolizada por grandes empresas ni grupos multimédios, ni son éstos quienes garantizan tres elementos que consideramos clave: desarrollo, diversidad y federalismo. Por desarrollo entendemos la posibilidad de que, a través de actividades económico-culturales sistematizadas, un grupo, localidad o región pueda mejorar sus condiciones materiales de vida. Por diversidad entendemos que, a mayor amplitud y versatilidad de propuestas, enfoques y alcances, mayor es la variación y representatividad de la oferta cultural y, en consecuencia, mejores oportunidades para más públicos. Y por federalismo, en tal sentido, entendemos que una localización geográfica extensa y disímil es lo único que garantiza pluralidad de voces y matices, fuente segura para el mutuo aprendizaje, la promoción y representatividad de todos los confines de la patria.

El módulo para emprendedores culturales que aquí presentamos, en el marco de la colección CAJA DE HERRAMIENTAS, corresponde a la elaboración de presupuestos, precios y costos, y a nociones básicas de legislación, aspectos impositivos y marcos contractuales. Su título, CUENTAS CLARAS, alude tanto al punto de partida de todo proyecto de economía cultural como a la necesidad de cumplir ciertas reglas de buena administración.

Como decíamos al principio, la meta principal de este proyecto es el intercambio de experiencias, y para ello es necesario que el uso y la lectura de estos módulos sean apenas el inicio de un contacto que, a la distancia, nos vincule a todos y a cada uno. Para ello, el Laboratorio de Industrias Culturales ha lanzado la Red Virtual de Industrias Culturales (http://www.cultura.gov.ar/programas/lab_industrias_cult/index.htm), un espacio electrónico donde las PyMEs culturales que así lo desean pueden completar el formulario y consultar el buscador de Empresas Culturales, realizar consultas o solicitar gestión u orientación, así como acceder a los recursos y productos que se ofrecen (lic@correocultura.gov.ar – Alsina 1169, 2do. Piso - (C1088AAD) - Tel.: (0054 11) 4383-2007 / 4898 / 4853 Int. 162 a 165). Recién a la vuelta de estas actividades podremos considerar que hemos dado un paso, y que la extensión de la Argentina no es un impedimento sino una ventaja.

Guillermo Moranchel

Director Nacional de Acción Federal e Industrias Culturales

CAPITULO 1

INTRODUCCIÓN

Los emprendedores buscan hacer realidad un sueño, lograr su propia empresa, crecer y no tener como límite más que el propio horizonte. Independientes y autónomos, intentan manejar su destino. Cuando a esa empresa la ponen en movimiento, a veces los frena la personalidad, el estilo, los miedos, las visiones, las motivaciones, los compromisos, las experiencias, las habilidades, el entorno social, cultural, económico. Todo eso puede limitarlos o, tal vez, sea el marco a partir del cual dar el puntapié inicial al proyecto. A veces, con la buena intención no alcanza. **Por eso es necesario entender los orígenes de las brechas y cómo solucionarlos.**

Se entiende por brecha la traba, el obstáculo que se interpone para alcanzar el objetivo, entre lo que se necesita / desea y la realidad.

Tipos de brecha	Solución posible
Falta de experiencia	→ Reconocer limitaciones y aprender
No tener el dinero suficiente / No saber usarlo	→ Anotar qué Ingresos y gastos que tenemos para saber como utilizarlo
Fallas en la implementación	→ Buscar un asesoramiento, o investigar

Para poder realizar un emprendimiento es importante prepararse, investigar, planificar y evaluar

- Definir en que negocio se van a asignar los recursos y quiero estar
- Definir en qué mercado se va a desarrollar el emprendimiento o quiero entrar
- Definir y analizar la situación anterior y actual
- Proyectar los resultados, teniendo en cuenta que un dato más una suposición implican una proyección

Saber que UN DATO más UNA SUPOSICIÓN implica PROYECCIÓN

El emprendedor debe preguntarse si:

- Qué voy a realizar
- Cómo lo voy a realizar
- Dónde lo voy a realizar
- Por qué lo voy a realizar
- Cuándo lo voy a realizar
- Con quién lo voy a realizar

Para saber en qué situación se encuentra la empresa es indispensable planificar y presupuestar. Para ello es necesario llevar registros por escrito que permitan conocer fehacientemente la situación económica, financiera y patrimonial. Observar, analizar, interpretar qué está pasando y qué puede pasar para poner foco donde corresponde. Investigar, entender, tener actitud y poner manos a la obra.

PLANIFICAR significa:

- Definir cuál es la misión y cuál la visión, adónde quiero llegar

CAPITULO 2

NOCIONES BÁSICAS DE COSTOS

Existen aquellos emprendedores que no llevan ningún tipo de control de los costos de su emprendimiento porque no los conocen, otros que aunque tienen alguna noción no la ponen en práctica, y existe un tercer grupo que lleva algún control.

El problema consiste en que si no sabemos los números de nuestra actividad no podemos tomar decisiones prácticas y, por ende, ver cómo evoluciona la empresa. Para eso, un sistema de control es la llave de paso para armar las estrategias a seguir y la gestión del emprendimiento.

Tener una política de cobros y pagos, saber por qué se necesita dinero y cómo pedirlo, cómo negociar con los proveedores y con los clientes, saber si se está en un momento de rentabilidad o no, si es económica y/o financieramente viable la empresa que se ha decidido llevar adelante.

Para conocer la situación contable de la empresa es útil el análisis de equilibrio

EL ANÁLISIS DE EQUILIBRIO es una técnica orientada a determinar el nivel de ventas necesario para que la empresa cubra sus costos totales.

Se destina fundamentalmente a determinar y analizar el comportamiento de la rentabilidad, (ganancia o pérdida de una empresa), frente a las variaciones en el nivel de actividad o grado de ocupación de la capacidad de producción.

El análisis de equilibrio es una manera de relacionar íntimamente los costos con los ingresos.

Empecemos por analizar los términos costos e ingresos. El término **costo** ofrece múltiples significados, pero tiene dos acepciones básicas:

- La suma de esfuerzos y recursos que se ha invertido para producir una cosa o dar un servicio
- Lo que es sacrificado o desplazado para dar lugar a una cosa o servicio

Costos fijos – Costos variables

El **costo** es el sacrificio económico en que se incurre para obtener un producto material o inmaterial (bienes o servicios)

Entre las clasificaciones existentes podemos clasificar los costos en:

COSTOS FIJOS **COSTOS VARIABLES** **COSTOS SEMI-VARIABLES / FIJOS**

Los costos fijos son aquellos que cualquiera sea el volumen de producción permanecen constantes. **Son independientes del nivel de producción**, pero pueden variar su monto o cuantía. Los mismos deben proporcionarse mensualmente, por eso es imprescindible que anotemos por mes todos los costos fijos que tengamos, aunque no los paguemos y tener otra planilla donde estén aquellos que creemos que tendremos dentro de algunos meses, para ir planificándolos. Es decir que por un lado anotemos los costos reales y por otro lado los que planificamos tener en unos meses.

Los costos variables son aquellos que **están en relación directa con el volumen de producción**. En tal sentido, se deben realizar por unidad de venta (es decir por cada producto o servicio), por consiguiente también tenemos que armar una planilla donde coloquemos cada producto o servicio que producimos y cuánto nos cuesta hacerlo, en forma detallada.

Los costos semi-variables / fijos comparten características de los dos anteriores.

Depende de la actividad que realicemos -comercio, industria o servicios-, algunos ítems pueden ser considerados en algunos casos costos fijos y en otros variables.

Algunos Ejemplos de Costos Fijos:

- Alquiler del inmueble donde se realiza la actividad
- Viáticos - fletes

CAPITULO 2: NOCIONES BÁSICAS DE COSTOS

- Servicios (luz, teléfono, alumbrado barrido y limpieza, etc.)
- Seguros
- Papelería y Librería
- Publicidad
- Impuestos (Autónomos, Monotributo)
- Sueldos del personal
- Cargas sociales
- Amortizaciones (por los bienes de uso y bienes inmateriales)
- Sueldo del emprendedor/es

Algunos Ejemplos de Costos Variables

- Costo de la mercaderías vendidas (Existencia Inicial mas Compras menos Existencia Final)
- Materias Primas – Materiales
- Mano de Obra Directa, ya sea propia o tercerizada
- Costos Indirectos de Fabricación (Los que prorrateamos o repartimos en toda la producción y no se exactamente cuanto asignarle a cada producto)

Si el emprendimiento es solamente dedicado a servicios, otra forma de expresar los costos fijos y variables sería considerar las **horas dedicadas** a cada uno y subdividiendo dentro de lo que consideremos la gestión externa e interna de mi empresa. Aquí damos un ejemplo

de cómo se podría analizarlo.

Gestión externa de la empresa

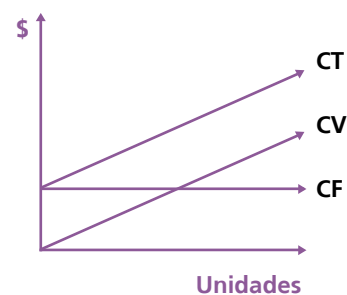
Tiempo (horas) de gestión (conocer el cliente y su entorno)
 Tiempo (horas) creativo e innovación (cuando se plasma la solución)
 Tiempo (horas) operativo (se realiza)
 Tiempo (horas) de seguimiento (búsquedas alternativas u otras sugerencias)

Gestión interna de la empresa

Tiempo (horas) estratégico (estrategias y búsquedas de nuevos clientes)
 Tiempo (horas) de estructura (los costos fijos) (contable, legal, cobros, pagos)

$$\text{COSTO TOTAL} = \text{COSTO FIJO} + \text{COSTO VARIABLE}$$

Todos estos costos están conformados por los de producción, administración, comercialización, financieros.

