

DEDICATORIA

Marcelo Zorghiotti:

“A mis Padres: porque los adoro, son la luz de mis ojos, porque los elegiría nuevamente como tales, y porque gracias a ellos estoy aquí”

“ A mis Hermanos: Porque siempre me han acompañado incondicionalmente”

“A mi Terapeuta: porque es quien Me ayudó a sentirme útil y capaz de afrontar cualquier circunstancia de la vida, por más difícil que sea”

Tomas Elena:

“ A mi madre, no solo por el apoyo y empuje que me dio para poder terminar con mi carrera y convertirme en un profesional sino por su amor incondicional y la contención que me brinda día a día para que yo pueda ir cumpliendo con mis metas, proyectos y sueños”

“A Juan Miranda, mi padre del corazón, que a pesar de nuestras diferencias desde chico supo hacerme entender la importancia de contar con una buena educación y formación no solo en lo profesional, y hoy al fin de esta importante etapa que culmina se me hacen muy presentes las eternas enseñanzas que supo darme”.

AGRADECIMIENTOS

Al hablar de agradecimientos, pensamos en las personas que nos dejaron acceder a este proyecto que era sólo "charlas de café", y que poco a poco fue tomando forma para convertirse en un futuro no tan lejano, en algo muy cierto y del cual podrá disfrutar mucha gente al llegar a nuestra ciudad.

Nuestro más sincero, profundo y personal agradecimiento a Rossana Malaman y a Miriam Mustafá, nuestras incondicionales consejeras, quienes siempre supieron escucharnos, ayudarnos y brindarnos su tiempo para hacer esta experiencia lo más llevadera y armónica posible.

Queremos darle gracias también, a Alberto Zorghiotti, nuestro tutor externo, por sus correcciones y por su incansable trabajo para favorecer el intercambio de buenas prácticas profesionales. Cuando en un futuro hablemos de profesional a profesional, se lo debemos en gran parte a él. No queremos olvidarnos de todos los Contadores, Administradores y demás profesionales que han colaborado en esto, a pesar de sus prioridades laborales inmediatas, y a toda esa gente que supo estar a nuestro lado en este largo proceso...

CREACION DE UN HOTEL CORPORATIVO DE 3*

HOJA DE ACEPTACIÓN DEL TRABAJO FINAL DE GRADO

FORMULARIO B



I NSTITUTO
U NIVERSITARIO
A ERONAUTICO

Facultad de Ciencias de la Administración

Departamento Desarrollo Profesional

Lugar y fecha:

INFORME DE ACEPTACIÓN del ANTEPROYECTO del PROYECTO DE GRADO

Título del Anteproyecto de Grado:

CONFORT S.R.L" HOTEL CORPORATIVO DE 3*

Integrantes: (Apellido, Nombre y Carrera)

ELENA, TOMAS

ZORGNIOTTI, MARCELO DANIEL

Profesor Tutor del PG:

ZORGNIOTTI, Alberto (externo)

MALAMAN, Rossana (IUA)

Miembros del Tribunal Evaluador:

Presidente: ROPOLO, Mariela

1er Vocal: FLORES, Carolina

.....

Resolución del Tribunal Evaluador

- El PG puede aceptarse en su forma actual sin modificaciones.**
- El PG puede aceptarse pero el/los alumno/s debería/n considerar las Observaciones sugeridas a continuación.
- Rechazar debido a las Observaciones formuladas a continuación.

Observaciones:

El anteproyecto está aprobado.

ÍNDICE

DEDICATORIA -----	1
AGRADECIMIENTOS -----	3
HOJA DE ACEPTACIÓN DEL TRABAJO FINAL DE GRADO -----	6
RESUMEN -----	12
PALABRAS CLAVE-----	13
INTRODUCCIÓN -----	15
CAPÍTULO 1	
MARCO TEÓRICO	
1.1 FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN-----	16
1.1.1 CONCEPTOS GENERALES D ELOS PROYECTOS DE INVERSIÓN-----	16
1.1.2 ENFOQUE DE LOS DIVERSOS PROYECTOS DE INVERSIÓN -----	20
1.1.3 COMPARACIÓN ENTRE LOS TRES ENFOQUES -----	22
1.1.4 ESTUDIOS DEL PROYECTO DE INVERSIÓN -----	23
1.1.4.1 ESTUDIO DEL MERCADO -----	23
1.1.4.2 ESTUDIO TÉCNICO -----	28
1.1.4.3 ESTUDIO DE LA ORGANIZACIÓN -----	31
1.1.4.4 ESTUDIO FINANCIERO -----	32
1.2 ANÁLISIS DE LOS DISTINTOS TIPOS DE SOCIEDADES COMERCIALES -----	34
1.2.1 INTRODUCCIÓN -----	34
1.2.2 SOCIEDADES COMERCIALES -----	34
1.2.2.1 CONCEPTO-----	34
1.2.2.2 CONSTITUCIÓN-----	34

INSTITUTO UNIVERSITARIO AERONÁUTICO

1.2.2.3 REQUISITOS DEL CONTRATO-----	35
1.2.2.4 LIBROS -----	35
1.2.3 TIPOS DE SOCIEDADES -----	36
1.2.3.1 SOCIEDAD DE HECHO -----	36
1.2.3.2 SOCIEDAD COLECTIVA -----	36
1.2.3.3 SOCIEDAD D ERESPONSABILIDAD LIMITADA -----	37
1.2.3.4 SOCIEDAD ANÓNIMA -----	38
CAPÍTULO 2	
DIAGNÓSTICO	
2.1 EL SECTOR TURISMO -----	39
2.1.1 TURISMO INTERNACIONAL-----	39
2.1.2 TURISMO DOMÉSTICO -----	41
2.2 EL MERCADO HOTELERO DE CÓRDOBA-----	42
2.2.1 LA OFERTA HOTELERA EN LA CIUDAD -----	42
2.2.2 TARIFAS -----	44
2.2.3 OFERTA FUTURA-----	46
2.2.4 DEMANDA DE SERVICIOS HOTELEROS -----	42
2.2.5 DEMANDA POTENCIAL -----	51
CAPÍTULO 3	
ESTUDIOS DE FACTIVILIDAD	
3.1 ESTUDIO TÉCNICO-----	57
3.3.1 PRODUCTO SUGERIDO -----	57
3.1.2 PRESUPUESTO DE INVERSIÓN-----	58
3.1.3 CRITERIOS DE LOCALIZACIÓN -----	59

INSTITUTO UNIVERSITARIO AERONÁUTICO

3.2 ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO -----	61
3.2.1 PRINCIPALES SUPUESTOS DEL MODELO -----	61
3.2.1.1 DEPARTAMENTO HABITACIONES -----	61
3.2.1.2 DEPARTAMENTO ALIMENTOS Y BEBIDAS -----	62
3.2.2 RESUMEN FINANCIERO DEL MODELO DE NEGOCIOS -----	63
CAPÍTULO 4	
EVALUACIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO	
4.1 CASH FLOW Y RENTABILIDAD DEL PROYECTO -----	65
4.2 SENSIBILIDAD DEL MODELO AL PRECIO DEL TERRENO -----	70
CAPÍTULO 5	
ASPECTOS SOCIETARIOS, IMPOSITIVOS, PREVISIONALES Y CONTABLES DE LA ORGANIZACIÓN	
5.1 ELECCIÓN DEL TIPO SOCIETARIO -----	71
5.1.1 TRANSMICIÓN DE ACCIONES O CUOTAS PARTES -----	71
5.1.2 NECESIDAD DE INCORPORAR INVERSIONISTAS -----	73
5.1.3 DESPERSONALIZACIÓN DEL MANEJO SOCIETARIO -----	73
5.1.4 CUESTIÓN SUCESORIA -----	74
5.1.5 RESPONSABILIDAD DE LOS ACCIONISTAS O SOCIOS -----	74
5.1.6 ASPECTOS IMPOSITIVOS Y PREVISIONALES -----	74
5.2 SOCIEDAD ANÓNIMA -----	75
5.2.1 PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS -----	75
5.2.2 ASPECTOS FORMALES CONTABLES -----	79
5.2.3 RÉGIMEN TRIBUTARIO DE LAS S.A -----	82
5.2.4 FACTURACIÓN E I.V.A -----	83
5.2.5 RÉGIMEN PREVISIONAL DE LOS SOCIOS -----	84
5.2.6 PRINCIPALES RESPONSABILIDADES TRIBUTARIAS DEL PROYECTO -----	85
5.2.7 DATOS REQUERIDOS PARA CONSTITUIR UNA S.A -----	89
5.2.8 CONSTITUCIÓN DE LA S.A -----	91
5.2.9 COSTO DE LA CONSTITUCIÓN DE LA S.A -----	91
5.2.10 MODELO DE CONTRATO SOCIETARIO -----	92

INSTITUTO UNIVERSITARIO AERONÁUTICO

5.2.11 RECOMENDACIONES PARA REALIZAR EL ACTA CONSTITUTIVA DE LAS SOCIEDADES POR ACCIONES-----	96
5.3 PRESENTACIÓN EN LA IGJ ² -----	97
5.4 INSCRIPCIÓN DE SOCIEDADES EN AFIP – RG 2337/07- RG 10/973 -----	100
5.5 INSCRIPCIÓN EN RENTAS DE CÓRDOBA – INGRESOS BRUTOS ⁴ -----	101
5.5.1 LEY 7232 PROMOCIÓN TURISMO -----	103
5.6 MUNICIPALIDAD DE CÓRDOBA- DEPARTAMENTO DE COMERCIO E INDUSTRIA -----	104
CONCLUSIÓN -----	111
BIBLIOGRAFÍA -----	113
ANEXOS:	
ANEXO I. FORMULARIOS DE INSCRIPCIÓN EN AFIP -----	115
ANEXO II. FORMULARIOS DE INSCRIPCIÓN EN RENTAS- CBA -----	118
ANEXO III. MODELO DE PUBLICACIÓN EN EL REGISTRO PÚBLICO DE COMERCIO -----	124
ANEXO IV. FORMULARIOS INSCRIPCIÓN COMERCIO E INDUSTRIA -----	127
ANEXO V. LEY Nº 7232-----	128

RESUMEN

En el presente Trabajo Final de Grado se analiza la conveniencia o no, de llevar a cabo un emprendimiento de carácter turístico que consiste en el montaje de un Hotel Corporativo de 3* en la ciudad de Córdoba. Se realizó un estudio de mercado, un estudio técnico, un estudio organizacional, un estudio legal, y un análisis económico y financiero para demostrar la rentabilidad del proyecto. También se desarrolló el análisis de los aspectos societarios, impositivos, previsionales y contables de la organización. Los resultados permitieron concluir que existen importantes oportunidades de crecimiento, gracias al auge turístico que experimentó la ciudad en los últimos diez años, y que el emprendimiento es viable, por lo tanto puede llevarse a cabo, ya que todas las factibilidades bajo estudio se encuentran alcanzadas por el mismo.

PALABRAS CLAVE

Check In y Check Out: Término utilizado en hotelería para definir el momento de registro y de salida de un huésped, respectivamente.

Estudios de factibilidad: Es un proceso de aproximaciones sucesivas, donde se define el problema por resolver. Para ello se parte de supuestos, pronósticos y estimaciones, por lo que el grado de preparación de la información y su confiabilidad depende de la profundidad con que se realicen tanto los estudios técnicos, como los económicos, financieros y de mercado, y otros que se requieran.

Estudio de Mercado: Es un método que ayuda a conocer los clientes actuales y los potenciales. De manera que al saber cuáles son los gustos y preferencias de los clientes, ubicación, clase social, educación y ocupación, entre otros aspectos, podrá ofrecer los productos o servicios que ellos desean a un precio adecuado.

Estudio Económico – Financiero: Permite determinar si conviene realizar un proyecto, o sea si es o no rentable y si siendo conveniente es oportuno ejecutarlo en ese momento o cabe postergar su inicio. Se realiza con criterios que comparan flujos de beneficios y costos

Estudio Técnico: Su objetivo consiste en analizar y proponer diferentes alternativas de proyecto, verificando la factibilidad técnica de cada una de ellas. A partir del mismo se determinarán los costos de inversión requeridos, y los costos de operación que intervienen en el flujo de caja que se realiza en el estudio económico-financiero. Este incluye: tamaño del proyecto, localización.

Hoteles de negocios, corporativos o de reuniones: Este tipo de hoteles se caracterizan por atender a personas que visitan un lugar con fines de trabajo o negocio. También han sido diseñados con el objetivo de poder realizar convenciones y reuniones, en consecuencia estarán dotados de los servicios complementarios pertinentes.

Sociedad Anónima (S.A.): es una forma de organización muy utilizada entre las grandes compañías. Todo el capital se encuentra dividido en acciones, las cuales representan la participación de cada socio en el capital de la compañía. Una sus características es que la responsabilidad de cada socio es proporcional al capital que

haya aportado. Por eso, participar en una S.A. tiene un nivel de seguridad financiero bastante alto.

Turismo de negocios: El turismo de negocios es aquel que se desarrolla con objeto o fin de llevar a cabo un negocio, un acuerdo comercial, asistir a reuniones, congresos, seminarios y convenciones. Se trata de un turismo fundamentalmente urbano y con necesidades de infraestructura muy concretas como la conexión a internet.

INTRODUCCIÓN

El Turismo de Reuniones o Turismo Corporativo abarca la organización de congresos, convenciones, ferias, rondas de negocios, lanzamientos de productos, exposiciones, seminarios, acciones de incentivos, recitales, actividades deportivas, artísticas y religiosas. Es el segmento turístico de mayor crecimiento en la última década (10 por ciento) y exhibe un gasto por visitante 3 o 4 veces más alto que el arrojado por otras actividades. Un estudio de Natalia Pekerman (Convention & Visitors Bureau, 2009) señala que, en la Argentina, durante 2008, se llevaron a cabo 1.124 eventos, un crecimiento del 14,6% respecto del año anterior, movilizando a más de 500.000 personas. La ciudad de Buenos Aires representó el 44,3%, seguida por Mar del Plata y Córdoba. Según las estadísticas de la Asociación Internacional de Congresos y Convenciones (ICCA), la Argentina ocupaba hace apenas cinco años el puesto 36 del ranking mundial para la organización de este tipo de eventos. Actualmente, los últimos registros del sector indican que escaló 18 posiciones. En función de ello es que se plantea como tema del presente Trabajo Final de Grado la Formulación y Evaluación de un Proyecto de Inversión que consiste en la construcción de un Hotel Corporativo de tres estrellas en la ciudad de Córdoba.

CAPITULO 1

MARCO TEORICO

1.1 FORMULACION Y EVALUACION DE PROYECTOS DE INVERSION

En la vida práctica administrativa no se pueden atender todos los problemas o debilidades al mismo tiempo, ni se puede atender sólo uno. La clave está en saber determinar cuáles son los más importantes y a partir de ello, tratar de utilizar las fortalezas, aprovechar las oportunidades, eliminar o disminuir las debilidades y evitar las amenazas. (Harold Koontz y Heinz Weihrich, 1999.)

Un proyecto de inversión se prepara a través de un proceso considerando un conjunto de elementos de tipo mercadológico, técnico, organizacional y financiero, en cada etapa se precisan los factores que inciden en la viabilidad económica del mismo, basado en investigaciones que reducirán los riesgos, apoyando a la toma de decisiones para llevar a cabo dicho proyecto. Por tanto, es importante conocer los diversos puntos de vista de varios autores sobre tales elementos que componen cada uno de los estudios que se realizaran para adecuarlos al diseño y elaboración del proyecto.

1.1.1 CONCEPTOS GENERALES DE LOS PROYECTOS DE INVERSIÓN

Definición de proyecto de inversión

Andrés E. Miguel (2001) menciona que se entiende por proyecto toda la gama de actividades que van desde la intención o pensamiento de ejecutar algo hasta el término de su ejecución y su puesta en marcha normal.

El proyecto es el plan prospectivo de una unidad de acción capaz de materializar algún aspecto del desarrollo económico o social; es el enfoque de la unidad elemental en el proceso sistemático de racionalización de decisiones en materia de desarrollo económico y social. La palabra proyecto se usa también para designar el documento o monografía en que se plantean y analizan los problemas que implican movilizar factores para alcanzar objetivos determinados de acuerdo con una función de producción dada, justificando asimismo el empleo de estos factores frente a otras opciones potenciales de utilización (ILPES, Instituto Latinoamericano de Planificación Económica y Social, 1988).

Un proyecto de inversión es un documento guía para la toma de decisiones acerca de la creación de una futura empresa que muestra el diseño económico,

comercial, técnico, organizacional, financiero y social de la misma (Andrés E. Miguel, 2001).

Importancia de los proyectos de inversión

Soto, Espejel y Martínez (1981) afirman que la elaboración de un proyecto se hace con la finalidad de generar bienes o servicios que puedan satisfacer necesidades primarias, secundarias o adquiridas; en la formulación de proyectos industriales conviene tener en cuenta que la necesidad de cierto producto es susceptible de cambios por efecto e innovaciones tecnológicas o por variaciones en las costumbres.

Los autores definen que un proyecto puede tener origen en cualquiera de las siguientes situaciones:

1. La existencia de una demanda insatisfecha de un producto.
2. La posibilidad de elaborar un mejor producto a menor precio que los ya existentes.
3. La posibilidad de exportar un producto.
4. La necesidad de sustituir importaciones.
5. La conveniencia de utilizar más ampliamente los canales de distribución de una empresa.
6. La necesidad de incrementar el valor de una materia prima.
7. La conveniencia de extender la vida de un producto perecedero.
8. La necesidad de fomentar el desarrollo económico de una región.

Clasificación de los proyectos de inversión

Andrés E. Miguel (2001) determina una clasificación de los proyectos de inversión:

A. Producción de bienes

1. Primarios
2. Secundarios

B. Producción de servicios

1. Infraestructura esencial para el desarrollo de la sociedad (física)
2. Infraestructura social necesaria para el desarrollo de la población.
3. Para satisfacer necesidades privadas.

C. Aplicación de la investigación

1. De ciencias básicas
2. De las diversas ingenierías

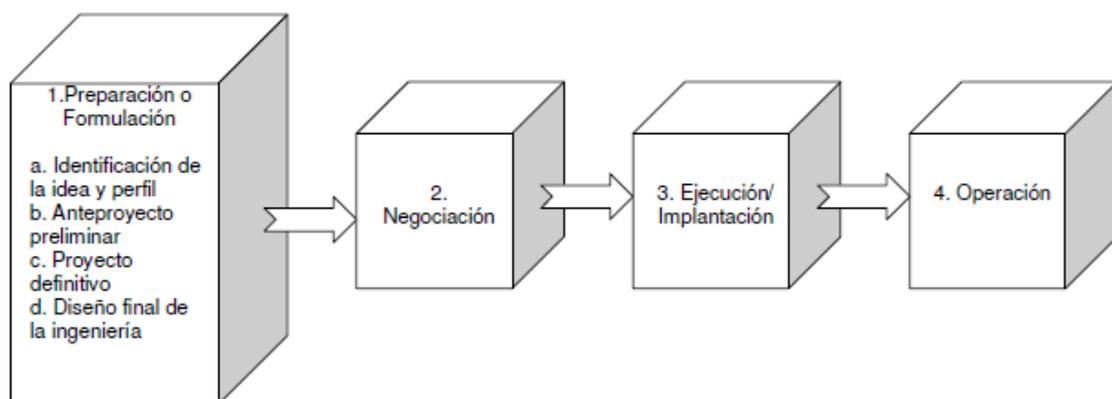
Fuente: Andrés E. Miguel (2001)

Ciclo de vida del proyecto de inversión

Los proyectos de inversión tienen las siguientes fases:

1. Preparación del proyecto.
2. Negociación.
3. Ejecución / Implantación.
4. Operación.

CICLO DE VIDA DE UN PROYECTO DE INVERSIÓN



Fuente: Andrés E. Miguel (2001)

Elementos del proyecto de inversión

Se consideraran para el presente proyecto de acuerdo Andrés E. Miguel (2001) los siguientes elementos de un proyecto:

Elementos básicos:	A veces se toman únicamente los siguientes elementos:
1. Antecedentes o entorno económico	1. Estudio de mercado
2. Estudio de mercado y comercialización	2. Estudio técnico
3. Aspecto técnico	3. Estudio financiero
4. Análisis y evaluación financiera	4. Evaluación económica y social
5. Organización	5. Plan de ejecución
6. Evaluación económica y social	

Fuente: Andrés E. Miguel (2001)

Etapas del proyecto de inversión

Las etapas por las cuales atraviesa un proyecto se indican a continuación:

1. Identificación de la idea. Decidir la realización de un análisis que asegure la existencia de una alternativa factible.

2. Realización del perfil de la idea. Formulación escrita que permite evaluar la factibilidad de la idea.

3. Anteproyecto preliminar o prefactibilidad. Definir la aceptación o rechazo del proyecto. En el primer caso, se toman medidas para su ejecución.

4. Anteproyecto definitivo o factibilidad. Definir la aceptación o rechazo del proyecto. En el primer caso, se toman medidas de ejecución.

5. Proyecto definitivo o diseño final de ingeniería.

Carácter de un proyecto de inversión

Privado: Cuando persigue como finalidad básica la obtención de un beneficio económico. Cuando se basa en una demanda capaz de pagar el bien o servicio del proyecto.

Social: Cuando persigue como finalidad básica generar empleos, aprovechar recursos contribuir en las metas nacionales de desarrollo. Cuando el precio del bien o servicio o parte del mismo, serán pagados por la comunidad a través de impuesto o subsidios.

1.1.2 ENFOQUE DE LOS DIVERSOS PROYECTOS DE INVERSIÓN

Proyectos de inversión de Juan José Miranda Miranda

Miranda (2007) establece que desde el punto de vista de la preinversión el proyecto corresponde a todos los estudios (de orden económico, técnico, social, ambiental, jurídico, institucional, financiero, etc.) que se adelantan para respaldar la decisión de asignar recursos hacia un objetivo determinado.

El término administración de proyectos, hace referencia a todas las actividades que se adelanta en la etapa de ejecución del proyecto, que por la magnitud de las inversiones,..., por la diversidad y complejidad de las acciones que se realizan y la secuencia de las mismas, determinan la generación permanente de conflictos entre los diferentes actores, lo cual advierte la necesidad de instaurar un modelo gerencial que dirija y coordine las diferentes actividades encaminadas a garantizar la entre oportuna del proyecto dentro de las especificaciones de alcance, costo y calidad, para lograrlo Miranda define los siguientes estudios a realizarse en un proyecto de inversión:

I. Población objetivo y análisis de mercado. El objeto del estudio del mercado es determinar la cantidad de bienes y/o servicios provenientes de la nueva unidad productora, que bajo determinadas condiciones de precio y cantidad, la comunidad estaría dispuesta a adquirir para satisfacer sus necesidades.

II. Estudio técnico. Supone la determinación del tamaño más conveniente, la localización final apropiada, la selección del modelo tecnológico y administrativo, consecuentes con el comportamiento del mercado y las restricciones de orden financiero. El andamiaje financiero del proyecto, correspondiente a la estimación de las inversiones, los costos e ingresos además de la identificación de las fuentes.

III. Organización. El diseño administrativo supone la construcción de estructuras, definición de funciones, asignación de responsabilidades, delimitación de autoridad, identificación de canales de comunicación, etc. Para atender esta tarea existen una variedad de modelos o formas de organización de reconocida validez, y que se pueden aplicar, dependiendo de la naturaleza del proyecto, a las diferentes fases del mismo, teniendo en cuenta desde luego, que la ejecución es una etapa de carácter temporal, en tanto que la operación es reiterativa y permanente.

IV. Aspectos institucionales y jurídicos. Toda organización social posee un andamiaje jurídico e institucional que regula los derechos y los deberes, en las relaciones establecidas entre sus diferentes miembros. Este contexto parte desde la Constitución, la ley, los decretos, las ordenanzas, los acuerdos hasta los reglamentos y las resoluciones, se expresan en forma prohibitiva o permisiva. De ahí la necesidad de que los analistas al comenzar los procesos de formulación de los estudios de preinversión, deban identificar con cierto rigor el ámbito legal e institucional sobre el cual operará el proyecto en sus diferentes fases.

V. Aspectos financieros. Los elementos que participan en la estructuración financiera del proyecto son: las inversiones necesarias para ponerlo en funcionamiento, los costos que concurren en la elaboración, administración, venta y financiación de cada uno de los productos o servicios, el ingreso derivado de las ventas de los mismos; toda esta información proyectada a cada uno de los períodos que comprometen el horizonte del proyecto.

Como resultado de la identificación y los estudios previos (mercado, técnico, jurídico e institucional), Juan J. Miranda propone un “modelo financiero”, que partiendo de un formato de entrada de datos básicos y específicos de cada proyecto, conduce a consolidar “flujos de caja” que permiten analizar la conveniencia o inconveniencia de una propuesta, ya sea desde el punto de vista privado o desde la órbita económica o social.

Proyectos de inversión Instituto Latinoamericano de Planificación Económica y Social (ILPES)

En su significado básico, el proyecto es el plan prospectivo de una unidad de acción capaz de materializar algún aspecto del desarrollo económico o social. El proyecto supone también la indicación de los medios necesarios para su realización y la adecuación de esos medios a los resultados que se persiguen. El análisis de estas cuestiones se hace en los proyectos no sólo del punto de vista económico sino también técnico y financiero, administrativo e institucional (ILPES, 1988).

La palabra proyecto se usa también para designar el documento o monografía en que se plantean y analizan los problemas que implica movilizar factores para alcanzar objetivos determinados de acuerdo con una función de producción dada, justificando asimismo el empleo de estos factores frente a otras opciones potenciales de utilización. A fin de evitar las posibles confusiones resultantes de este doble significado, se utilizará siempre que sea necesario la expresión documento del proyecto para referirse a la

monografía en que la idea del proyecto se plantea, desarrolla y analiza hasta llegar a algún tipo de justificación o evaluación. Se reserva el término proyecto, en su sentido más amplio, para significar una idea original de producción que se justifique en un marco técnico, administrativo, económico, financiero e institucional.

Clasificación de los proyectos

Una clasificación de los proyectos desde un punto de vista económico, la clasificación más corriente de los proyectos de producción de bienes y de prestación de servicios corresponde a la división de la economía en sectores de producción. Este enfoque sectorial permite clasificar los proyectos en agropecuarios, industriales, de infraestructura social, de infraestructura económica y de servicios.