Grafiquemos

En el eje horizontal se coloca el número de unidades y en el eje vertical el costo en monto. (\$)

Llamamos Ingresos Totales (IT) al producto de la cantidad de unidades vendidas de los bienes o servicios que ofrece la empresa multiplicada por el precio de los mismos.

INGRESOS TOTALES = PRECIO DE VENTA UNITARIO DE LA MERCADERIA O SERVICIO MULTIPLICADO POR LA CANTIDAD

Tengamos en cuenta que en ningún momento hablamos si se ha cobrado o no.

De estos dos conceptos Costos e Ingresos, surge otro muy esperado por la empresa: EL BENEFICIO

$$\text{Beneficio} = \text{Ingresos totales} - \text{Costos Totales}$$

Si la diferencia nos da positiva se obtienen **GANANCIAS**

Si la diferencia nos da negativa se obtienen **PERDIDAS**

Si la diferencia nos da cero entonces estamos en el **PUNTO DE EQUILIBRIO**

Punto de equilibrio - Contribución marginal

Punto de Equilibrio

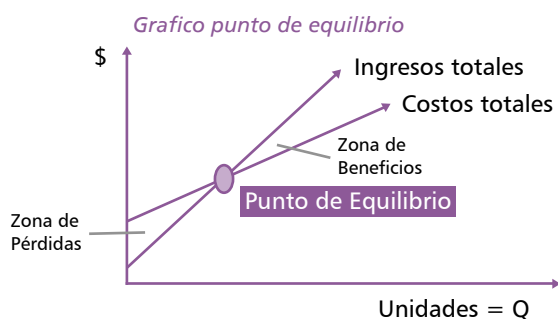
Podemos definir al punto de equilibrio como aquel nivel de ventas que debe alcanzar la empresa para cubrir sus costos totales. En este punto los Ingresos Totales (IT) son iguales a los Costos Totales (CT). Recordemos que dentro de los Costos Totales hemos considerado la retribución al trabajo del emprendedor. Sin embargo el punto de equilibrio debe ser considerado sólo un punto de referencia y no como un objetivo en sí mismo.

Entonces el PUNTO DE EQUILIBRIO esta compuesto por tres elementos:

LOS COSTOS

LAS VENTAS

Y LOS BENEFICIOS



Existen diferentes maneras de calcular el punto de equilibrio, a modo de ejemplo se detallan las siguientes:

P. equilibrio (en unidades) =

$$\text{Costos fijos} / (\text{precio unitario} - \text{costo variable unitario})$$

Esta fórmula nos permite calcular la cantidad de unidades que necesita la empresa producir y vender para alcanzar el punto en que sus ingresos totales igualan a los costos totales.

P. equilibrio (precio) =

$$(\text{Costos fijos} / \text{cantidades}) + \text{Costo variable unitario}$$

Esta fórmula nos permite conocer el precio mínimo al que la empresa debe vender su producto para cubrir sus costos totales.

Para que sirve el punto de equilibrio

Es una herramienta que permite analizar distintas situaciones en las que se puede encontrar una empresa. A partir de este análisis podemos obtener elementos que nos ayuden a la toma de decisiones. Es como un termómetro que mide:

- Si el nivel de ventas está por debajo del punto de equilibrio, la empresa no está cubriendo sus costos, y está trabajando en la zona de pérdida.
- Si el nivel de ventas está por encima del punto de equilibrio, la empresa está generando ganancias, por ende cubre todos sus costos variables y fijos.
- Puede ayudar a proyectar el volumen de ventas necesario para alcanzar una utilidad deseada.
- Dada la capacidad de producción podremos calcular el precio que nos ubica en el punto de equilibrio. Contrastando

esta información con los precios de mercado, sabremos si nuestro producto se encuentra dentro de los márgenes razonables para productos comparables.

Ejemplo

Una empresa que produce artesanías tiene un costo fijo mensual de \$1200, donde incluye el sueldo del artesano de \$600. El costo variable unitario promedio de una unidad de producto es igual a \$20 y el precio de venta promedio de la unidad "artesanía" es de \$40. Es muy importante definir la unidad de producción, tanto el cálculo del costo como el del precio deben estar asociados a una misma unidad de producto y definidos por unidad de tiempo.

El cálculo del punto de equilibrio permite responder a las siguientes preguntas:

¿Cuántas "artesanías" se deben vender para alcanzar el punto de equilibrio?

Costos fijos: \$1200

Costo variable unitario: \$20

Precio de venta: \$40

Unidad de tiempo: mes

Entonces la cantidad a vender para alcanzar el punto de equilibrio dado los supuestos será:

$$Q = 1200 / (40 - 20)$$

$$Q = 1200 / 20$$

$$Q = 60$$

El punto de equilibrio de la empresa sería 60 unidades de "artesanías" por mes.

También nos podemos preguntar a qué precio debemos vender la producción para alcanzar el punto de equilibrio. Si sabemos que tenemos una capacidad de producción de 100 unidades de "artesanías" por mes y contamos con la siguiente información:

Costos fijos: \$1200

Costos variables unitarios: \$20

Capacidad de Producción por mes: 100 unidades.

$$P = (1200 / 100) + 20$$

$$P = \$32$$

Debemos tener en cuenta que este precio sólo cubre los costos totales, dada las cantidades producidas y vendidas. Es decir que para hacer de este emprendimiento una empresa rentable debemos adicionarle un margen de beneficio.

Otros dos conceptos importantes como herramientas para el análisis de la empresa son:

Margen de contribución

Denominamos Margen de Contribución Unitaria o Contribución Marginal Unitaria (CMU) a la diferencia entre el precio de venta del producto y su costo variable unitario. Es decir es el monto con el cual el emprendedor deberá hacer frente a los costos fijos unitarios y al margen de ganancia o mark-up. La suma de las CMU de todos los productos y/o servicios que vende la empresa se denomina Margen de Contribución Total o Contribución Marginal Total (CMT).

$$\text{CM Total} = \text{Ingreso total} - \text{Costo variable total}$$

$$\text{CM Unitaria} = \text{Precio de venta unitario} - \text{Costo variable unitario}$$

Si una empresa fabrica varios productos o presta diferentes servicios, el CMU es una herramienta muy importante para poder analizar:

- a - la rentabilidad de cada uno de los productos y/o servicios
- b - la conveniencia de incorporar algún nuevo producto o servicio
- c - la conveniencia de continuar con la fabricación de un determinado producto o servicio.

Margen de seguridad

Nos indica en qué **porcentaje** pueden **reducirse las ventas actuales sin** que la empresa entre en la **zona de pérdidas operativas**. En general esta herramienta sirve para aquellas empresas que estén actualmente vendiendo productos o servicios por encima de su punto de equilibrio.

M.S. = $((\text{Volumen de ventas} - \text{Volumen de ventas en el equilibrio}) / \text{Volumen de Ventas.}) * 100$.

Nos sirve como herramienta para ajustar nuestra estrategia de ventas (realizar bonificaciones, descuentos o simplemente para saber donde estamos).

Si tuviésemos una empresa donde existiesen varios productos o servicios, una forma de utilizar las herramientas recién explicadas sería:

Producto o servicio	Precio	Costo variable unitario	Contribución marginal unitaria	Cantidades vendidas	Contribución marginal total
A	10	8	2	25	50
B	20	5	15	10	150
C	35	12	23	10	230
D	50	20	30	5	150
Total					580

El precio menos el costo variable unitario es igual a la contribución marginal unitaria. Este resultado multiplicado por las cantidades vendidas de producto nos permite obtener la contribución marginal total. Recordemos que este valor es el que nos permite hacer frente a los costos fijos más el margen de beneficios.

Ejemplo: Dado los datos del cuadro, podemos inferir que:

Si tuviéramos costos fijos de \$300, estaríamos ganando \$280.

Si tuviéramos costos fijos de \$800, estaríamos perdiendo \$220.

Si tuviéramos costos fijos de \$580 alcanzaríamos punto de equilibrio.

Producto o servicio	Cantidades vendidas	Costo variable unitario	Precio unitario	Costo variable total	Ingresos por ventas
A	25	8	10	200	250
B	10	5	20	50	200
C	10	12	35	120	350
D	5	20	50	100	250
Total				470	1050

Las cantidades vendidas multiplicadas por el costo variable unitario nos da el costo variable total.

Las cantidades vendidas multiplicadas por el precio unitario nos da los ingresos por ventas.

Con todos estos datos obtenidos podemos analizar a situación en la que se encuentra nuestro emprendimiento y ajustar las variables necesarias para hacer de este un proyecto económica y financieramente viable.

Por ejemplo:

Si su proyecto de empresa es el de crear una editorial, a continuación mencionamos algunos de los ítems que usted deberá tener en cuenta a la hora de construir su matriz de costos, aunque este listado no pretende ser exhaustivo.

Para la producción de un libro se debe tener en cuenta, como costo propios de producción los siguientes:

- **Tipeo**
- **Corrección** (lectura de errores y de estilo)
- **Diseño** (diagramación y armado de tapas y páginas interiores)
- **Papel** (para interior y para tapas)
- **Impresión** (de interior y de tapas)
- **Encuadernación** (puede ser cosida con hilo, pegada mediante el sistema de "Binder" o abrochado en el caso de las revistas)
- **Laminados de tapas** (es el acabado de protección, sobre el impreso, para que dure más y tenga mas presencia, puede ser mate o brillante y se hace antes de encuadernar.

Todo esto se puede contratar en forma directa con la imprenta o por etapas con proveedores específicos en cada caso. Optar por esto último, si bien da más trabajo, permite mejorar costos y controlar cada etapa de la producción.

Los impresos pueden ser de dos tipos: en offset o digitales

Offset. Generalmente se utiliza para tiradas de 500 o más ejemplares, el costo unitario disminuye cuando sube la tirada. La calidad es óptima, se puede imprimir a un color (negro), a dos colores o cuatro (fotocromos – a todo color), a grandes rasgos. Hay productos que requieren de mas colores, pero ya escapan al mercado editorial. Lo normal es un color (negro) o cuatro (todo color)

Digital. Por lo general, se utiliza para bajas tiradas. Se imprime desde el archivo directamente, no hacen falta películas, ni planchas. La calidad es un poco menor, y los costos unitarios mayores. Solo se justifica cuando se imprime desde 10 ejemplares, hasta 200. Si se supera esa cantidad, con una erogación equivalente, se pueden imprimir 500 o 1000 ejemplares en offset.

Un modelo de negocio se puede descubrir, crear o gestar dentro de una empresa

Recapitulemos
"Piense y escriba, luego verifique"

Cuando una empresa está en su punto de equilibrio

- a - está ganando plata
- b - no pierde ni gana
- c - está perdiendo
- d - está en su situación ideal

Si una empresa se encuentra en su punto de equilibrio, ¿qué tendría que hacer para mejorar su posición?

- a - aumentar el precio
- b - subir sus ventas
- c - bajar los costos
- d - cerrar
- e - una combinación de a, b y c es correcta

¿Qué es un costo fijo?

- a - un costo que no varía
- b - un costo que no varía bis a bis con el nivel de producción
- c - es un costo que todos los meses se mantiene constante.

¿Qué es un costo variable?

- a - un costo que varía siempre
- b - un costo que varía en función del nivel de producción

Clasifique los siguientes conceptos en costos fijos o variables:

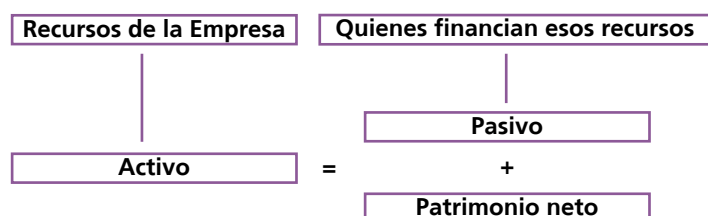
- a - jornales quincenales
- b - energía eléctrica de la parte administrativa de su empresa
- c - amortización de una máquina
- d - refrigerios
- e - gastos de publicidad
- f - comisiones por ventas
- g - gastos telefónicos
- h - materias primas
- i - sueldos administrativos
- j - monotributo

Hay algunos costos que pueden tomar diferentes clasificaciones de acuerdo al sector en el que se desempeña la empresa.

CAPITULO 3

PRESUPUESTO ECONÓMICO – FINANCIERO

Cuando nos referimos al presupuesto económico y al presupuesto financiero de una empresa, estamos hablando de dos herramientas muy importantes de análisis que nos permitirán responder a las siguientes preguntas: ¿estoy frente a una oportunidad de negocio? ¿es viable?



Activo: Todo lo que tiene la empresa, en **dinero** (caja), en **el banco**, a **cobrar** (créditos), en **inversiones**, en **bienes de cambio** (mercaderías, materias primas productos en proceso de elaboración, productos terminados), en **bienes de uso** (rodados, maquinarias, herramientas, muebles y útiles, instalaciones, inmuebles, computadoras), en **bienes inmateriales**, (patentes, diseños, marcas, llave de negocio). Se lo denomina Activo corriente si su cobranza o su uso ocurre dentro de los 12 meses y Activo no corriente si pasa ese lapso de tiempo.

Pasivo: Deudas y Obligaciones a cargo de la empresa, frente a terceros, por ejemplo **deudas comerciales**, (proveedores), **deudas sociales**, (sueldos y cargas sociales), **deudas fiscales**, (IVA, ingresos brutos), **deudas bancarias**, (descubierto en el banco, créditos pedidos), **deudas financieras**, (intereses). Se lo denomina Pasivo corriente si su pago se hará dentro de los 12 meses y Pasivo no corriente si pasa ese lapso de tiempo.

Patrimonio Neto: Capital perteneciente al propietario, dueño, socio, accionista de la empresa. Recursos propios para el financiamiento de la empresa. Incluyendo el beneficio o utilidades obtenidas.

Debemos **registrar los ingresos y egresos**, llevar libros esenciales que nos permitan ver cómo son y cuáles son nuestros movimientos diarios (libro de caja, libro de ventas, libro de compras, fichas de stock, fichas de cuentas corrientes tanto para los deudores como para los proveedores, libro banco, si tengo personal libro de sueldos y jornales) y guardar los comprobantes que reflejen estos movimientos.

El **Activo, Pasivo y Patrimonio Neto** reflejan la **Situación Patrimonial** de la empresa.

Y las **Cuentas de Perdidas y Ganancias**, reflejan el **Estado de Resultados** de la empresa.

Distinción entre método devengado y percibido

Existen **PRINCIPIOS** o **MÉTODOS** que tenemos que entender para poder hacer un buen análisis de la empresa:

El de **devengado** (que tiene que ver con lo **económico**) donde **imputamos o registramos los gastos y los ingresos en el mes que fueron generados sin importarnos si los pagamos o cobramos**.

Y el de **percibido** (que tiene que ver con lo **financiero**) donde **imputamos o registramos en el mes de acuerdo a sí cobramos o pagamos**.

Preparación de las Planillas de Presupuesto

A partir de estos dos conceptos utilizaremos como herramienta de análisis la construcción de **Presupuestos**:

- **Económico** (relacionado con lo devengado)
- **Financiero** (relacionado con lo percibido)
- **Inversiones**
- **Balance Proyectado**

Con el **Presupuesto Económico** puedo observar si mi empresa genera o no beneficios.

Con el **Presupuesto Financiero** puedo observar la capacidad o no de hacer frente a los compromisos, o deudas, es decir si tengo o no el dinero suficiente para operar.

Con el **Presupuesto de Inversiones** lo que logro es ver dónde estoy en cuanto a mis inversiones, si debo hacerlas, si necesito financiarlas o no, cuánto necesito y en cuanto tiempo.

Lectura y comprensión del Análisis

Con los datos obtenidos realizamos el **Balance Projectado** para observar la situación patrimonial de la empresa, si tiene o posee patrimonio, es decir: que los bienes y derechos que tenga sean o no mayores que las cargas que los gravan.

Para completar nuestra evaluación de la empresa sería interesante poder obtener **diferentes índices o ratios**, de liquidez, de endeudamiento, de stock, de rotación de inventarios, de cuentas a cobrar, de cuentas a pagar, etc., que nos ayudarían a observar, analizar en que situación se encuentra el emprendimiento.

A modo de ejemplo se menciona uno de los índices más usados:

Índice de Liquidez o Solvencia

Es la relación entre el activo corriente y el pasivo corriente. Esta relación nos muestra el grado de estabilidad financiera de la empresa, si el resultado es inferior a 1 nos encontramos frente a una empresa con problemas de solvencia. Si el indicador es superior a 1 nos encontramos frente a una empresa financieramente estable.

Si estos Índices y Presupuestos los comparamos entre diferentes meses o hacemos comparaciones en los sucesivos años que van transcurriendo desde que comenzamos con la empresa vamos a poder analizar el **crecimiento o no** de la misma y nos va a servir como datos **para la toma de decisiones importantes**.

CAPITULO 4

NOCIONES BÁSICAS DE PRECIO

Concepto y Clasificación

El precio está limitado por el mercado y por los costos

Podemos definirlo básicamente como:

Cantidad de dinero, que hay que pagar por la compra o alquiler de un determinado producto o servicio.

Valor monetario, con base en el cual, quien ofrece en venta un bien o servicio estaría dispuesto a participar en un proceso de intercambio.

Podemos hacer para su análisis una distinción entre el punto de vista del consumidor y el punto de vista del productor

1- Desde el punto de vista del consumidor

¿Qué espera el **consumidor** de un producto o servicio? Son los **beneficios** que de él se puedan derivar aquellos que le dan valor a ese producto o servicio. Podemos interpretar al precio como el “sacrificio” que una persona esta dispuesta a realizar (**en términos de dinero, tiempo, etc.**) para satisfacer sus necesidades o deseos.

2- Desde el punto de vista del fabricante

Al **fabricante**, no solo le interesa qué precio debe asignar según sus perspectivas y sus costos, sino observar que a los **ojos del consumidor** el producto valga esa cifra.

Hay que tener presente al consumidor y sus percepciones de costo-beneficio.

Etapas para la fijación de precios

Etapa 1.

Selección de los objetivos del precio. Supervivencia –máxima utilidad- evitar guerra de precios- máximo crecimiento de ventas- liderazgo en calidad-otros objetivos (darse a conocer – fines benéficos).

Etapa 2.