Los principales aspectos bajo los cuales se estudia un proyecto se refieren a los problemas técnicos, económicos, financieros, administrativos e institucionales, que pueden plantearse con distinto acento en cada estudio parcial que lo compone.

Estos estudios parciales corresponden a análisis presentados separadamente aunque realizados en constante coordinación y con reciprocidad de información, que son: estudios de mercado, técnico y financiero, evaluación y plan de ejecución.

1.1.3 COMPARACION ENTRE LOS TRES ENFOQUES

Ya descrito los conceptos generales sobre los modelos de Andrés E. Miguel, Juan J. Miranda Miranda y el ILPES, se observa en la tabla un comparativo de las propuestas que fundamentan los diversos estudios de un proyecto de inversión.

El análisis incluye una serie de actividades que van desde la búsqueda de nuevas y mejores alternativas de inversión hasta estudios de logística y mercadotecnia.

El desarrollo económico y tecnológico que ha tenido el campo de las finanzas, conlleva a que las personas tengan mayor precaución sobre el uso de sus recursos, por tanto se realicen ciertos estudios. La profundidad y detalle con que se realicen cada uno de ellos dependerá del grado de avance del proyecto. Uno de los estudios que los autores mencionan como base para iniciar un proyecto es el estudio de mercado, los resultados de este permiten fijar con cierto grado de aproximación la capacidad máxima que puede tener el negocio, las necesidades futuras de ampliación constituyendo un factor que frecuentemente influye de manera importante en la localización de las instalaciones correspondientes. El estudio técnico apoya la toma de decisiones sobre la selección de procesos para la elaboración de productos, el tamaño de la planta,

estimaciones preliminares sobre la inversión, costos de producción, así como la logística, la micro y macrolocalización. El siguiente estudio a tomar en cuenta para el desarrollo del proyecto es el organizacional, que distingue dos aspectos importantes: la selección y adopción de la forma jurídica y la organización administrativa de la empresa para que funcione satisfactoriamente.

ANÁLISIS DE DIVERSOS ENFOQUES SOBRE PROYECTOS DE INVERSIÓN

	Andrés E. Miguel	Juan José Miranda Miranda	Instituto Latinoamericano de Planificación Económica y Social (ILPES)																														
Proyecto de inversión	Es un plan con el que se busca producir un satisfactor, ya sea un bien o un servicio, con el fin de satisfacer una necesidad humana.	Establece que desde el punto de vista de la reinversión el proyecto corresponde a todos los estudios (de orden económico, técnico, social, ambiental, jurídico, institucional, financiero, etc.) que se adelantan para respaldar la decisión de asignar recursos hacia un objetivo determinado.	Se reserva el término proyecto, en su sentido más amplio, para significar una idea original de producción que se justifique en un marco técnico, administrativo, económico, financiero e institucional.																														
Clasificación de los proyectos	<table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td style="width: 30%;">A. Producción de bienes</td> <td>1. Primarios 2. Secundarios</td> </tr> <tr> <td>B. Producción de servicios</td> <td>1. Infraestructura esencial para el desarrollo de la sociedad (física) 2. Infraestructura social necesaria para el desarrollo de la población. 3. Para satisfacer necesidades privadas.</td> </tr> <tr> <td>C. Aplicación de la investigación</td> <td>1. De ciencias básicas 2. De las diversas ingenierías</td> </tr> </table>	A. Producción de bienes	1. Primarios 2. Secundarios	B. Producción de servicios	1. Infraestructura esencial para el desarrollo de la sociedad (física) 2. Infraestructura social necesaria para el desarrollo de la población. 3. Para satisfacer necesidades privadas.	C. Aplicación de la investigación	1. De ciencias básicas 2. De las diversas ingenierías	<table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td style="width: 30%;"></td> <td>1. Por su magnitud 2. Por ser únicos e irrepetibles (unicidad). 3. Por el tipo de sistema.</td> </tr> </table>		1. Por su magnitud 2. Por ser únicos e irrepetibles (unicidad). 3. Por el tipo de sistema.	Este enfoque sectorial permite clasificar los proyectos en agropecuarios, industriales, de infraestructura social, de infraestructura económica y de servicios.																						
A. Producción de bienes	1. Primarios 2. Secundarios																																
B. Producción de servicios	1. Infraestructura esencial para el desarrollo de la sociedad (física) 2. Infraestructura social necesaria para el desarrollo de la población. 3. Para satisfacer necesidades privadas.																																
C. Aplicación de la investigación	1. De ciencias básicas 2. De las diversas ingenierías																																
	1. Por su magnitud 2. Por ser únicos e irrepetibles (unicidad). 3. Por el tipo de sistema.																																
Elementos del proyecto	<table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td style="width: 30%;">1. Estudio de mercado</td> <td></td> </tr> <tr> <td>2. Estudio técnico</td> <td></td> </tr> <tr> <td>3. Estudio financiero</td> <td></td> </tr> <tr> <td>4. Evaluación económica y social</td> <td></td> </tr> <tr> <td>5. Plan de ejecución</td> <td></td> </tr> </table>	1. Estudio de mercado		2. Estudio técnico		3. Estudio financiero		4. Evaluación económica y social		5. Plan de ejecución		<table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td style="width: 30%;">1. Población objetivo y análisis de mercado.</td> <td></td> </tr> <tr> <td>2. Estudio técnico</td> <td></td> </tr> <tr> <td>3. Organización</td> <td></td> </tr> <tr> <td>4. Aspectos institucionales y jurídicos.</td> <td></td> </tr> <tr> <td>5. Aspectos financieros.</td> <td></td> </tr> </table>	1. Población objetivo y análisis de mercado.		2. Estudio técnico		3. Organización		4. Aspectos institucionales y jurídicos.		5. Aspectos financieros.		<table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td style="width: 30%;">1. Estudios de mercado</td> <td></td> </tr> <tr> <td>2. Estudio técnico</td> <td></td> </tr> <tr> <td>3. Estudio financiero</td> <td></td> </tr> <tr> <td>4. Evaluación</td> <td></td> </tr> <tr> <td>5. Plan de ejecución.</td> <td></td> </tr> </table>	1. Estudios de mercado		2. Estudio técnico		3. Estudio financiero		4. Evaluación		5. Plan de ejecución.	
1. Estudio de mercado																																	
2. Estudio técnico																																	
3. Estudio financiero																																	
4. Evaluación económica y social																																	
5. Plan de ejecución																																	
1. Población objetivo y análisis de mercado.																																	
2. Estudio técnico																																	
3. Organización																																	
4. Aspectos institucionales y jurídicos.																																	
5. Aspectos financieros.																																	
1. Estudios de mercado																																	
2. Estudio técnico																																	
3. Estudio financiero																																	
4. Evaluación																																	
5. Plan de ejecución.																																	

El último estudio a realizar para el proyecto con el que concuerdan todos los autores es el financiero, estas cuestiones están muy relacionadas con las de la organización de la empresa que habrá de apoyar su materialización. La forma de aportación del capital y su evaluación para poder estructurar la empresa. De esta forma el proyecto de inversión se desarrolla considerando 4 estudios: el de mercado, técnico, organizacional y financiero.

1.1.4 ESTUDIOS DEL PROYECTO DE INVERSIÓN

1.1.4.1 Estudio de mercado

Valbuena (2006) es la parte del proyecto o su estudio parcial cuyo objetivo principal es demostrar que existen consumidores potenciales suficientes para el bien o servicio objeto del proyecto que lo hagan rentable, así como estimar la cantidad de estos que es posible vender, es decir, busca determinar la demanda potencial de un bien o

servicio en un área de mercado delimitado; en él se establece también el precio que los consumidores potenciales están dispuestos a pagar por el bien o servicio que se trate. Busca verificar la posibilidad real de penetración en un mercado específico del bien o servicio que se trate.

Importancia de la investigación de mercado

El estudio de mercado es un método que ayuda a conocer los clientes actuales y los potenciales. De manera que al saber cuáles son los gustos y preferencias de los clientes, ubicación, clase social, educación y ocupación, entre otros aspectos, podrá ofrecer los productos que ellos desean a un precio adecuado. Lo anterior lo llevando a aumentar las ventas y a mantener la satisfacción de los clientes para lograr su preferencia (Valbuena, 2006).

Para tener una noción clara de la cantidad de consumidores que habrán de adquirir el bien o servicio que se piensa vender, dentro de un espacio definido, durante un periodo de mediano plazo. Adicionalmente, va a indicar si las características y especificaciones del servicio o producto corresponden a las que desea comprar el cliente. Indicará qué tipo de clientes son los interesados, lo cual servirá para orientar la producción del negocio. Dará la información acerca del precio apropiado para colocar nuestro bien o servicio y competir en el mercado, o bien imponer un nuevo precio por alguna razón justificada.

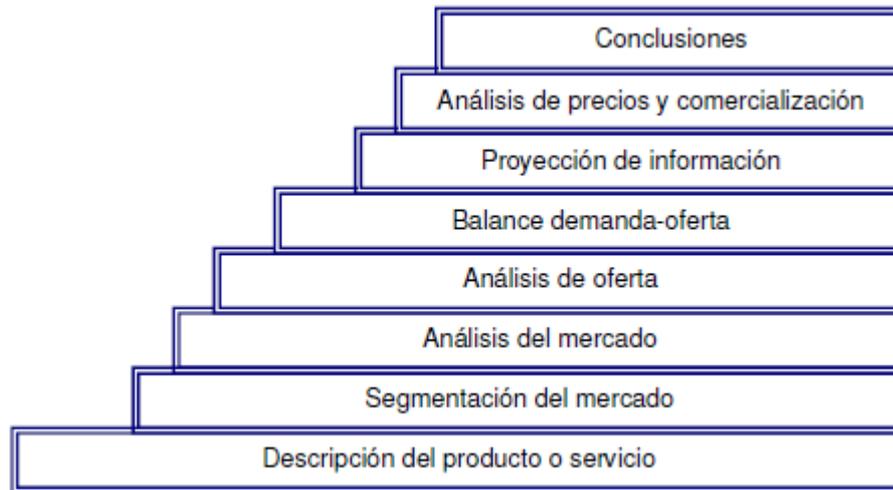
El estudio sirve de base para decidir si se lleva adelante o no la idea inicial de inversión; pero además, proporciona información indispensable para investigaciones posteriores del proyecto, como los estudios para determinar el tamaño, localización e integración económica.

Permite identificar elementos que deben tomarse en cuenta, no sólo en la evaluación del proyecto de inversión, sino también en la estrategia de construcción y operación de la unidad económica que se analiza. La correcta dimensión del mercado resulta fundamental para el proyecto; pero cuando el estudio arroja que no hay una demanda insatisfecha, ni posibilidades futuras, para que un proyecto la cubra, y no obstante la decisión de los interesados es invertir y competir, estos deberán estar conscientes de que su insistencia requerirá mayores esfuerzos comerciales y, por tanto, de que significará más costos y menores utilidades, a menos de que cuente con una adecuada estrategia competitiva, generalmente basada en la diferenciación de productos o servicios.

Etapas de un estudio de Mercado

Andrés E. Miguel (2001) establece las etapas de un estudio de mercado como sigue:

ETAPAS DEL ESTUDIO DE MERCADO



Fuente: Andrés E. Miguel (2001)

La segmentación de mercado, es el proceso que consiste en dividir el mercado total de un bien o servicio en varios grupos más pequeños e internamente homogéneos. La esencia de la segmentación es que los miembros de cada grupo sean semejantes con respecto a los factores que repercuten en la demanda. (Stanton, Etzel y Walker, 2000).

Asimismo, las variables de segmentación pueden ser de dos tipos: cualitativas o cuantitativas.

Las variables cualitativas atienden a criterios subjetivos, que, por tanto, con difíciles de cuantificar, como pueden ser:

- Posición o nivel social.
- Nivel de satisfacción.
- Grado de dependencia-independencia.
- Capacidad de decisión, etc.

Las variables cuantitativas se basan en cuantitativas se basan en criterios objetivos que, por tanto, son susceptibles de cuantificar por medio de estadísticas, revisión de reportes, etc., algunas de estas variables pueden ser:

- Edad.
- Sexo.
- Miembros de familia.
- Ingresos personales y familiares.
- Periodicidad, etc.

Las variables de segmentación pueden clasificarse en diferentes categorías según los aspectos del mercado a que hagan referencia, y pueden tener opciones tanto cualitativas como cuantitativas.

- Variables socio-demográficas:

_____ Edad, sexo, residencia, escolaridad, etc.

- Variables económicas:

_____ Ingreso, gasto, ocupación, etc.

- Variables de uso de los servicios:

_____ Frecuencia, épocas, horarios, acompañante, etc.

- Variables de personalidad:

_____ Decisión grupal o individual, uso, etc.

Las fuentes usuales de donde se obtienen las variables de segmentación pueden ser externas o internas, de acuerdo con el acceso que tenga el establecimiento a información.

- Fuentes internas:

Registros y estadísticas de ventas.

Estudios de mercados.

Registros históricos generales.

- Fuentes externas:

Censos y estadísticas oficiales.

Estudios de otras empresas.

Competidores

Análisis de la demanda

Se entiende por demanda la cantidad de bienes o servicios que el mercado requiere o reclama para lograr satisfacer una necesidad específica a un precio determinado.