Identificación del mercado. Segmentación e investigación, etapa sumamente importante ya que si no conocemos nuestro mercado (consumidor, cliente, costos, packaging, productos o servicios, costos, publicidad, comunicación y logística), no podemos seguir adelante.

Etapa 3.

Determinación de la demanda (target, a quien va dirigido).

Etapa 4.

Estimación y comprensión de los costos (saber cuáles son).

Etapa 5.

Selección de las políticas de precio. Precio fijo o flexible – nivel del precio del mercado competitivo-logística.

Etapa 6.

Selección de un método para fijar precios con base en los costos, en el punto de equilibrio, en la demanda o en la competencia.

Etapa 7.

Selección del precio definitivo.

Consideraciones Generales

Conceptos a tener en cuenta para la fijación del precio de venta:

- conocimiento pormenorizado de los costos de mi empresa
- conocimiento de la demanda. Definición del segmento de mercado para el cual considero mi producto satisface una necesidad
- conocimiento de los proveedores
- conocimiento de los precios de la competencia, los productos o servicios sustitutos y los productos o servicios complementarios
- no olvidarse nunca del consumidor, de sus deseos y sus necesidades

CAPITULO 5

ASPECTOS LEGALES, IMPOSITIVOS Y CONTRACTUALES

Introducción

Cuando ya hemos definido nuestro proyecto y lo implementamos surge en un determinado momento la necesidad de ver si es hora o no de contar con una estructura organizacional jurídica e impositiva, en qué tiempo realizarla y cuál elegir.

Estas preguntas son muy importantes, ya que nos damos cuenta si estamos dispuestos, por un lado, a poner en riesgo nuestro patrimonio y, por el otro, ver si nuestra empresa está preparada para enfrentar al mercado y cuál es la mejor forma para hacerlo.

Organización jurídica

Formas de organización

A continuación analizaremos los diferentes tipos de organizaciones jurídicas. En primer lugar, debemos que entendemos por persona a todo ente susceptible de adquirir derechos y contraer obligaciones. A su vez, las personas pueden clasificarse en:

Podemos clasificarlos en:

1 - Personas Físicas o Empresas Unipersonales

2 - Personas Jurídicas

- a - Sociedades Comerciales
- b - Sociedades y Asociaciones Civiles
- c - Fundaciones
- d - Cooperativas

Personas Jurídicas

- a. **Sociedades Comerciales** (fines comerciales; Ley 19550 y sus modificatorias).
- b. **Sociedades y Asociaciones Civiles** (fines sociales: club, consorcios, cámaras empresariales, etc. ; Código Civil), Fundaciones (Ley 19836).
- c. **Sociedades Cooperativas** (Ley 20337).

La Ley de **Sociedades comerciales**, establece que habrá sociedad comercial cuando dos o más personas, en forma organizada conforme a uno de los tipos previstos en la ley, se obliguen a realizar **aportes para aplicarlos a la producción de bienes y servicios participando de los beneficios y soportando las pérdidas**.

Dentro de los tipos de sociedades previstos por la ley encontramos:

- 1 - La Sociedad de Responsabilidad Limitada (**S.R.L.**)
- 2 - La Sociedad Anónima (**S.A.**).
- 3 - La Sociedad Colectiva (**S.C.**).
- 4 - La Sociedad en Comandita Simple (**S.C.S.**).
- 5 - La Sociedad de Capital e Industria (**S.C.I.**).
- 6 - La Sociedad en Comandita por Acciones (**S.C.A.**).

La Sociedad de Responsabilidad Limitada (S.R.L.)

- Su capital está formado por cuotas partes
- La cantidad de personas necesarias para su formación son mínimo dos y no más de cincuenta (Socios).
- La responsabilidad de las personas que la integran es limitada a la integración de las cuotas que adquieran, y al porcentaje que las mismas representan.
- El nombre de la sociedad puede incluir el nombre de uno o más socios y debe contener la expresión "Sociedad de Responsabilidad Limitada", su abreviatura o la sigla SRL.
- No existe capital mínimo, pero el mismo debe ser suficiente para permitir el cumplimiento de su objeto social.
- La Dirección y Administración de la sociedad la lleva a cabo la gerencia, la cual puede estar integrada por socios o terceros.

La Sociedad Anónima (S.A.)

- Su Capital esta formado por Acciones. Actualmente las acciones deben ser nominativas.

- La cantidad de personas necesarias para constituirla son dos o más, no existiendo límite máximo (accionistas).
- La responsabilidad de las personas que la componen se limita a la integración de las acciones adquiridas en la sociedad.
- El nombre de la sociedad puede ser un nombre de fantasía o puede incluir el nombre de una o más personas físicas. Asimismo, debe contener la expresión "Sociedad Anónima", su abreviatura o la sigla SA.
- El capital mínimo no puede ser inferior a \$12.000
- La Dirección y Administración de la sociedad la lleva a cabo El Directorio

La Sociedad Colectiva (S.C.)

En este tipo de sociedad adquiere preponderancia la vinculación entre los miembros del grupo ya que suele ser afectiva más allá de lo económico. En caso de insolvencia o quiebra deben responder los socios con su patrimonio personal por las obligaciones de la sociedad.

La Sociedad en Comandita Simple (S.C.S.)

Al igual que la anterior, es una sociedad de tipo mixto, integrada por socios que aportan el capital para llevar adelante el objeto de la sociedad (socios capitalistas) y por socios que aportan su trabajo para lograr ese fin (socios industriales).

La Sociedad de Capital e Industria (S.C.I.)

Sociedad de tipo mixto, integrada por socios que aportan el capital para poder llevar adelante el objeto de la sociedad (socios capitalistas) y por socios que aportan su trabajo para lograr ese fin (socios industriales).

La Sociedad en Comandita por Acciones (S.C.A.)

Este tipo societario es similar a la de capital e industria pero en este caso, bajo una concepción que permite al socio capitalista (que en este tipo social se llama comanditario) limitar su responsabilidad al capital aportado, el que se encuentra representado en acciones.

La Sociedad de Hecho

Por último, resta hablar de una sociedad que no está contemplada en la ley de sociedades de la misma forma que las anteriores pero que reviste el carácter de sujeto de derecho, que es la Sociedad de Hecho.

Los socios desean desarrollar una actividad común y obtener una ganancia, pero en este caso no han cumplido con los requisitos formales de constitución previstos en la ley.

Pueden ser constituidas en forma verbal o por escrito mediante un documento privado, que sirve para resolver conflictos entre los socios pero no es válido frente a terceros.

En el siguiente cuadro comparativo se exponen las similitudes y diferencias entre los distintos tipos de sociedades:

Clasificación. Cuadro comparativo



Tipo societario	Caracterización	Forma de constitución	Forma de representación del capital	Régimen de responsabilidad	Administración y representación	Gobierno	Fiscalización/ Contralor
Sociedad Colectiva	"De interés o de personas". - Prima la idea de comunidad de trabajo y confianza. - Activa participación de todos los socios. - Relevancia de cualidades personales y patrimoniales.	Por instrumento público o privado.	PARTES DE INTERES	Solidaria, ilimitada y Subsidiaria.	- Vocación por parte de todos los socios para ejercerlas. - No es clara la escisión entre ambas funciones. - Organización básica y rudimentaria. > ADMINISTRADOR (órgano unipersonal o colegiado)	REUNION DE SOCIOS constituida por todos sus integrantes. Se requiere acuerdo unánime para modificar el contrato y transferir las partes de interés, para otras decisiones: régimen de mayorías.	La Inspección General de Justicia (IGJ) es el organismo de contralor en la Ciudad de Buenos Aires. En las provincias lo es el órgano que ejerza las funciones de Registro Público de Comercio.
Sociedad de Capital e Industria	Dos categorías de socios: -Capitalista: aporta capital y eventualmente trabajo. -Industrial: aporta su capacidad de trabajo. Debe pactarse la forma de su participación en las ganancias.	Por instrumento público o privado.	- PARTES DE INTERES.	Socio capitalista: solidaria, ilimitada y subsidiaria. -Socio industrial: limitada a la concurrencia las ganancias no percibidas.	-Vocación por parte de todos los socios para ejercerlas. -No es clara la escisión entre ambas funciones. - Organización básica y rudimentaria. ADMINISTRADOR (órgano unipersonal o colegiado)	REUNION DE SOCIOS El voto del socio industrial se computará como el del socio capitalista con menor aporte.	La Inspección General de Justicia (IGJ) es el organismo de contralor en la Ciudad de Buenos Aires. En las provincias lo es el órgano que ejerza las funciones de Registro Público de Comercio.
Sociedad en Comandita Simple	Sociedad en Comandita Simple Existen dos categorías de socios: (1) "Comanditados" y (2) "Comanditarios."	Por instrumento público o privado.	- PARTES DE INTERES.	(1) Responsabilidad solidaria, ilimitada y subsidiaria por las deudas sociales. (2) Responsabilidad limitada al aporte comprometido.	Es ejercida por (1) o terceros. Si participa (2), su responsabilidad será solidaria, subsidiaria e ilimitada por las obligaciones contraídas con su participación.	REUNION DE SOCIOS constituida por todos sus integrantes, que se expiden a través de Resoluciones Sociales.	La Inspección General de Justicia (IGJ) es el organismo de contralor en la Ciudad de Buenos Aires. En las provincias lo es el órgano que ejerza las funciones de Registro Público de Comercio.
Sociedad de Responsabilidad Limitada (S.R.L)	Su organización es menos compleja que la de las sociedades por acciones, pero existen características propias de las sociedades de personas en el funcionamiento del órgano de administración.	Por instrumento público o privado.	CUOTAS SOCIALES indivisibles y de igual valor, de libre transmisibilidad por cesión que se inscribe en la IGJ. Puede existir co-propiedad.	Limitada al capital aportado, aunque frente a terceros responden personalmente por la efectivización de lo comprometido por cada uno de ellos.	Administración. "GERENCIA", unipersonal o colegiada (socios o no, por tiempo determinado o no). El contrato social debe necesariamente establecer la forma de integración y funcionamiento. Representación: Gerente	Dos formas de funcionamiento: a) ASAMBLEA (ordinaria o extraordinaria), Principio de resolución por Mayorías, b) CONSULTA DE SOCIOS.	INTERNA, a cargo de la Sindicatura o Consejo de Vigilancia. Será optativa u obligatoria según encuadren o no en lo dispuesto por el art. 299 inc. 2º, ley 19.550.
Sociedad Anónima (S.A.)	Pensada en principio para emprendimientos de gran envergadura, aunque en la actualidad éste no sea un requisito esencial. Pequeñas empresas suelen utilizar esta figura por razones de seguridad jurídica.	Por instrumento PUBLICO (escritura pública)	ACCIONES nominativas no endosables. Su cesión no requiere ser inscrita en la IGJ ya que no implica la modificación del estatuto, pero sí en un registro social.	LIMITADA al capital comprometido.	ADMINISTRACION DIRECTORIO unipersonal o plural (accionistas o terceros) y por tiempo determinado. Serán al menos tres en el caso del art. 299 ley 19.550. REPRESENTACION PRESIDENTE DEL DIRECTORIO (singular o plural).	ASAMBLEA DE ACCIONISTAS - ordinaria - extraordinaria	- INTERNA: Consejo de Vigilancia o Sindicatura. - EXTERNA: permanente o no, a cargo de un organismo del estado nacional o provincial según domicilio social. En todos los casos se realiza el contralor por parte de la IGJ.
Sociedad de Hecho (S.H.) (1) e Irregular (2)	(1) Actuación fáctica con objeto comercial, generalmente carente de instrumentación, o si la hay, contiene sólo las cláusulas elementales para acreditar la existencia de un contrato asociativo. (2) Tipo autorizado por la ley, no constituida regularmente.	En caso de decidir su regularización, dependerá del tipo elegido.	Dependerá de lo que surja del contrato en caso de existir y formalizarse. Cualquier medio de prueba es idóneo.	RESPONSABILIDAD SOLIDARIA, ILIMITADA Y NO SUBSIDIARIA, (esto último significa que no pueden pedir que se ejecuten previamente los bienes sociales).	Cualquiera de los socios puede representar a la sociedad. No pueden invocar ni frente a terceros las limitaciones, derechos o defensas nacidas del contrato. Aunque sí puede la sociedad ejercer los derechos emergentes de los contratos celebrados.	La forma de actuación tanto para exigir la formalización o disolución de la sociedad se realiza por cualquier medio de notificación fehaciente. Puede haber REUNION DE SOCIOS y régimen de mayorías.	La IGJ es el organismo de contralor en la Ciudad de Buenos Aires. En las provincias lo es el órgano que ejerza las funciones de Registro Público de Comercio.
Cooperativas (Ley 20.337)	Estructura similar a la de la S.A., pero en ella desaparece la preeminencia del aporte de capital como elemento dominante, centrándose en la unión de esfuerzos y ayuda mutua para organizar y prestar servicios que los mismos socios disfrutan. Se distinguen entre sí según el objeto social que persiguen.	Acto único por instrumento público o privado con acta labrada por todos los fundadores.	CUOTAS SOCIALES indivisibles y de igual valor. Deben constar en acciones nominativas representativas de una o más.	Limitada a las cuotas suscriptas	ADMINISTRACION CONSEJO DE ADMINISTRACION; REPRESENTACION presidente del consejo (puede ser unipersonal o plural).	- ASAMBLEA (ordinaria o extraordinaria). - Cada asociado tiene derecho a un voto.	PRIVADA: a cargo de uno o más síndicos elegidos por la asamblea entre los asociados. AUDITORIA EXTERNA: a cargo de un contador público o asociación de ellos. PUBLICA: I.N.A.E.S.

Requisitos básicos

Qué tendríamos que hacer para constituir una Sociedad Comercial

CONTRATO social o estatuto (Los profesionales que intervienen son contador, abogado y escribano), para lo cual debemos pensar y tener en cuenta los siguientes datos:

- Nombre de la sociedad (3 opciones), cómo queremos llamarla, puede ser un nombre de fantasía o el de alguno de los socios.
- Objeto social o actividad, explicar claramente qué es lo que se quiere hacer.
- Personas que la componen con sus datos personales completos.
- Duración de la sociedad.
- Capital con el cual van a empezar.

Una vez que el contrato esté listo es posible:

- a - Tenerlo en stand by hasta que la sociedad comience a funcionar comercialmente
- b - Inscribir la sociedad inmediatamente en la Inspección General de Justicia o Registro Público de Comercio que corresponda.

En el supuesto de optarse por la segunda de las opciones dadas, deberá:

Inscribir a la sociedad y a los socios en **la AFIP**, Administración Federal de Ingresos Públicos, **organismo nacional** (en la sección **DGI**, Dirección General Impositiva), en la delegación que le corresponda al domicilio de la sociedad, para inscripción de ésta y delegación próxima al domicilio de cada integrante para la inscripción de cada uno de ellos. De esta manera, se obtiene la inscripción en los **impuestos nacionales** correspondientes a la sociedad y a sus integrantes.

No olvidarse de llevar el contrato social en copia certificada, el contrato de alquiler, si la empresa funcionará en un lugar alquilado, y el DNI de cada uno de los socios. Así obtiene obtendrá el CUIT, clave única de identificación tributaria, un número de identificación otorgado por la AFIP a la sociedad y a cada integrante de la misma.

Impuestos Nacionales y Provinciales y Tasas Municipales

Qué tendríamos que hacer para comenzar a desarrollar una actividad empresarial como Empresa Unipersonal o Persona Física

- Obviamente, tratándose de una única persona física, no existe contrato.
- Debe inscribirse en AFIP en la delegación correspondiente a su domicilio, obteniendo el CUIT, Clave Única de Identificación Tributaria.

Tratándose de una sociedad comercial, la misma se debe inscribir en los impuestos que se indican a continuación: Ganancias, IVA, Bienes Personales y como Empleadora, en caso de corresponder. Se deben inscribir a sus integrantes en los siguientes impuestos: Ganancias, Autónomos y, si correspondiese, Bienes Personales. Afortunadamente, hoy la tecnología es una ayuda y algunos de los trámites mencionados pueden realizarse a través de Internet.

En el caso de las empresas unipersonales o personas físicas, se deberá decidir si le conviene ser:

- a - **Unipersonal dentro del Régimen General**, en los impuestos: IVA, Ganancias y Autónomos, Bienes Personales y Empleador si correspondiese
- b - **Unipersonal Régimen Monotributista**

En lo que respecta a las sociedades de hecho, las mismas pueden ser inscriptas en el régimen general o, en algunas circunstancias en el Régimen Monotributista.

A su vez, existen otros impuestos que son provinciales y el organismo que los recauda es la Dirección General de Rentas (DGR) de cada provincia. **Impuesto a los Ingresos Brutos**, deben inscribirse tanto las Sociedades o Personas Jurídicas como las Empresas Unipersonales o Personas Físicas. Los contribuyentes deben optar, de acuerdo a su modelo de negocio, entre las siguientes modalidades:

- **Contribuyente Local** (Capital Federal) o **Provincial**.
- **Convenio Multilateral** (cuando generen gastos y/o en diferentes provincias).

Llevar un contrato certificado, en caso de ser Sociedad o Persona Ju-

rídica, o documentos de identidad y fotocopia en caso de Empresa Unipersonal o Persona Física, o contrato de Alquiler, si su empresa o emprendimiento alquila el sitio donde desarrolla su actividad. Llevar inscripción de la AFIP, con fotocopia para dejar. En algunas jurisdicciones la inscripción es por Internet.

También existen Tasas Municipales y en cada jurisdicción hay que averiguar cuáles son para no quedar en falta. Por ejemplo, en la Provincia de Buenos Aires: Seguridad e Higiene

Una vez que se inscribió la empresa en AFIP y en la Dirección General de Rentas de la provincia que corresponda, se debe dirigir a la Imprenta y solicitar la impresión de las facturas, para lo que se debe llevar fotocopia de inscripción de la sociedad en AFIP y en Ingresos Brutos.

Hoy existe para la Sociedad inscripta dentro del Régimen General: Factura A: es requisito para su obtención contar con \$ 50.000 pesos en Bienes Inmuebles o un Patrimonio de \$ 102.300, solicitar factura A y B (si vende a consumidor final o exento). Factura C: en caso de tratarse de una Empresa Unipersonal inscripta dentro del Régimen Monotributista. Facturas E: para actividades de Exportación.

Otra documentación que normalmente se utiliza son los Remitos y los Recibos.

A su vez, tratándose de una Sociedad Comercial es necesario adquirir y rubricar en el Registro Público de Comercio los Libros que la Ley de Sociedades establece.