El propósito principal del análisis de la demanda es determinar y medir cuáles son las fuerzas que afectan al mercado con respecto a un bien o servicio, así como establecer las posibilidades del servicio proyectado en la satisfacción de dicha demanda. Esta opera en función de una serie de factores, como el precio del bien o servicio en términos reales, el nivel de ingresos de la población, los precios de sustitutos o servicios complementarios, etc.

Para precisar una demanda se emplea la investigación estadística y la investigación de campo, y la determinación de la importancia de cada uno de los elementos antes señalados se realiza mediante el análisis de regresión.

Cuando existe información estadística, resulta más fácil conocer cuál es la cantidad y el comportamiento histórico de la demanda, y aquí la investigación de campo sirve para formarse un criterio en relación con los factores cualitativos de la demanda, esto es, para conocer más a fondo cuáles son las preferencias y exigencias del consumidor. Cuando no existen datos estadísticos, lo cual es común en muchos productos y servicios, la investigación de campo se impone como el único recurso para adquirir datos y cuantificar la demanda.

Análisis de la Oferta

Es indispensable conocer la cantidad de restaurantes o negocios prestadores del servicio y su tendencia a incrementarse o disminuir con objeto de analizar en detalle a las empresas competidoras que podrían afectar en el futuro y fortalecimiento del negocio.

1.1.4.2 Estudio técnico

El estudio técnico en la formulación de proyectos es llegar a diseñar la función de producción óptima, que mejor utilice los recursos disponibles para obtener el producto deseado, sea éste un bien o servicio (ILPES, 1988).

El estudio técnico del proyecto describe las características que tendrá la unidad económica para la producción del bien o servicio proyectado, tratando en cada uno de sus aspectos de seleccionar el que corresponda óptimamente a las características y condiciones propias del proyecto, esta parte es la que tiene que ver con todos los componentes especializados que se aplicarán en el proceso de producción, además de que su localización y tamaño que se determinarán en base a los resultados del estudio de mercado, con la finalidad de minimizar sus costos fijos y variables (Valbuena, 2006).

Andrés E. Miguel (2001) determina que las fases del estudio técnico son:

Proyecto nuevo

1. Tamaño

2. Localización

3. Ingeniería

1. El tamaño de planta es su capacidad instalada y se expresa en unidades de producción por año.

FACTORES DETERMINANTES DEL TAMAÑO

Mercado de consumo	Materias primas	Tecnología	Recursos financieros	Mano de obra	Economías de escala
Política económica			-Estímulos -Infraestructura -Impuestos		
Preservación ecológica			-No contaminación -Restricciones de localización -Preservación ecológica		

Fuente: Andrés E. Miguel (2002)

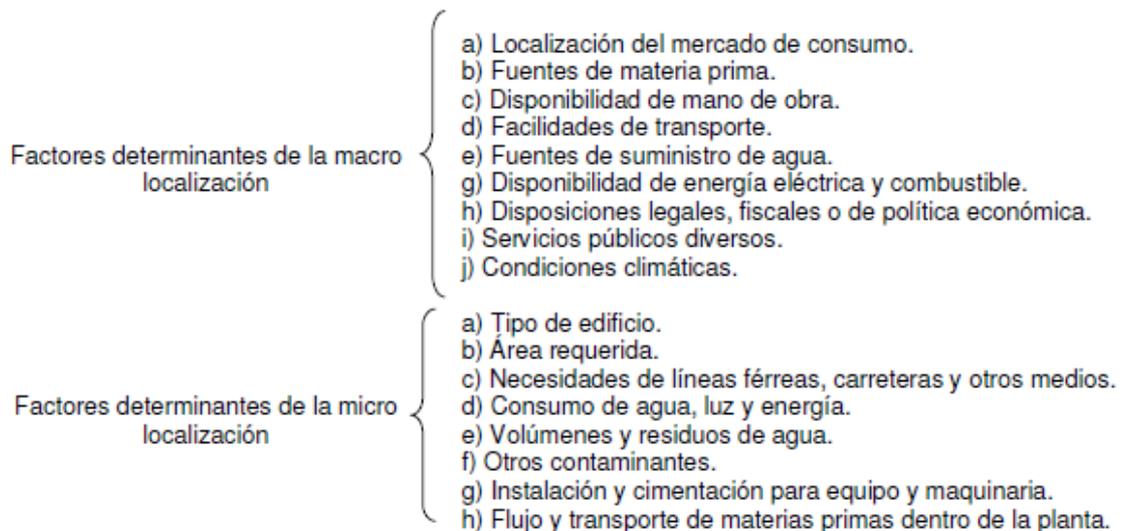
Formas de determinación del tamaño de planta:

a. Tomando en cuenta los ingresos mínimos previstos para que la empresa sobreviva en el mercado.

- b. Tomando como referencia la fórmula de la demanda probable
- c. Tomando como referencia las características de los tipos de empresas.
- d. Selección del tamaño de planta en base a un porcentaje de demanda.

2. Localización de la planta. Andrés E. Miguel (2002) determina que para la localización final de la planta se deben considerar los siguientes factores:

FACTORES A TENER EN CUENTA PARA LA LOCALIZACION



Fuente: Andrés E. Miguel (2002)

Para la microlocalización también es necesario tomar en cuenta:

a) El sistema de comercialización con que la empresa operará, pues un sistema de comercialización directo (productor-consumidor) exigirá lugares accesibles, con suficientes comunicaciones y transportes, seguros. Si los sistemas de comercialización son indirectos, a la empresa fundamentalmente le interesará localizarse en lugares que le aseguren ahorros de transportes.

b) El tipo de producto o servicio influirá también en la localización, pues si el producto o servicio posee un “bajo umbral de demanda”, como los productos básicos, entonces el mercado será territorial, y la micro localización debe asegurar un territorio adecuado para la distribución del producto o la cobertura del servicio.

Si el producto o servicio es de “alto umbral”, como es el caso de la educación o los servicios médicos, entonces la localización básicamente debe asegurar la accesibilidad de los consumidores, sin importar la distancia.

3. Ingeniería del proyecto. Esta incluye:

- a. Evaluación técnica de las materias primas.
- b. Obtención de información técnica sobre productos, procesos y patentes.
- c. Selección del proceso productivo.
- d. Confirmación o adaptación técnica del proceso.
- e. Elaboración de diagramas de flujo

De acuerdo Andrés A. Miguel (2001) el estudio técnico debe incluir un estudio de impacto ambiental.

Valvuená (2006) determina una guía para la elaboración de un estudio técnico, considerando los aspectos mínimos que se deben de contemplar en la realización de un estudio de este tipo, como siguen:

1. Estudio de ingeniería:

- a) Descripción del proceso.
- b) Análisis de las diferentes alternativas.
- c) Estudio de la tecnología elegida.

2. Tamaño del proyecto:

- a) Capacidad productiva y producción requerida.
- b) Capacidad productiva de la tecnología elegida.
- c) Capacidad a instalar.

3. Distribución:

- a) Requerimientos de espacio de la maquinaria y equipo.
- b) Distribución en el espacio de la maquinaria y equipo.
- c) Análisis de tiempos de recorrido cuando influyan en el proceso productivo.

4: Organización:

- a) Requerimientos de personal.

b) Distribución por departamentos y funciones.

c) Jerarquización de los puestos.

5. Localización:

a) Macro localización.

b) Micro localización.

c) Determinación de los factores que las influyen.

d) Ubicación específica.

6. Aspectos legales:

a) Constitución de la empresa.

b) Normatividad referente al proyecto específico y restricciones.

c) Impacto ambiental.

7. Análisis de costos:

a) Inversión.

b) Costos operativos (fijos y variables).

1.1.4.3 Estudio de la organización

El estudio organizacional es el que nos proporciona información sobre la forma de organizar el proyecto (Andrés E. Miguel, 2001).

Algunos factores que pueden ser determinantes para el éxito o fracaso de la empresa son los siguientes: características motivacionales de la organización; forma jurídica de la empresa y la organización técnica y administrativa, estos aspectos son los que se incluyen en el estudio. En el primer caso se trata de fundamentar la visión, misión y logotipo de la sociedad. En el segundo de seleccionar la forma jurídica más adecuada. En el tercero se definen el organigrama, el perfil de los puestos así como los lineamientos en general de la organización de la nueva empresa. Los puntos a incluirse en el estudio son (Andrés E. Miguel, 2001):

- La selección de la forma jurídica de la sociedad.

- Organización técnica y administrativa.

- Modalidad de la organización.
- Organigrama de la empresa.
- Funciones básicas de la estructura organizacional.
- Plantilla de personal.

Miranda y Miranda (2007) en una lista de comprobación diseñada por él autor sobre la presentación de proyectos de inversión en su parte de organización debe contener:

1. Modelo administrativo para la ejecución.

I. Entidades o personas ejecutoras.

II. Tipos de vinculación (contratos).

III. Seguimiento y monitoreo de la ejecución.

2. Modelo administrativo para la operación.

I. Definición de la naturaleza jurídica.

II. Diseño administrativo teniendo en cuenta las funciones (producción, financiera, recursos humanos, procedimientos administrativos, mercadeo, investigación y desarrollo).

III. Establecimiento de un sistema de control.

IV. Organigrama.

1.1.4.4 Estudio financiero

El análisis financiero del proyecto comprende la inversión, la proyección de los ingresos y de los gastos y formas de financiamiento que se prevén para todo el período de su ejecución y de su operación. El estudio deberá demostrar que el proyecto puede realizarse con los recursos financieros disponibles. Asimismo, se deberá evaluar la decisión de comprometer esos recursos financieros en el proyecto en comparación con otras posibilidades conocidas de colocación. En el proceso de evaluación de un proyecto determinado, que permite juzgar la viabilidad y su prioridad entre otras posibilidades de inversión (ILPES, 1988).

El análisis financiero y contable del proyectos de inversión, deben tener como base la aplicación de: conceptos contables; técnicas financieras, particularmente las relacionadas con la estimación y valoración del dinero en el tiempo y el costo de oportunidad de las decisiones económicas del proyecto (Andrés E. Miguel, 2001). Como instrumentos de análisis financiero se utilizan los indicadores siguientes:

a) Conceptos básicos contables involucrados en el proyecto de inversión.

I. Balance General.

II. Estado de resultados.

b) Conceptos y técnicas básicas de temas de análisis financiero a la evaluación del proyecto de inversión.

I. Cálculo del interés simple.

II. Cálculo del interés compuesto.

III. Valor presente.

c) Aspectos conceptuales básicos de la evaluación financiera de los proyectos de inversión.

I. Valor presente neto (VPN).

II. Tasa interna de retorno o rendimiento (TIR).

III. Período de recuperación de la inversión (PRI).

IV. Tasa de rendimiento (TR).

V. Análisis del punto de equilibrio (PE).

VI. Análisis beneficio-costo (BC).

d) Elaboración de presupuestos.

I. Presupuesto de inversión.

II. Presupuesto de ventas o ingresos.

III. Presupuesto de costo de producción.

IV. Presupuesto de costos de administración.

V. Presupuesto de ventas (comercialización).

VI. Presupuesto de costos financieros.

Cualquiera que sea la naturaleza y el giro del proyecto es necesario conocer la parte teórica los autores presentados, facilitando la manipulación de cada una de las variables de estudios, conociendo cuales son los problemas a los que se enfrenta un emprendedor y el proceso que se va a seguir. Implementando las adecuaciones necesarias y en la espera de que se desarrolle una metodología propia aplicable al tipo de empresa a instalar. Una vez definido cada uno de los elementos, el estudio de mercado es el primero a diseñar según sugerencia de los autores estudio de mercado, dando elementos para apoyar los posteriores estudios.

1.2 ANALISIS DE LOS DISTINTOS TIPOS DE SOCIEDADES COMERCIALES

1.2.1 INTRODUCCION

El objeto de este apartado es definir los conceptos y la naturaleza jurídica de las Sociedades Comerciales requeridas, así como también explicar los requisitos, para su constitución y funcionamiento, su tipicidad, libros requeridos y todos los demás actos que hacen al desarrollo de las actividades comerciales dentro de las mismas.

1.2.2 SOCIEDADES COMERCIALES

1.2.2.1 Concepto

Según Ley 19.550 habrá sociedad cuando dos o más personas en forma organizada, conforme a uno de los tipos previstos en la misma se obliguen a realizar aportes para aplicarlos a la producción o intercambio de bienes o servicios, participando de los beneficios y soportando las pérdidas.

1.2.2.2 Constitución

La constitución de la sociedad se manifiesta mediante un contrato, firmado por los socios, en el que manifiestan su acuerdo y reglamentan sus derechos y obligaciones para con la sociedad

El instrumento del contrato es privado cuando se realiza personalmente entre los socios, sin intervención de ningún funcionario público. Cuando hay intervención de un escribano público y el contrato se protocoliza, el instrumento es público.

De todas maneras la sociedad solo se considera regularmente constituida al ser inscripta en el Registro Público de Comercio, dentro de los 15 días de su otorgamiento. Si hubiera sido realizado por instrumento privado, la inscripción se hará previa ratificación ante un juez, a menos que las firmas estén certificadas ante escribano público.

1.2.2.3 Requisitos del contrato

El contrato debe contener: nombre, edad, estado civil, nacionalidad, profesión, domicilio y D.N.I. de los socios; razón social o denominación y domicilio de la sociedad; designación del objeto que debe ser preciso y determinado; capital social expresado en moneda argentina y mencionando el aporte de cada socio; plazo de duración de la sociedad; organización de la administración, fiscalización y reuniones de los socios; reglas de distribución de utilidades y soporte de las pérdidas, en caso de omisión, se aplicara en proporción a los aportes.

1.2.2.4 Libros

Están compuestos por hojas encuadernadas y foliadas, deben ser inscriptos y rubricados en el Registro Público de Comercio, podrán ser reemplazados por medios mecánicos u electrónicos autorizados, menos el de Inventario y Balance.

-Diario: registro cronológico de los hechos económicos de la empresa, brinda información específica sobre los estados de las cuentas y las operaciones incluyendo fecha, cuentas involucradas, importes, comprobantes etc.

-Inventario y Balances: comprende el Balance General, el Estado de Resultados, el estado de Origen y Aplicación de Fondos y el Estado de Evolución del Patrimonio Neto.

-IVA Compras e IVA Ventas: si bien no son legalmente obligatorios, estos subsidiarios son de aplicación práctica usual. Registran las compras y las ventas discriminando el IVA correspondiente a cada operación.

-Sueldos y Jornales: es el registro de la asistencia y remuneraciones correspondientes a los empleados de la sociedad.

-Actas: es el registro de las decisiones tomadas por los socios en las reuniones, deberá ser firmado por los mismos.

-Actas de Directorio: es el registro de las decisiones tomadas por los miembros del Directorio de la sociedad, deberá ser firmado por los asistentes a la reunión.

-Actas de Asambleas: es el registro de las decisiones tomadas por los socios en reunión, de las sociedades anónimas, deberá ser firmado por el presidente y por los socios que se designen a tal efecto.

-Registro de Acciones: se especifican la clase, cantidad, valor, pertenencia, serie y demás datos de las acciones emitidas por la sociedad.

-Registro de Asistencia a Asambleas: se especifica el nombre, numero de documento, dirección y la asistencia de los socios de la sociedad anónima en las Asambleas.

1.2.3 TIPOS DE SOCIEDADES

1.2.3.1 Sociedad de Hecho

Es aquella que funciona como sociedad sin haberse instrumentado. Se le aplican las leyes correspondientes a las sociedades irregulares, la responsabilidad por los actos realizados en nombre de la sociedad recae en todos los socios de manera solidaria e ilimitada.

La administración recaerá sobre los socios de manera conjunta o separada. Debe regularizarse mediante la adopción de uno de los tipos previstos por la ley previo acuerdo por mayoría entre los socios. La razón social variara de acuerdo con el tipo de sociedad adoptado.

Los libros obligatorios son los comunes a todas las sociedades: Diario, Inventario y Balances, Sueldos y Jornales, IVA Compras e IVA Ventas.

1.2.3.2 Sociedad Colectiva

En esta sociedad, los socios contraen responsabilidad subsidiaria, ilimitada y solidaria por las obligaciones sociales. La razón social de formara con el nombre de alguno, algunos o todos los socios, si no figurasen todos se agregara "y Compañía" mas la denominación "Sociedad Colectiva" o "S.C."

La administración y supervisión estarán a cargo de quien se designe en el contrato o en su defecto de cualquiera de los socios indistintamente, salvo que se

especifique la actuación conjunta de los mismos, en cuyo caso no podrán actuar separadamente. El administrador podrá ser removido por mayoría de decisión sin necesidad de pruebas, salvo que se especifique lo contrario en el contrato social, en cuyo caso conservara el puesto hasta la sentencia correspondiente.

Para esta sociedad se entiende por mayoría, la mayoría de capital. El capital está compuesto por dinero o su equivalente en especies, valuado en moneda nacional.

Los libros obligatorios para esta sociedad son: Diario, Inventario y Balances, Actas, Sueldos y Jornales, IVA Compras e IVA Ventas.

1.2.3.3 Sociedad de Responsabilidad Limitada

Como el capital se divide en cuotas, la responsabilidad de los socios se limita al monto de las cuotas que suscriban. La denominación de la sociedad podrá incluir el nombre de uno o más socios, agregándose la indicación “Sociedad de Responsabilidad Limitada” o “S.R.L.”.

Las cuotas sociales tendrán igual valor, que puede ser de 10 pesos o su múltiplo. El capital podrá conformarse con dinero o especies, contando para el primero con un plazo de dos años para integrar el 75 % del mismo, el 25% restante y las especies deberán integrarse al momento de la constitución. Las cuotas son libremente transmisibles salvo disposición en contrario en el contrato.

La administración y representación corresponde a uno o más gerentes, socios o no, designados en el instrumento constitutivo o posteriormente, por tiempo determinado o indeterminado, en forma conjunta o indistinta, con atribuciones específicas o generales.

La fiscalización puede establecerse optativamente mediante la creación de un síndico o consejo de vigilancia, u obligatoriamente para las sociedades cuyo capital supere los 2.100.000 pesos. En ambos casos se aplicaran supletoriamente las reglas correspondientes a la sociedad anónima.

En cuanto a las Asambleas de socios, en el contrato se especificara su frecuencia y la forma de deliberar y tomar acuerdos. Los libros obligatorios son: Diario, Inventario y Balances, Actas, Sueldos y Jornales, IVA Compras e IVA Ventas.

1.2.3.4 Sociedad Anónima

El capital está representado por acciones y los socios limitan su responsabilidad a la integración de las acciones suscriptas. La denominación puede incluir el nombre de una o más personas de existencia visible más la expresión “Sociedad Anónima” o “S.A.”. La constitución debe realizarse por instrumento público y por acto único o por suscripción pública de acuerdo con las formalidades expresadas en la Ley 19.550.

El capital no podrá ser menor a 12.000 pesos y debe suscribirse totalmente al momento de la celebración del contrato. En los supuestos de mora, aumento, capitalización de reservas, limitaciones, resarcimientos y demás circunstancias relativas al mismo, se cumplirán con las formalidades expresadas en la Ley 19.550 al respecto. Las acciones serán de igual valor, expresado en moneda nacional. En el caso de que se coticen en bolsa, la Comisión Nacional de Valores ejercerá funciones de fiscalización sobre la sociedad en los ámbitos que sean de su competencia.

La Administración de la sociedad recaerá sobre el Directorio, este es nombrado por los socios en asamblea ordinaria, quienes también decidirán sobre los asuntos relativos a la designación y remoción de síndicos y miembros del consejo de vigilancia así como también sus responsabilidades y remuneraciones, modificaciones del capital, balance general, estado de resultados, distribución de ganancias y pérdidas, memorias, informes del síndico y todas las cuestiones que no recaigan en otros órganos.

El Síndico o Consejo de Vigilancia tendrá a su cargo la fiscalización de la sociedad. Los libros obligatorios para la sociedad son: : Diario, Inventario y Balances, Sueldos y Jornales, IVA Compras e IVA Ventas, Actas de Asambleas, Actas de Directorio, Registro de Asistencia a Asambleas, Registro de Acciones.

Independientemente de lo legislado, hay libros que son de uso tradicional en la contabilidad y otros que han sido reemplazados por medios electrónicos, la aplicación de la tecnología hace más fácil la contabilidad, especialmente en las sociedades cuyo volumen de operaciones dificultaría el registro periódico de las operaciones, pero debido a la vulnerabilidad de los sistemas, se rescata la utilidad de los libros como medio de prueba y control de los hechos económicos.

DIAGNOSTICO

2.1 EL SECTOR TURISMO

2.1.1 TURISMO INTERNACIONAL

El turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y por otros motivos turísticos.

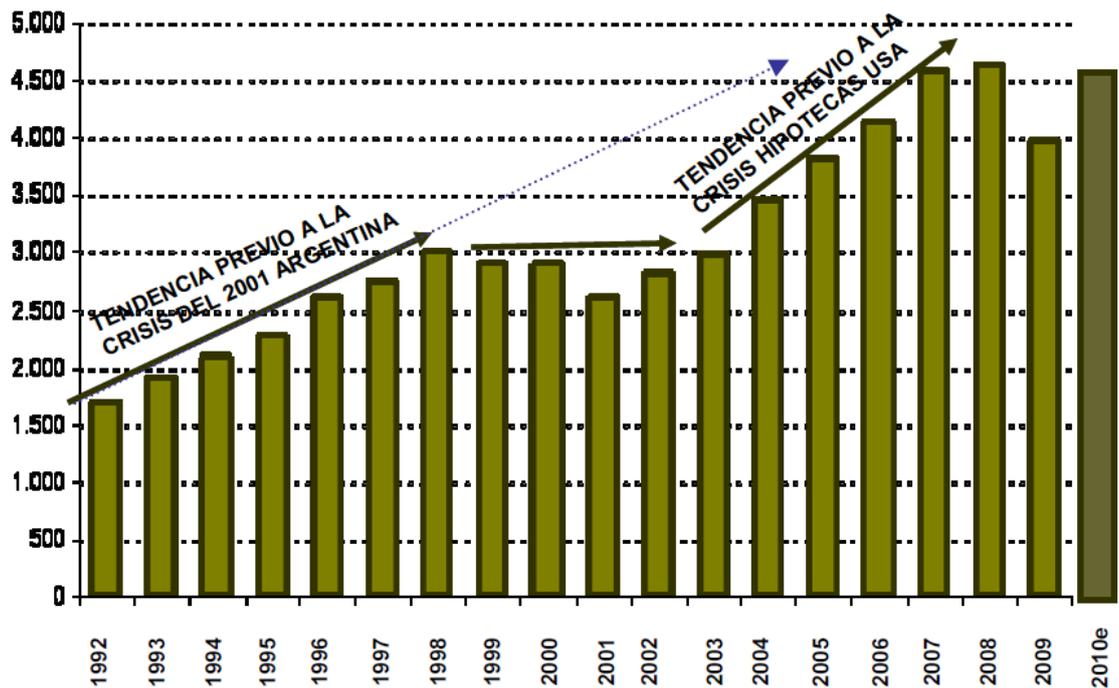
En las últimas décadas, el turismo ha venido fortaleciéndose como un dinámico sector de gran importancia para la mayoría de los países. La actividad turística genera actualmente el 10% del Producto Bruto Mundial, y cerca del 8,3% del total de puestos de trabajo.

La contribución¹ del sector “Viajes y Turismo” al Producto Interno Bruto (PIB) es del 8,8% (\$81.5 bn / US\$25.4 bn), generando el 10,5% de los puestos de trabajo de Argentina. Considerando el tamaño del mercado turístico, Argentina ocupa el puesto número 38 a nivel mundial.

El turismo se consolidó como una de los principales sectores exportadores de Argentina, ingresando casi el doble de divisas que las provenientes por la venta de carnes, un valor similar al de la industria automotriz, y más del doble del total de las transacciones comerciales del complejo siderúrgico hacia otros países.

El análisis de la información estadística de los últimos años muestra que el número de turistas que arriban a Argentina se ha triplicado prácticamente, desde 1,7 millones registrados en el año 1992.

Arribo de Turistas Internacionales



Fuente: AMD en base a WTTC y OMT

El turismo internacional en Argentina siempre ha tenido fuerte relevancia. Así, aún con el tipo de cambio “caro” de finales de la década del 90, ingresaban al país cerca de 3 millones de turistas.

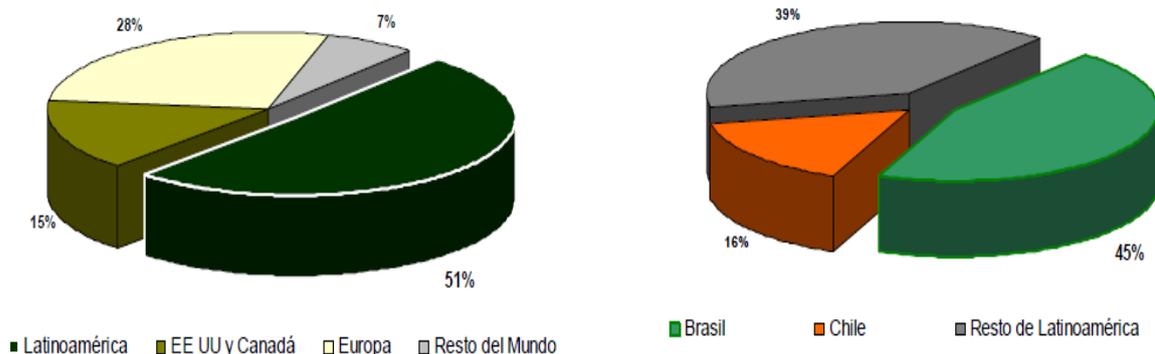
Posteriormente, con la crisis del 2001 se produjo una leve caída en el flujo de turistas, situación que fue revertida en el año 2003.

Luego, en el período de tipo 2004-08 el turismo internacional continuó su fase de crecimiento, superando en el año 2008 los 4,5 millones de visitantes. Esta cuantía, si bien implica un crecimiento del 50%, se ubica muy por debajo de los valores que se habrían alcanzado proyectando la “línea tendencia” previa a la crisis del 2001.

Durante el año 2009 se produce una leve caída, generada principalmente por la crisis de las hipotecas en USA, situación que se prevé será casi completamente revertida durante el año 2010 de acuerdo al crecimiento observado en el primer semestre.

Las perspectivas de crecimiento futuro son muy buenas, alentadas por la recuperación económica internacional y por el potencial de desarrollo que implican Brasil y Chile en la región.