A continuación veremos algunos conceptos, así podemos entender como se caracterizan cada uno de los distintos impuestos mencionados anteriormente:

IVA (Impuesto al valor agregado). Impuesto Nacional

Se paga por la diferencia entre el débito fiscal (generado por la facturación de las ventas o ingresos) y el crédito fiscal (generado por las compras o gastos realizados).

Se liquida mensualmente, mes vencido, a cuyo fin se utiliza un software otorgado por la AFIP (SIAP-IVA). Se deben presentar los formularios (declaraciones juradas) y el diskette correspondiente en el banco o en la D.G.I. al mes siguiente del mes que se está liquidando.

Actualmente existen distintas alícuotas (21%, 10.5%) y actividades que se encuentran exentas.

Ingresos Brutos. Impuesto Provincial

Se aplica una alícuota o porcentaje sobre el total de la facturación mensual, (antes de la aplicación del IVA, es decir sobre el neto gravado). En algunas jurisdicciones existe un Régimen Simplificado, como por ejemplo en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, en las que se paga un monto fijo de acuerdo a ciertas normativas. Se liquida mes vencido. Ciertas actividades y profesiones están exentas, de acuerdo a la normativa de cada jurisdicción. También las alícuotas varían de una provincia a otra.

Ganancias. Impuesto Nacional

Las sociedades (S.A. - S.R.L.- S.C.A.), a la fecha de edición de este módulo (2006), pagan una alícuota del 35% sobre las ganancias netas, previa deducción de un monto determinado que la ley permite, que es equivalente al 25% de la utilidad o \$ 12.500 por cada socio o director que integra la sociedad, el que fuera mayor. Es un impuesto anual, que se paga al quinto mes siguiente al cierre del Ejercicio Económico de la sociedad (salvo el primer período que puede ser irregular, los restantes son de 12 meses, que pueden o no coincidir con el año calendario). A su vez, existen anticipos mensuales para el año siguiente, para los casos en los que el monto del impuesto asciende a \$ 500.

En los casos de las empresas unipersonales, que están dentro del Régimen General, el pago se realiza según una escala, previa deducción de determinados montos que la ley permite (monto mínimo no imponible por distintos conceptos: cónyuge, hijos, obra social, jubilación, gastos de sepelio, primas de seguro, seguro de retiro). Se paga una sola vez al año, entre los meses de abril y mayo y, si correspondiesen, anticipos bimestrales.

Sistema de Seguridad Social

Se paga en forma mensual (mes vencido) para todas aquellas empresas que tengan personal en relación de dependencia. Se abona por la Jubilación, por la Obra Social y por la ART (Sistema de prevención de riesgos del trabajo). Se realiza mediante un software otorgado por AFIP (sistema SIAP). Se deben tener en cuenta las distintas relaciones de empleo y contratos que existan en la empresa.

CAPÍTULO 5: ASPECTOS LEGALES, IMPOSITIVOS Y CONTRACTUALES

La empresa debe obtener para cada empleado el CAT (Clave de Alta Temprana), hasta cinco días antes de incorporarlo a su nómina de empleados. Se debe llevar obligatoriamente el libro de sueldos y jornales. A su vez, se debe armar un legajo por cada empleado que trabaja en la empresa. El empleado por su parte, debe haber obtenido en ANSES el CUIL, Clave Única de Identificación Laboral.

Otros impuestos

Ganancia mínima presunta

Es de aplicación a las Sociedades Comerciales, cuando los activos de la sociedad superen el mínimo de \$ 200.000. Al igual que en los casos anteriores, se utiliza para su liquidación un software suministrado por la AFIP.

Bienes Personales

Cuando el impuesto se destina a Personas Físicas o Empresas Unipersonales cuyo patrimonio (tomando en cuenta únicamente los bienes objeto del impuesto) supere \$ 102.300, mínimo por debajo del cual no rige la obligación de pagar. A partir de ese monto y hasta la suma de \$ 200.000, se aplica una alícuota de 0.5 %, y por encima del último monto la alícuota es de 0.75%. También en este caso utiliza un software proporcionado por la AFIP. Tratándose de Sociedades Comerciales la alícuota a aplicar es del 0.5 %.

Régimen Monotributista

Es aplicable a personas físicas (comerciantes, fabricantes, artesanos, oficios, productores agropecuarios, profesionales, etc.) o sociedades de personas (civiles, colectiva, en comandita simple, de capital e industria, sociedad de hecho, personas que integran cooperativas de trabajo, etc.).

Quienes efectúen locaciones y/o se dediquen a la prestación de servicios podrán adherir al régimen siempre que hayan obtenido ingresos en el año anterior iguales o inferiores a \$ 72.000, mientras que para el resto de las actividades (comercio o industria) dicho importe asciende a \$144.000.

Las sociedades de hecho podrán adherir al régimen en la medida en que tengan un máximo de tres socios. Quedan excluidos del régimen quienes desarrollen más de 3 actividades simultáneas o posean más de tres unidades de explotación.

Existen distintas categorías y montos fijos a pagar, en una cuota única que abarca IVA, Ganancias, Autónomos y Seguridad Social.

Esta cuota se define sobre la base de parámetros establecidos por la AFIP (superficie del local en metros cuadrados, energía eléctrica consumida, precio unitario de bienes comercializables, facturación anual).

Cuando en el ejercicio de la actividad se modifiquen las condiciones originales de inscripción (de acuerdo a los citados parámetros), la empresa debe recategorizarse.

La inscripción en el Régimen Monotributista no exime de la obligación de inscribirse y pagar ingresos brutos en la jurisdicción que corresponda.

- Quienes se encuentren inscriptos en el Régimen Monotributista deben utilizar la factura C.

- Si bien no están obligados a llevar libros, deben guardar la documentación en lotes que representan el año calendario.

- Las empresas cuyos proveedores sean monotributistas podrán descontar en su liquidación de impuesto a las ganancias dicho gasto, siempre que:

a) Estos proveedores monotributistas trabajen en forma recurrente con ellos (más de 24 facturas por año en el rubro comercial y 10 facturas por año si son prestadores de servicios)

b) Si no cumplen con ello, podrán deducir del mismo proveedor hasta el 1 % de la facturación y en el conjunto de todos los proveedores hasta el 5%.

Contribuyente eventual

En este caso la empresa unipersonal o persona física debe cumplir con las siguientes condiciones:

- Registrar ingresos inferiores a \$12.000 al año.
- No tener local.
- No tener empleados.
- Tratarse de una actividad esporádica.

Quienes se adhieran al Régimen Monotributista como contribuyente eventual deben aportar el equivalente al 5% de la facturación.

CAPITULO 5: ASPECTOS LEGALES, IMPOSITIVOS Y CONTRACTUALES

Situación Impositiva para otros tipos de asociaciones

Tipo de Sociedad	Definición	Impuesto Ganancias	IVA	Observaciones
Cooperativas Ley 20337/73 y Ley 12027/98	Son entidades fundadas en el esfuerzo propio y la ayuda mutua para organizar y prestar servicios.	Están EXENTAS del impuesto las utilidades que distribuyan las cooperativas de consumo entre sus socios (Art. 20 inciso d). NO está EXENTO el interés accionario que distribuyan el resto de las cooperativas (Art. 45 inciso g) y los servicios personales prestados por los socios de las cooperativas que trabajen personalmente en la Explotación, inclusive el retorno percibido por aquellos (Art. 79 inciso e).	Están EXENTOS los servicios personales prestados por sus socios a la cooperativa de trabajo y también cuando correspondan a servicios derivados por las Obras Sociales.	1) El organismo que concede y retira la personería, inscribe y fiscaliza es el Instituto Nacional de Acción Cooperativa y Mutual dependiente del Ministerio de Desarrollo Social. 2) No tienen como fin principal ni accesorio la propaganda de ideas políticas, religiosas, de nacionalidad, región o raza. 3) Tienen capital variable y duración ilimitada.
Asociaciones civiles	Son entidades creadas por un acuerdo de voluntades de varias personas, que persiguen un fin de Interés común, ya sea altruista o lucrativo.	EXENTO siempre que tales ganancias y el Patrimonio Social se destinen a los fines de su creación y que en ningún caso se distribuyan entre los socios. NO EXENTO las entidades que obtengan sus recursos de la explotación de espectáculos públicos, juegos de azar, carrera de caballos y otras actividades similares. También las de carácter gremial que desarrollen actividades industriales y/o comerciales. Art. 20 inciso f) Alícuota: 35%.	EXENTO artículo 7° inciso h) apartado 6.	1) El organismo que concede y retira la personería y fiscaliza es la Inspección General de Justicia, dependiente del Ministro de Justicia. 2) Las agrupaciones que no tengan existencia legal como personas jurídicas, serán consideradas como simples asociaciones civiles.
Mutuales	Son agrupaciones mutuales aquellas que mediante la contribución o ahorro de sus asociados o cualquier otro recurso lícito, tienen por objeto la satisfacción de necesidades de los socios, ya sea mediante asistencia médica, farmacéutica, otorgamiento de subsidios, préstamos, seguros, promoción cultural, educativa, deportiva y turística.	EXENTO en relación a sus bienes y por sus actos. Art. 20 inciso g)	EXENTO Art. 29 Ley N° 20.321	1) El organismo que concede y retira la personería, fiscaliza, interviene y liquida a las mutuales es el Instituto Nacional de Acción Mutual dependiente del Ministerio de Desarrollo Social. 2) Los ahorros de los asociados pueden gozar de un beneficio que estimule la capacidad ahorrativa de los mismos. 3) Los socios de las mutuales deberán aportar con destino al Instituto Nacional de Acción Mutual el 1% de la cuota social. 4) Liberadas de los derechos aduaneros por importación de aparatos, instrumental, drogas y otros materiales específicos cuando los mismos sean pedidos por las mutuales y destinados a la prestación de sus servicios sociales.
Fundaciones Ley 19.836	Son personas jurídicas que se constituyen con un objeto de bien común sin propósito de lucro, mediante el aporte patrimonial de una o más personas, destinado a hacer posible sus fines.	Similar tratamiento que las Asociaciones Civiles: EXENTO siempre que las ganancias y el Patrimonio Social se destinen a los fines de su creación y en ningún caso se distribuyan entre los fundadores. NO EXENTO las entidades que obtengan sus recursos de la explotación de espectáculos públicos, juegos de azar, carrera de caballos y otras actividades similares. Art. 20 inciso f) Alícuota: 35%.	Tratamiento similar al de las Asociaciones Civiles: EXENTO Art. 29 Ley N° 20.321.	1) El organismo que autoriza, controla y liquida es la Inspección General de Justicia, dependiente del Ministerio de Justicia de la Nación