Turistas Internacionales por país de origen



Fuente: AMD en base a WTTC y OMT

2.1.2 TURISMO DOMÉSTICO

El turismo doméstico generó durante el año 2009 un movimiento de 32 millones de personas, cifra un 5% por debajo de lo observado en el año 2008. No obstante, se ubicó un 18% comparado con el año 2008 y un 64% por encima del promedio durante la convertibilidad.

También se observa un cambio en el destino elegido, de Brasil y el Caribe a destinos locales, especialmente La Costa, Las Sierras y el Interior de Buenos Aires.

Si bien se observa un continuo crecimiento del mercado, el mismo esa tasa decreciente, principalmente por la pérdida de competitividad debido al aumento observado en los precios frente a destinos internacionales.

Período	2004	2005	2006	2007	2008	2009*	Var. 09/08
Total temporada	19,27	20,76	22,02	23,46	24,38	23,1	-5,4%
Total diciembre	3,11	3,47	3,69	4,00	4,23	4,2	-0,8%
Total enero	7,64	8,07	8,51	9,16	9,05	8,7	-3,6%
Total febrero	6,12	6,30	6,82	7,17	7,68	7,3	-4,7%
Total marzo	2,40	2,92	2,99	3,13	3,42	2,8	-17,4%
Total Anual	27,1	28,8	30,7	32,6	33,9	32,1	-5,4%
Indice 2004=100	100,0	106,3	113,3	120,3	125,1	118,3	
Variación Anual		7,8%	6,0%	6,5%	3,9%	-5,4%	

Fuente: AHT en base a Secretaría de Turismo de la Nación

Si bien no existe información oficial del año 2010, de acuerdo a información de la Asociación de Hoteles de Turismo (AHT) e Indec, en conjunto, la temporada estival 2009-2010 se ha desarrollado con crecimientos promedios del 4%.

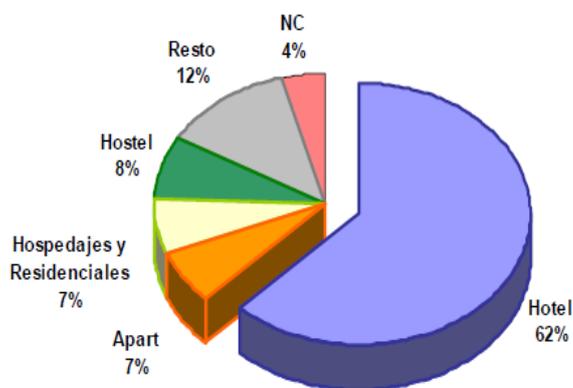
2.2 EL MERCADO HOTELERO DE CÓRDOBA

2.2.1 LA OFERTA HOTELERA EN LA CIUDAD

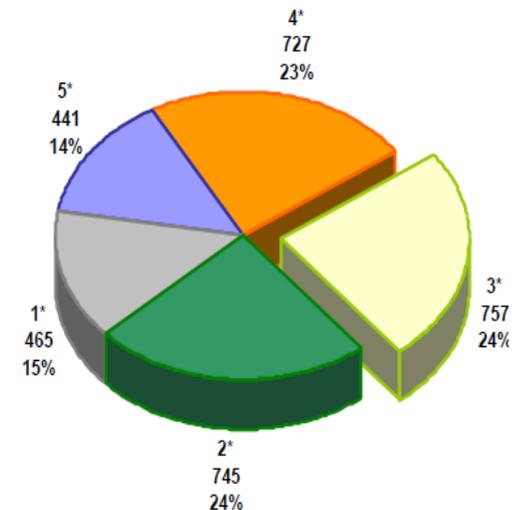
La ciudad de Córdoba dispone aproximadamente de una capacidad de 11mil plazas, el 62% de las cuales son en formato "Hotel".

Mapa de la Oferta en la ciudad de Córdoba

Capacidad de Alojamiento (Plazas)



Cantidad de Habitaciones en formato Hotel



Fuente: Secretaría de Turismo de la Nación y AHT

Los establecimientos hoteleros agrupan un total de 3.135 habitaciones, de las cuales el 61% corresponden a los hoteles de 5*, 4* y 3*.

Considerando los hoteles realizados o remodelados en los últimos años y los proyectos en curso, se observa que el proceso de renovación se concentró en la categoría 4* y 5*.

La categoría 3* en el casco céntrico es la que presenta la mayor antigüedad, ya que las inversiones que se realizaron en esta categoría se concentraron en la zona Norte y la periferia de la ciudad.

Hoteles por categoría en Córdoba

Categoría	Establecimiento	Cantidad Habitaciones	Habitaciones p/ categoría	Establec. p/categoría
Hotel 5*	Sheraton Córdoba	188	441	3
	Holiday Inn	143		
	Interplaza	110		
Hotel 4*	Nh Panorama	138	727	8
	Howard Johnson Cañada	96		
	Amerian Park Hotel	112		
	Quorum	45		
	Hotel de la Cañada	113		
	Ducal Suites Hotel	82		
	Windsor (Tower)	81		
	Dr. César Carman (A.C.A)	60		
Hotel 3*	NH Urbano	72	757	14
	Orfeo Suites	79		
	Laplace	20		
	Salta Suites	26		
	Gran Hotel Dorá	119		
	Grand Astoria	88		
	Viña de Italia	56		
	Waldorf	55		
	Ritz	52		
	Felipe II	43		
	Del Fundador	42		
	El Virrey	41		
	Cristal	34		
	Heydi	30		

50% de la oferta nueva o renovada

14% de la oferta nueva o renovada

Fuente: AHT en base a relevamiento propio y Municipalidad de Córdoba

De los 5 establecimientos mencionados, sólo el Howard Johnson se encuentra ubicado en el centro de la ciudad. La zona norte es donde se han concentrado el mayor número de inauguraciones (Orfeo, Quorum y Laplace). Casi la totalidad de las reformas y nuevas inversiones se concentran en la categoría 4*:

- Categoría 5*: no se realizaron nuevas inversiones en los últimos años.

- Categoría 4*:

Nuevos Hoteles: Quorum (año 2008), Howard Johnson Cañada (año 2010)

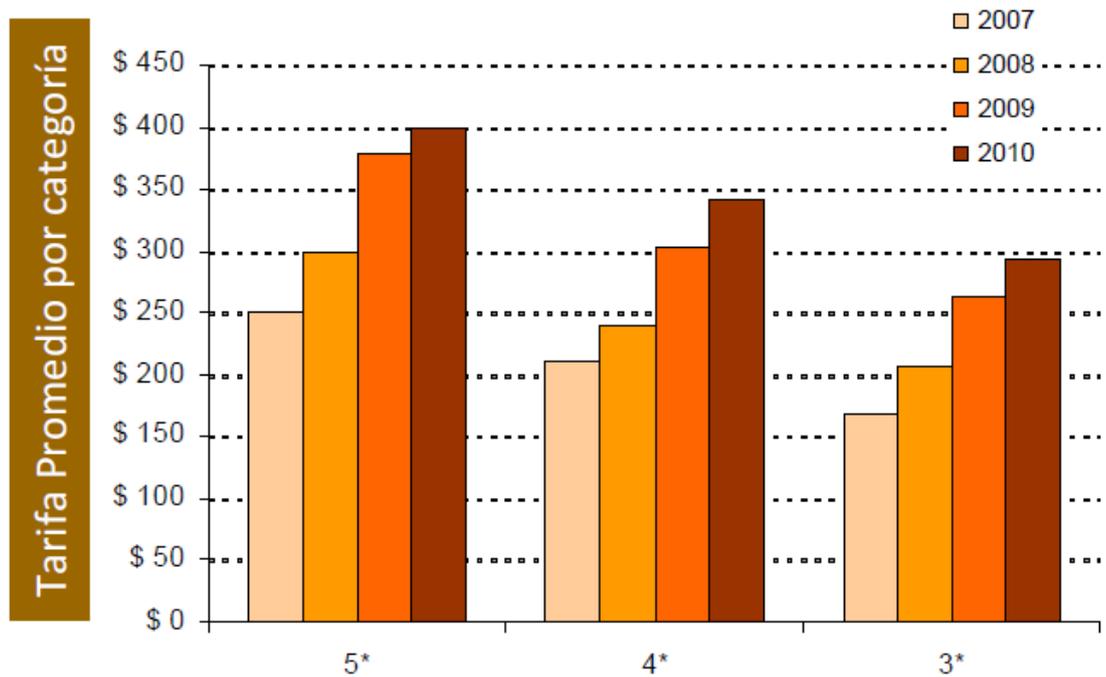
Renovaciones: Amerian, y Windsor.

- Categoría 3*: luego del hotel Orfeo (año 2007) no se registran inauguraciones de importancia en la categoría. Los hoteles inaugurados en los últimos años son de reducido número de habitaciones (Salta Suites 26 hab., Laplace 20 hab., Del Fundador 42 hab.).

2.2.2 TARIFAS

Las tarifas experimentaron fuertes incrementos en los últimos años, en especial las del formato 3*. En el segmento de 5* la oferta hotelera supera a la demanda, situación que lleva a que los establecimientos establezcan un “techo tarifario”.

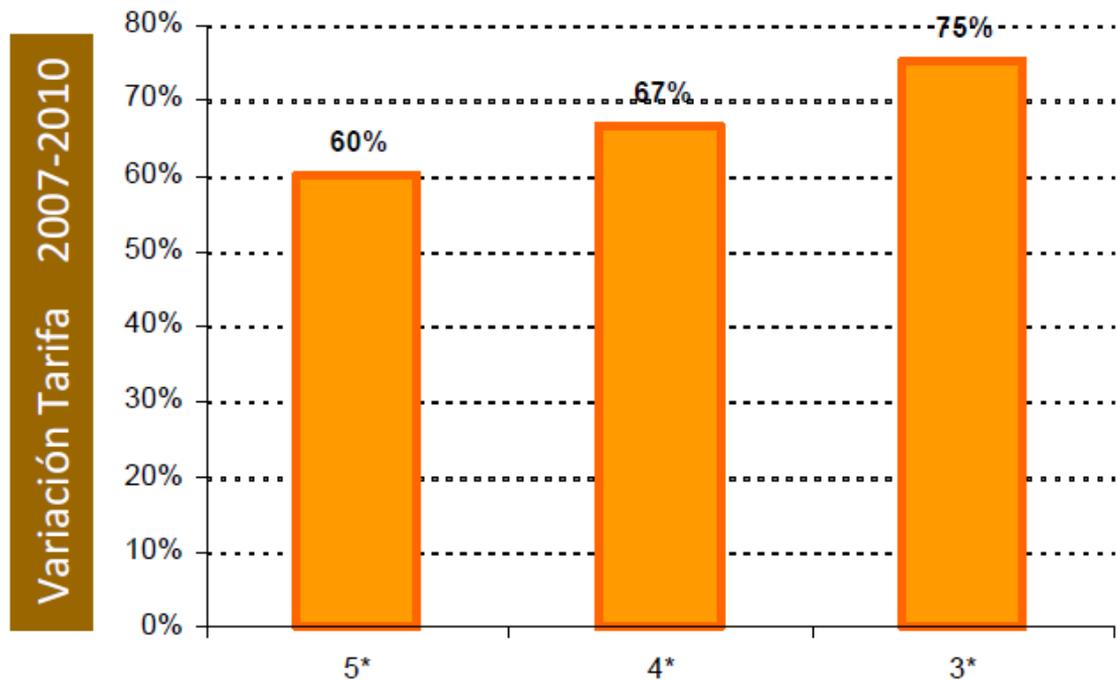
Tarifa Promedio por categoría



Fuente: AHT en base a relevamiento propio

Entre 2007 y 2010, las tarifas que más variaron fueron la de los 3*, que lo hicieron en un 75%, frente al 67% de los 4* y el 60% del 5*, de esta manera se achicó la brecha entre la tarifa cobrada por los hoteles 3* respecto a los 4* y 5*.

Variación Tarifa 2007-2010



Fuente: AHT en base a relevamiento propio

2.2.3 OFERTA FUTURA

Adicionalmente a los establecimientos mencionados anteriormente, existen al menos 7 proyectos relevantes en diferentes niveles de avance.

Dicha expansión de la oferta se encuentra principalmente dirigida a los segmentos Premium (4* y 5*) que engloban la totalidad de las habitaciones futuras, destacándose el Radisson Capitalinas, que incrementará la oferta 5* en un 30%.

También merece especial atención el caso de los Condohoteles y Brand Residences, ya que se incorporarían en los próximos años unas 300 nuevas habitaciones que competirán en la categoría 4*.

No se conocen proyectos de categoría 3* en la zona Central.

Proyectos Hoteleros en obra o por iniciarse en la ciudad de Córdoba

Año	Hotel	Habitaciones	Categoría
2012	Megaron City	136	4*
2013	Megaron Casiopea	42	4*
2012	Megaron Live!	119	4*
2012	Solans	130	4*
2012	Ampliación Hotel Quorum	60	4*
2013	Hotel Av. Irigoyen	94	4*
2013	Capitalinas Suites	130	5*
Total		711 habitaciones	

Fuente: AHT en base a relevamiento propio

2.2.4 Demanda de Servicios Hoteleros

Cuantificación del Mercado

De acuerdo a la información oficial disponible, informes de cámaras sectoriales y a nuestras propias mediciones, estimamos que anualmente se alojan en los Hoteles de la ciudad de Córdoba aproximadamente 800 mil personas, generando un total de 1,5 millones de noches vendidas.