CAPITULO 5: ASPECTOS LEGALES, IMPOSITIVOS Y CONTRACTUALES

Contratos de trabajo*(ley 20.744 de 1974 y sus modificatorias)*

Características	Por tiempo indeterminado	A Plazo fijo	Temporada	Aprendizaje finalidad formativa	Tiempo parcial
Plazo de duración	Indeterminado	Por el tiempo convenido, hasta un máximo de 5 años.	Indeterminado. La relación queda sujeta a confirmación en cada ciclo de trabajo o temporada.	Mínima 3 meses Máxima 1 año	Indeterminado
Período de prueba	Si, por 3 meses, que se puede extender a 6 por convenio colectivo de trabajo o en caso de tratarse de una Pyme, en este último caso, se podrá modificar dicho plazo hasta un máximo de 12 meses para trabajadores calificados.	No tiene	No tiene	No tiene	Si, por 3 meses, que se puede extender a 6 por convenio colectivo de trabajo o en caso de tratarse de una Pyme, en este último caso, se podrá modificar dicho plazo hasta un máximo de 12 meses para trabajadores calificados.
Trabajadores comprendidos	Mayores de 14 años	Mayores de 14 años	Mayores de 14 años	Jóvenes de 15 a 28 años que no hayan tenido relación laboral con la misma empresa.	Mayores de 14 años
Forma escrita	No indispensable	Se debe instrumentar en forma escrita, justificando su duración. Requiere firma de las partes.	No indispensable	Se necesita la forma escrita. Se debe entregar certificado.	No indispensable
Registración	Usual en los libros	Usual	Usual	No pueden superar el 10% del total del personal	Usual
Jornada	Legal	Legal	Legal	La jornada laboral no podrá exceder las 40 hs. semanales.	La jornada laboral deberá ser inferior a 2/3 de la jornada habitual. No corresponden horas extra.
Cargas sociales	Se debe abonar el 100% de las cargas determinadas en la ley, aunque hay planes especiales para las PyMEs.	Se paga el 100%	Se paga el 100%		Se debe abonar el 100% de las cargas determinadas en la ley, aunque hay planes especiales para las PyMEs. Son proporcionales a los salarios.
Indemnización	Durante el período de prueba no corresponde, luego es de aplicación la ley 25.013.	Se debe dar preaviso de la finalización del contrato. En caso de despido antes del vencimiento del mismo, el trabajador tendrá derecho a la indemnización de la ley de contrato de trabajo y a reclamar los daños y perjuicios del derecho común por la rescisión anticipada.	Si están pendientes los plazos previstos o previsibles del ciclo o temporada, el despido sin causa dará derecho a la indemnización de la ley de contrato de trabajo y a reclamar los daños y perjuicios del derecho común. Corresponde dar preaviso.	Se debe dar preaviso. Si se incumple algún aspecto se lo considera como contrato de trabajo por tiempo indeterminado.	Durante el período de prueba no corresponde, luego es de aplicación la ley 25.013.

En principio todo contrato de trabajo se celebra por tiempo indeterminado salvo prueba en contrario. Los primeros 3 meses se celebran a prueba (período que se puede extender a 6 meses en caso de PYME o por Convenio Colectivo de Trabajo), es decir, que el empleador tendrá derecho a despedir al trabajador durante ese período de prueba, sin expresión de causa y sin pagar indemnización alguna.

Antes de rescindir la relación laboral cualquiera de las partes debe remitir un preaviso a la otra con por lo menos un mes de anticipación a la fecha de rescisión y de dos meses en caso de que el empleado tenga más de 5 años de antigüedad en el empleo. En caso de despido sin causa el empleado tendrá derecho a percibir una indemnización equivalente a un mes de sueldo por año de servicio o fracción mayor de tres meses,

no pudiendo dicha indemnización ser inferior a 2 sueldos. Existen causales de despido que se encuentran justificadas en la ley, respecto de las cuales el empleado no tiene derecho a indemnización alguna. *De acuerdo a la Resolución de la Secretaría de la Pequeña y Mediana Empresa y Desarrollo Regional N° 675/02, reglamentaria de la Ley 25.300 de Fomento a las PyMEs, e consideran PyMEs las empresas agropecuarias cuya facturación sea inferior a \$ 10.800.000, las empresas industriales y de minería cuya facturación sea inferior a \$ 43.200.000, las empresas comerciales cuya facturación no supere \$ 86.400.000 y las de servicios cuya facturación no alcance \$ 21.600.000.*

Pasantías

En nuestro país existen básicamente dos tipos de pasantías, una la-

boral y otra educativa.

Régimen de Pasantías Educativas (Ley 25.165).

- Se celebra un acuerdo marco entre la Universidad y la Empresa.
- No reviste el carácter de relación laboral por lo tanto no existe obligación de pagar carga social alguna.
- Una vez firmado el acuerdo marco se firma un contrato individual con cada estudiante.
- La duración mínima es de 2 meses y la máxima es de 4 años (Decreto 487/00).
- La jornada no podrá ser superior a 6 horas por día, 5 días a la semana.
- ART a cargo de la Universidad y no es obligatorio otorgar Obra Social.

Pasantías de Formación Profesional (Ley 25.013).

- Celebrado por escrito entre un empleador privado y estudiante de 15 a 26 años que se encuentre desocupado.
- No se puede contratar bajo esta modalidad a quienes hayan tenido contratos de trabajo, aprendizaje o pasantía anterior con misma la empresa.
- La duración de la pasantía es de 3 meses a 2 años.
- La jornada no podrá ser superior a 6 horas por día.
- Se deben garantizar 10 días pagos por año de licencia de estudio y 15 días de vacaciones cuando hayan trabajado más de un año.
- El empleador debe otorgar al pasante una cobertura de salud.
- Compensación dineraria de carácter no remunerativo, que no puede ser inferior al salario mínimo vital y móvil.

Factores Legales para la protección del proyecto

Propiedad Intelectual

La propiedad intelectual está directamente relacionada con la protección de la capacidad creativa del hombre: las invenciones, las obras literarias y artísticas, los símbolos, los nombres, las imágenes y los dibujos, los diseños y modelos utilizados en el comercio. La Propiedad Intelectual se divide en dos categorías: los Derechos de Autor y la Propiedad Industrial.

Derechos de autor

Los Derechos de Autor tienen como objeto protegido a la Obra Intelectual y como sujeto amparado al autor de la misma.

Se deben registrar en la Dirección Nacional de Derecho de Autor, las siguientes obras inéditas o publicadas:

- Escritos (libros, folletos, publicaciones periódicas, etc)
- Obras dramáticas
- Composiciones musicales
- Dramático-Musicales
- Cinematográficas
- Coreográficas
- Pantomímicas
- Dibujos
- Pinturas
- Esculturas
- Obras de arquitectura
- Planos
- Mapas
- Fotografías
- Programas de Televisión
- Programas de Radio
- Software (programas de computación)
- Fonogramas
- Obras multimedia
- Páginas Web
- Otras obras intelectuales que puedan surgir en el futuro

El Derecho de Autor se encuentra regulado principalmente en la Ley 11.723, que protege a la Obra Intelectual, para lo cual ésta debe tener originalidad y pertenecer al ámbito de las letras, de las artes o de las ciencias. Está destinado a proteger la forma representativa, es decir, la exteriorización de su desarrollo en obras concretas, aptas para ser reproducidas, representadas, ejecutadas, exhibidas y/o radiodifundidas, según sea el género al cual pertenezcan, y a regular su utilización. De esto se deduce que no pueden ser objeto de la protección legal las ideas que no hayan sido de algún modo exteriorizadas.

Los bancos de datos fueron incluidos también en el art. 1º de la ley 11.723 entre las obras protegidas. Con las expresiones “bancos de

datos” y “base de datos” se mencionan los depósitos electrónicos de datos y de información, que implican: una organización electrónica de datos e información; un sistema de manejo de base de datos; un control que permite a los usuarios ingresar a él de acuerdo a sus derechos de acceso; una administración o manejo de los datos; un diseño de la base de datos y de su estructura, como también la selección e implementación del software que permite operarlo.

Registro de las obras

Para la protección de los derechos patrimoniales de una Obra publicada es obligatoria su registración y depósito en la Dirección Nacional de Derecho de Autor, dependiente del Ministerio de Justicia y Derechos Humanos. Una vez que se publica una Obra, hasta tanto no se la registre, se la puede editar, representar y/o ejecutar válidamente, sin necesidad de la autorización del autor, pero siempre con respeto de los derechos morales del autor. También se deben registrar en el citado organismo todos los contratos referentes a estas obras (enajenación o cesión, total o parcial, etc.), requisito sin el cual dichos contratos carecen de validez frente a terceros. Un autor puede también elaborar la obra en común con otras personas, y así surge la “obra en colaboración”. En esta modalidad es habitual que el proceso creativo esté determinado por la iniciativa de una persona jurídica que asume la responsabilidad de su creación a partir de contribuciones individualizadas o anónimas de distintos autores que colaboran en ella.

Propiedad industrial

La propiedad industrial es el derecho exclusivo que otorga el Estado para usar o explotar en forma industrial y comercial las invenciones o innovaciones de aplicación industrial que realizan individuos o empresas para distinguir sus productos o servicios ante la clientela en el mercado. Este derecho confiere a su titular la facultad de excluir a otros del uso o explotación comercial de su propiedad si no cuenta con su autorización. La protección sólo es válida en el territorio nacional y su duración depende de la figura jurídica para la cual se solicita su protección.

Patentes

Una patente de invención es un derecho exclusivo que el Estado otorga al inventor, a cambio de que éste brinde a la sociedad el fruto de su investigación (invención). A su vez, una invención es el producto o proceso que ofrece una manera novedosa de hacer algo o una nueva solución técnica a un problema. Se encuentran reguladas en la Ley 24.481 de Patentes de Invención y Mode-

los de Utilidad, modificada la Ley 24.572, texto ordenado del año 1996.

La Ley de Patentes establece tres condiciones que debe reunir una invención para ser patentable:

- 1 - Novedad Absoluta.
- 2 - Actividad Inventiva.
- 3 - Aplicación Industrial.

Para obtener una patente se debe presentar una solicitud de patente en el Instituto Nacional de la Propiedad Industrial (INPI), con los datos del solicitante y la descripción de la invención. Dado que la protección establecida en la ley sólo es nacional, el inventor debe presentar la solicitud de patente en cada país donde le interese protegerla. El derecho exclusivo reconocido por la ley tiene una duración de 20 años. Pasado ese lapso, la patente expira, y la invención pasa a pertenecer al dominio público; es decir, el titular deja de detentar derechos exclusivos sobre la misma, que pasa a estar disponible para la explotación comercial por parte de terceros, sin tener que pagar regalías al titular de la patente.

Marcas

Una marca comercial es un signo que distingue un producto o un servicio de otro, es decir, un signo con capacidad distintiva. Están reguladas por la Ley de Marcas N° 22.362.

Pueden constituir marcas, entre otros signos: una o más palabras con o sin contenido conceptual, los dibujos, emblemas, monogramas, grabados, estampados, sellos, imágenes, las combinaciones de colores que se apliquen en un lugar determinado de los productos o de los envases, las combinaciones de letras y de números y los mismos por su dibujo especial, los envases, las frases publicitarias que sean originales, y cualquier otro signo que tenga aptitud distintiva.

El registro de la marca le garantiza a su titular la propiedad y el uso exclusivo de la misma, pudiendo ejercer todas las defensas por el uso no autorizado por parte de terceros.

De acuerdo a la Clasificación de Niza para registro de marcas, las mismas se encuentran divididas en 45 clases de marcas: 34 clases de productos y 11 clases de servicios. La protección, en principio, se circunscribe a la clase en la cual se obtuvo el registro de la marca.

El plazo de duración del registro de la marca es de 10 años contados desde la fecha de concesión del registro, renovable por períodos iguales y sucesivos, si la misma fue utilizada en la comercialización de un producto, en la prestación de un servicio o como parte de la

designación de una actividad, dentro de los cinco años previos a cada vencimiento.

Al igual que las patentes de invención, el registro de la marca tiene validez territorial, razón por la cual su titular debe solicitar el registro en cada país dentro del cual desee protegerla.

Modelos de utilidad

Es un título de propiedad, similar a la patente de invención, destinado a proteger las innovaciones introducidas en herramientas, instrumentos de trabajo, utensilios, dispositivos u objetos conocidos que se presten a un trabajo práctico, en cuanto importen una mejor utilización en la función a la que están destinados.

A diferencia de la patente, el modelo de utilidad confiere a su creador derechos exclusivos de explotación del mismo por el término improrrogable de 10 años, a partir de la fecha de presentación de la solicitud. Se encuentran reguladas en la Ley 24.481 de Patentes de Invención y Modelos de Utilidad, modificada la Ley 24.572, texto ordenado del año 1996.

Modelos y diseños industriales

Se considera modelo o diseño industrial a las formas o el aspecto incorporados o aplicados a un producto industrial que le confieren carácter ornamental. Esta legislación protege todos los aspectos visibles (modelo o diseño) o palpables (sólo el modelo) del producto industrial en la manera en la cual será presentado en el mercado, es decir, la configuración externa o apariencia que se desea para impactar favorablemente a los consumidores con una simple mirada (modelo o diseño) o contacto (sólo el modelo).

Es importante la diferencia entre modelo y diseño aún cuando el régimen legal otorga a ambas categorías idéntica protección:

a) Modelo: forma incorporada, tridimensional.

b) Diseño: aspecto aplicado, bidimensional. En el caso del diseño lo que se desea proteger es el dibujo, sea este el mero trazo, conjunción de líneas, etc.

Los dibujos y modelos industriales se aplican a una amplia variedad de productos de la industria y la artesanía: desde instrumentos técnicos y médicos a relojes, joyas y otros artículos de lujo; desde electrodomésticos y aparatos eléctricos a vehículos y estructuras arquitectónicas; desde estampados textiles a bienes recreativos.

El registro de Modelos y Diseños está regulado por el Decreto-ley N° 6.673/63, ratificado por Ley N° 16.478, Decreto reglamentario 5682/65, Disposición Ex DNPI 21/74.

La Argentina se encuentra adherida al denominado Convenio de París para la Protección de la Propiedad Industrial, que entre otras cuestiones establece un mecanismo que consiste en reconocer la fecha de la presentación en Argentina, si una vez efectuado el pedido de registro aquí, se concurre dentro de los seis meses posteriores a cualquier otro país adherido al citado Convenio. A fin de poder acreditar en otro país el pedido de registro efectuado en Argentina, la oficina extiende un documento habitualmente llamado "Documento de Prioridad".

Acuerdos de confidencialidad.

Un Acuerdo o Convenio de Confidencialidad es un contrato por el cual una parte obliga a la otra a no divulgar información perteneciente a la primera, a la cual el obligado haya tenido acceso con motivo de las negociaciones en que se encontraren, o durante una relación contractual, con el consentimiento de la primera. Esa información tendrá carácter de "secreta" o "confidencial" y no podrá ser divulgada.

Es habitual la suscripción de esta clase de acuerdos entre un emprendedor y un posible inversor o aliado estratégico, los cuales pueden ser de confidencialidad recíproca. Es común que se utilicen cuando el emprendedor tiene una "idea" o "proyecto" de negocios, que no puede gozar de la protección que da otorgan las normas de Propiedad Intelectual justamente por tratarse de una "idea", y tiene que exponerlo a un posible inversor a los fines de lograr su interés en el proyecto.

Los Acuerdos de Confidencialidad hallan su fundamento jurídico en la voluntad de partes, por lo que los requisitos para su validez son los mismos que para la de cualquier contrato.

Ahora bien, existe asimismo una regulación específica para cierto tipo de Acuerdos de Confidencialidad: son aquellos celebrados

en el marco de la Ley 24.766 de Confidencialidad sobre la información y productos que estén legítimamente bajo control de una persona y se divulguen indebidamente de manera contraria a los usos comerciales honestos.

Ley 24766 de confidencialidad

Suele suceder que algunos inversores no acepten firmar un Acuerdo de Confidencialidad, por diferentes motivos. Frente a esta situación, en determinadas circunstancias el emprendedor puede buscar la protección de la Ley 24.766 de Confidencialidad.

En virtud de dicha ley, las personas físicas o jurídicas podrán impedir que cierta información que esté legítimamente bajo su control se divulgue a terceros o sea adquirida o utilizada por terceros sin su consentimiento de manera contraria a los “usos comerciales honestos”.

Asimismo, toda persona que con motivo de su trabajo, empleo, cargo, puesto, desempeño de su profesión o relación de negocios, tenga acceso a una información confidencial como definimos precedentemente y sobre cuya confidencialidad se los haya prevenido, deberá abstenerse de usarla y de revelarla sin causa justificada o sin consentimiento de la persona que guarda dicha información o de su usuario autorizado.

En el caso del emprendedor, podría argumentarse que brindó al posible inversor información en virtud de una relación de negocios.

Los acuerdos de confidencialidad son un reconocimiento por parte del obligado que ampara los tipos de información allí mencionados y es un ejemplo de una de las medidas que la ley 24.766 exige para considerar cierta información confidencial a efectos de la tutela que dicha norma brinda.

Para gozar de la protección de la ley, la información debe reunir las siguientes condiciones:

- a) Ser secreta en el sentido de que no sea generalmente conocida ni fácilmente accesible para personas introducidas en los círculos en que normalmente se utiliza el tipo de información en cuestión;
- b) Tener un valor comercial por ser secreta; y
- c) Haber sido objeto de medidas razonables para mantenerla secreta, tomadas por la persona que legítimamente la controla.