En base a nuestro relevamiento, estimamos que el porcentaje de ocupación en la ciudad de Córdoba durante el año 2010 se ubicó en el 56,7%

Ocupación anual por categoría

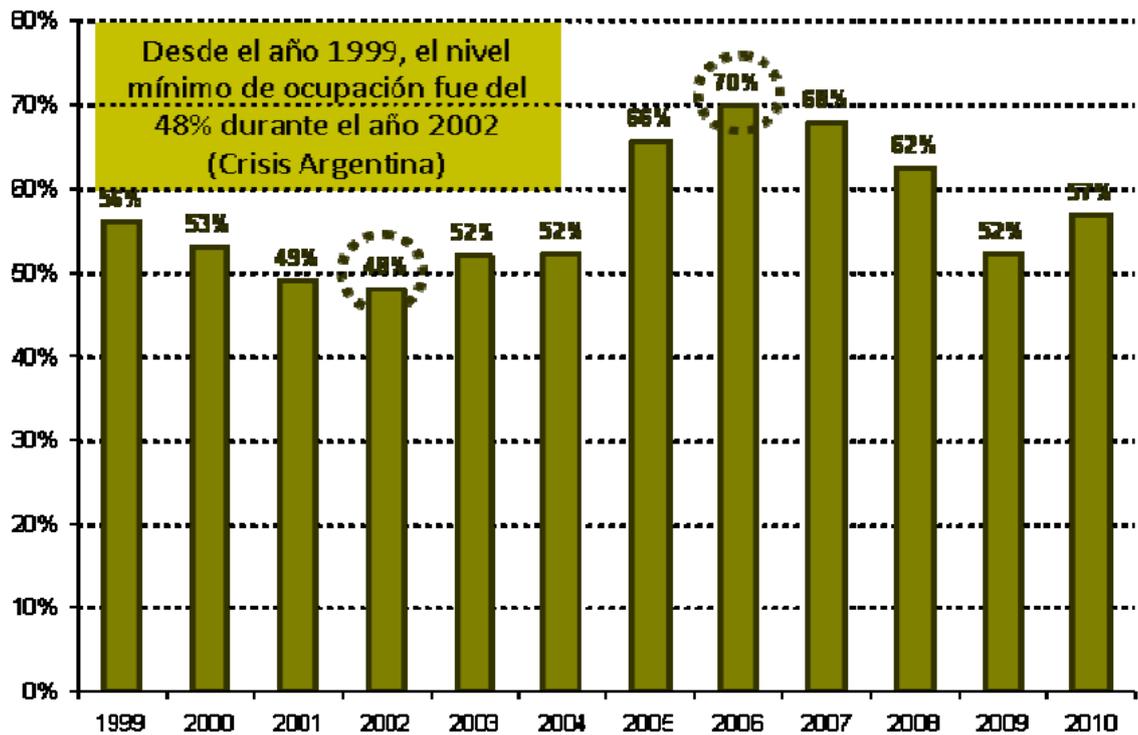
Categoría Hotel	Ocupación Anual (%)
General	56,7%
Hoteles 5*	56,9%
Hoteles 4*	60,7%
Hoteles 3*	64,6%
Hoteles 2*	51,7%
Hoteles 1*	50,5%
Aparts	52,9%

Fuente: Secretaría de Turismo de la Provincia y AHT

Evolución del Mercado

En los últimos años el nivel de ocupación (promedio hoteles) osciló en una banda de mínima del 48% (año 2001) y máxima del 70% (año 2006).

Nivel de ocupación promedio. Total de Hoteles – Ciudad de Córdoba



Fuente; Secretaria de Turismo de la Municipalidad de Córdoba

La caída en el nivel de ocupación de los años 2007 y 2008 fue el resultado del incremento en el número de hoteles. En dichos años, el crecimiento en la afluencia (demanda) fue importante, pero no alcanzó a absorber la nueva oferta global (todas las categorías hoteleras).

Segmento Superior del Mercado (Hoteles 3* a 5*)

Durante el período 2005-2010 el número de habitaciones ocupadas en el segmento superior del mercado hotelero, es decir el constituido por los hoteles de 3* a 5*, presentó un crecimiento del 15%.

En este mismo período, la oferta (3* a 5*) presentó un nivel de crecimiento superior en el número de habitaciones (19%), por lo que el incremento de la demanda

INSTITUTO UNIVERSITARIO AERONÁUTICO

no se trasladó a un mayor nivel de ocupación promedio, sino que inclusive este porcentaje se redujo del 63.3% al 61.4%.

Hoteles de 3*, 4* y 5*		
Año 2005	Habitaciones	1.617
	% Ocupación	63,3%
	Hab Ocupadas	373.410
Año 2010	Habitaciones	1.925
	% Ocupación	61,4%
	Hab Ocupadas	431.223
Variación Hab Ocupadas		15%

Fuente: Secretaría de Turismo de la Provincia y AHT

Si analizamos el comportamiento de los establecimientos 3*, encontramos que los mismos fueron los responsables del 70% del crecimiento observado en el mercado (de las 57mil habitaciones adicionales que se ocuparon, 40mil lo hicieron en hoteles de 3*).

		5*	4*	3*	Segmento Superior del Mercado (3* a 5*)
Año 2005	Habitaciones	441	586	590	1.617
	% Ocupación	56%	68%	64%	63,3%
	Hab Ocupadas	90.140	145.445	137.824	373.410
Año 2010	Habitaciones	441	727	757	1.925
	% Ocupación	57%	61%	65%	61,4%
	Hab Ocupadas	91.628	161.154	178.440	431.223
Variación Hab Ocupadas		2%	11%	29%	15%

Fuente: Secretaría de Turismo de la Provincia y AHT

Así, mientras el mercado de los hoteles 5* se incrementó sólo un 2% y el de los 4* un 11%, el mercado de los 3* experimentó un crecimiento del 29%.

Segmentos de la Demanda

Las características propias de la ciudad facilitan la existencia de numerosos segmentos turísticos:

- Corporativo: Empresarios, Viajantes, y personas de negocios visitan frecuentemente nuestra ciudad, demandando servicios acordes.

- Ocio: Si bien el motivo principal de visita a la ciudad suele relacionarse más con el resto de los segmentos, existe una tendencia creciente del segmento, especialmente desde que se declaró la manzana jesuítica como Patrimonio Histórico de la Humanidad (Unesco) y de las políticas que se están desarrollando para renovar ciertas áreas de interés del segmento.

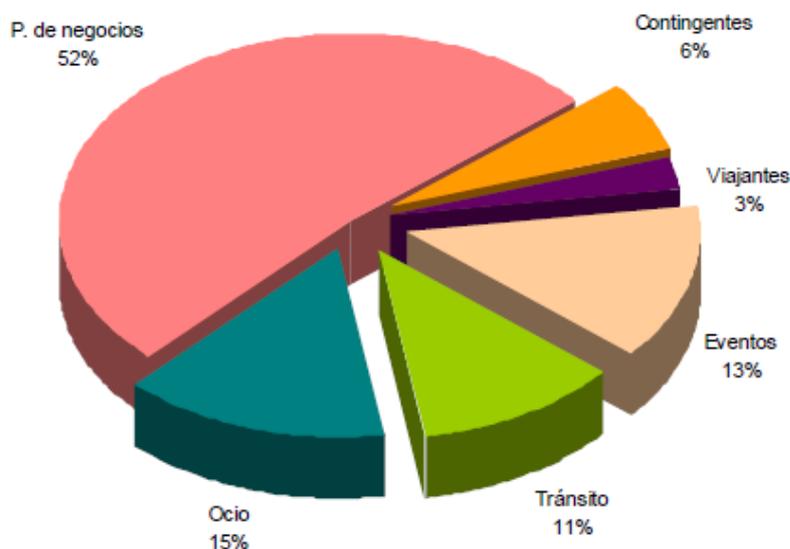
- Eventos: importante y diversificada actividad económica, y masa poblacional cercana a 1,4 millones de habitantes. Ocupa el segundo lugar como sede de eventos de Argentina, después de Capital Federal.

- Religioso: Tanto la Ciudad como la provincia cuentan con importantes puntos de interés religioso, entre los que podemos citar la Cuadra Jesuítica, declarada Patrimonio Histórico de la Humanidad por la UNESCO.

- Otros: Turismo Educativo, de Tránsito, etc.

El principal segmento es el Corporativo (especialmente Personas de Negocios y Viajantes), generando el 55% del total de la demanda.

Participación de los segmentos

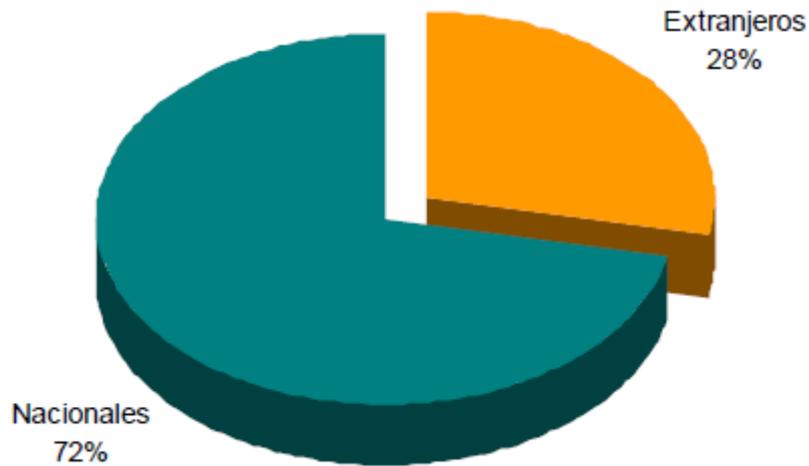


Fuente: Secretaría de Turismo de la Nación y AHT

Los principales generadores de demanda Corporativa son las sedes de las empresas, organismos gubernamentales, y educativos.

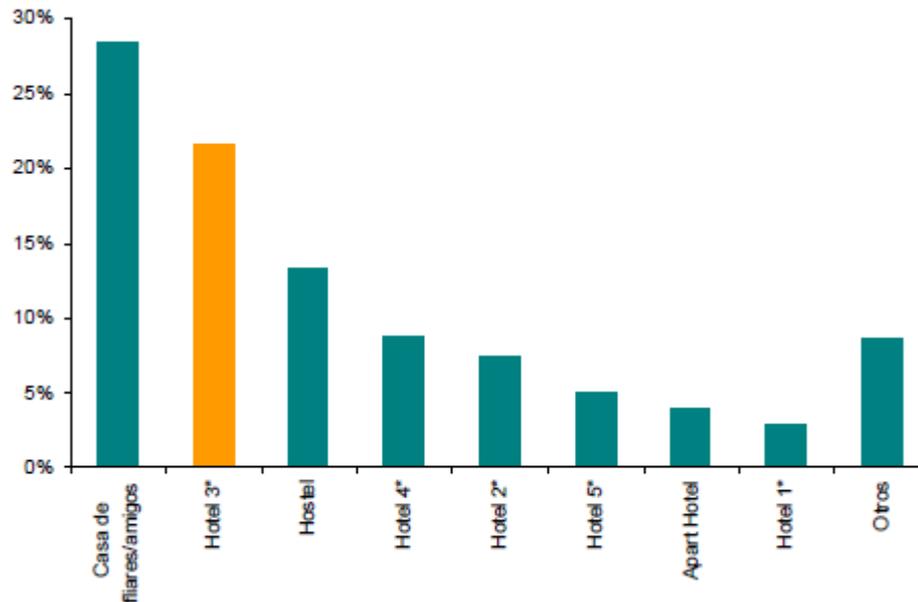
Por su parte, el segundo segmento en importancia es el relacionado a razones de Ocio y los Contingentes representa el 21% de la demanda hotelera (3* a 5*), siendo mayoritariamente de origen nacional, y prevaleciendo el formato hotel 3* como alternativa de alojamiento seleccionado.

Procedencia de los Turistas, promedio Enero, Febrero y Julio



: Fuente: Secretaría de Turismo de la Nación y AHT

Tipo de Alojamiento Elegido, promedio Enero, Febrero y Julio

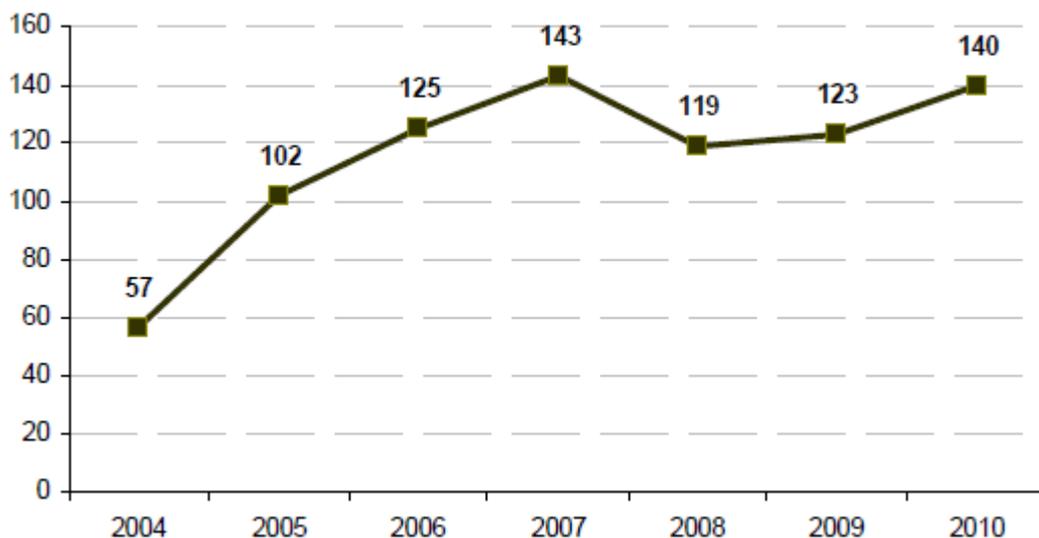


Fuente: Secretaría de Turismo de la Nación y AHT

El Segmento Eventos posee cada vez mayor relevancia en la demanda, y tiene como generadores a los diferentes tipos de eventos:

Grandes Eventos y Congresos: la ciudad ha ganado un lugar entre las principales sedes de congresos y grandes eventos, liderando los primeros puestos en los últimos años junto a Mar del Plata y Rosario. Durante el año 2010 se generaron 140 eventos de este tipo en nuestra ciudad y unos 50mil asistentes.

Evolución de los Congresos en la ciudad de Córdoba



Fuente: Secretaría de Turismo de la Provincia y AHT

Eventos Corporativos: en la ciudad se desarrolla un gran número de eventos anuales, entre reuniones de directorio, presentación de productos, capacitaciones y cenas de fin de año.

Eventos Sociales: Existe un importante mercado de eventos sociales desarrollados en los hoteles de la ciudad, especialmente Fiestas de 15 años y Casamientos.

2.2.5 DEMANDA POTENCIAL

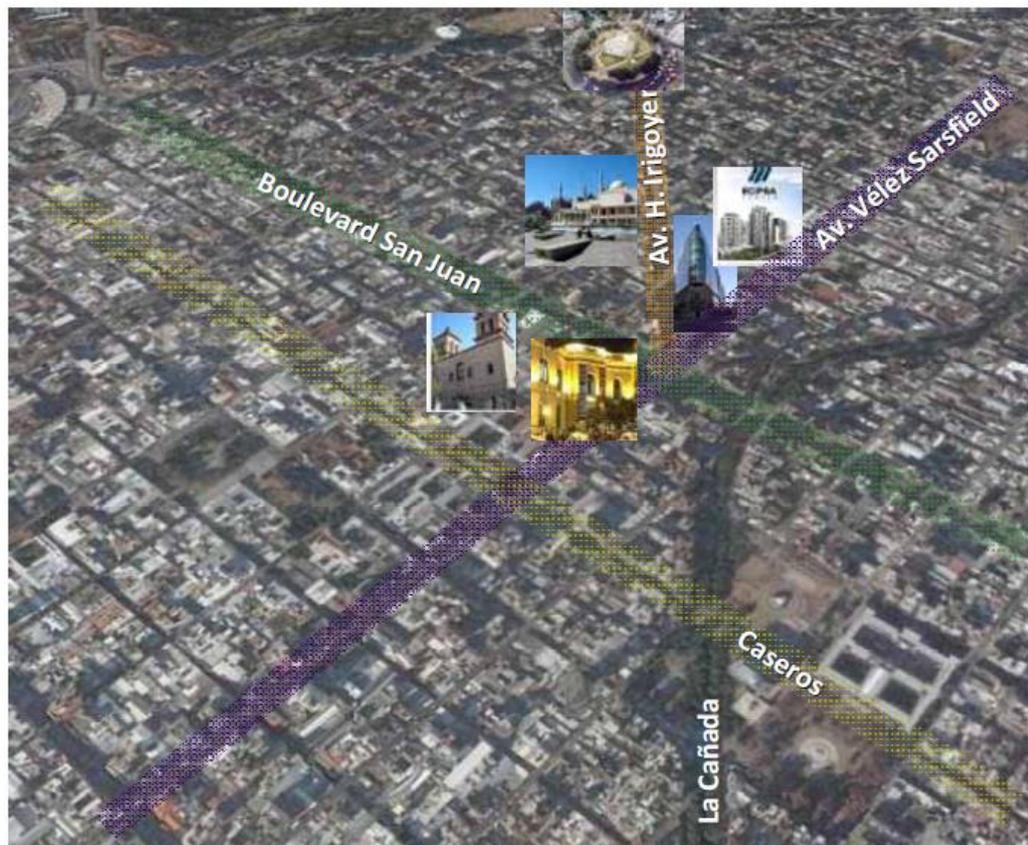
El Segmento Corporativo depende directamente del nivel de actividad económica.

Por esto se espera que en el corto y mediano plazo el segmento se incremente debido a la recuperación económica internacional, el entorno favorable (precios internacionales commodities), y la continuidad -aunque a menor tasa- del crecimiento de nuestro país, a partir del impulso que generan especialmente el Campo y la industria Automotriz.

Por su parte, respecto al Segmento Ocio, es de esperar que se incremente por el mayor interés generado por la Manzana Jesuítica, los cambios previstos en el Centro

Histórico, nuevos vuelos regionales e internacionales (Madrid, Miami, Uruguay), la creación del “Hub Córdoba” de Aerolíneas Argentinas, la ampliación del Aeropuerto que comenzaría este año, y diversas obras tendientes a mejorar el atractivo turístico de la ciudad como el ensanchamiento de la Av. Irigoyen y mejoras en la llamada “Media Legua de Oro”.

La Media Legua de Oro es el principal circuito cultural de nuestra ciudad, resultante de numerosas intervenciones en antiguos edificios públicos. Este corredor comienza en el Teatro Real y prosigue en el Teatro del Libertador General San Martín, continúa por el Paseo del Buen Pastor, el Palacio Ferreyra, el Museo Emilio Caraffa y el Museo de Ciencias Naturales. El recorrido finaliza en la Ciudad de las Artes.



Fuente: Secretaria de Turismo de la Provincia

Por último, entendemos que existen dos proyectos muy relevantes para el Segmento Eventos en la ciudad: la realización del Centro de Convenciones de Capitalinas y el Centro Cívico.



Fuente: Secretaria de Turismo de la Provincia

Ambos proyectos generarán una fuerte demanda de habitaciones y servicios de hotelería, especialmente en el área central de la ciudad.

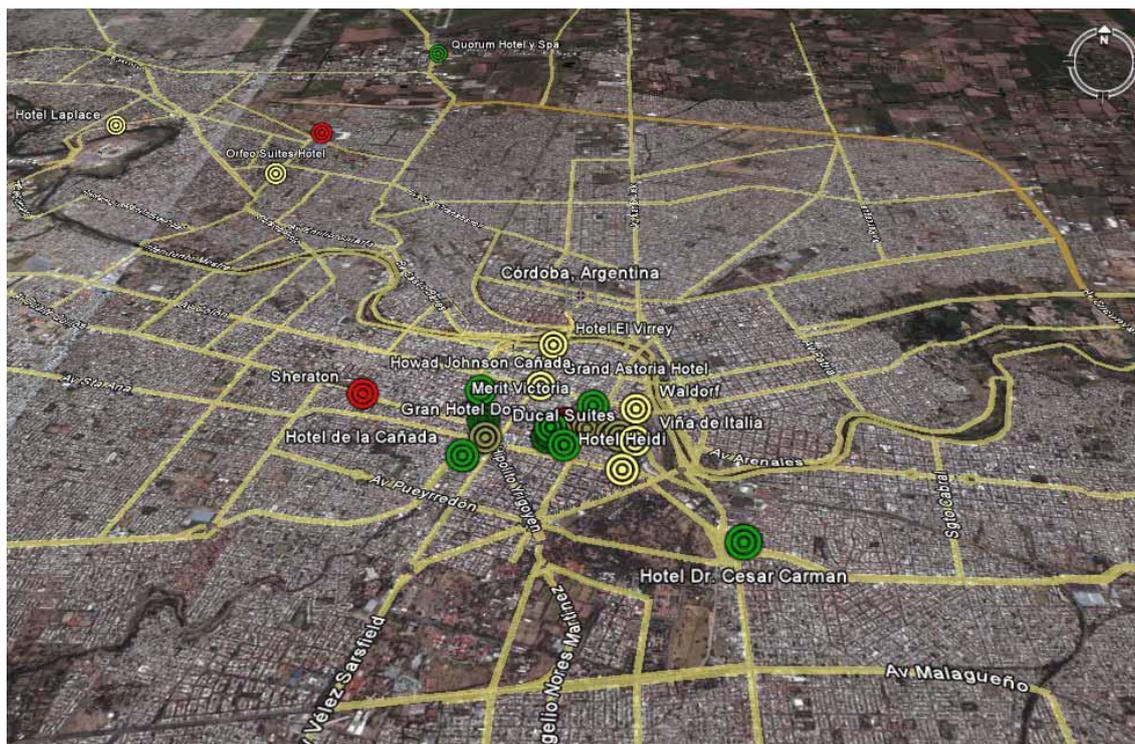
En el caso de Capitalinas estimamos un comportamiento similar al de los 5* actualmente en funcionamiento, con lo cual la demanda de habitaciones generada por los eventos que allí tengan lugar se repartirá entre todos los hoteles de la ciudad.

En cuanto al Centro Cívico, el proyecto no contempla la instalación de un hotel, con lo cual la demanda de habitaciones sería mayor.

A continuación y en base al estudio realizado se puede diagnosticar la situación del mercado hotelero en la ciudad de Córdoba y emitir algunas sugerencias respecto al producto a ofrecer.

El mercado hotelero en la ciudad de Córdoba se compone 3.135 habitaciones donde anualmente se alojan aproximadamente 800 mil personas, generando un total de 1,5 millones de noches vendidas (57% de ocupación promedio).

La oferta de alojamiento más antigua se concentra en el área central, siendo prioritariamente en formato "Hotel".



Fuente: Secretaría de Turismo de la Provincia

Se entiende que el mercado de la zona Norte, luego de las inauguraciones y ampliaciones realizadas, se encontrará saturado por algunos años, con una oferta que ha crecido a un ritmo superior a la demanda en los últimos años.

El segmento de hoteles entre 3*-5* concentra el 61% de las habitaciones en 2010 (1.928 unidades) y promedió en dicho año una ocupación del 61.4%.

Dentro de este grupo, la mayor dinámica se verifica en los hoteles de 3*, concentrando un importante porción de la demanda y presentando el mayor crecimiento en tarifa y cantidad de noches vendidas.

– Entre 2007 y 2010, las tarifas que más variaron fueron la de los 3*, que lo hicieron en un 75%, frente al 67% de los 4* y el 60% del 5*.

– Entre 2005 y 2010, el 70% del crecimiento del segmento 3*-5* fue generado por los hoteles 3*.

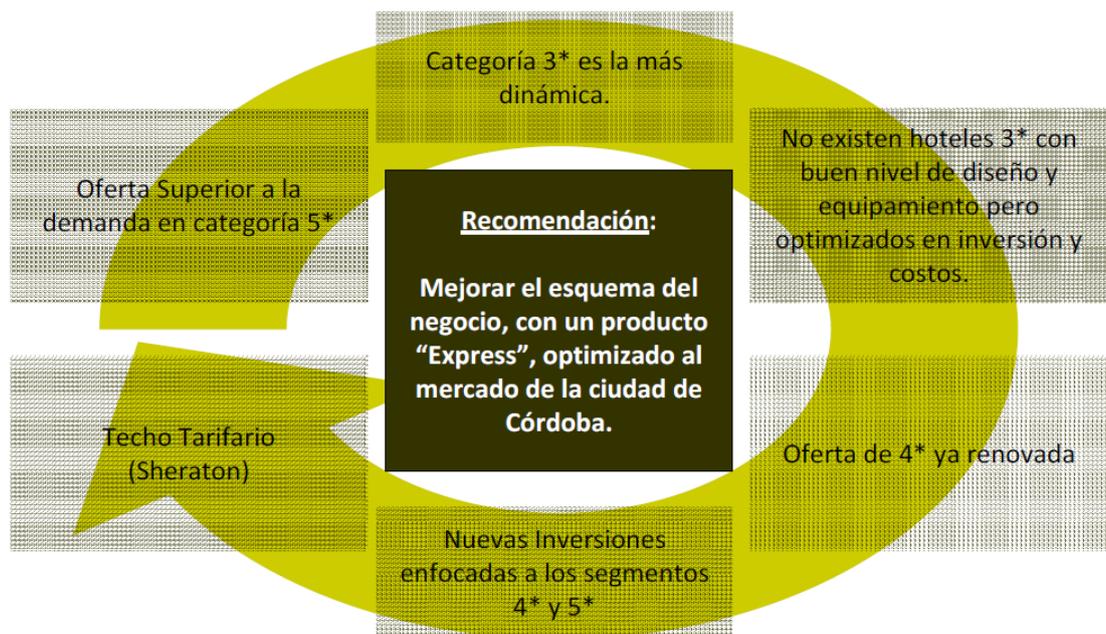
Sin embargo, no se verifican nuevas inversiones en esta categoría en el área central de la ciudad, ni la presencia de Cadenas Hoteleras. El producto hotelero en esta categoría o bien posee una elevada antigüedad y grado de deterioro, o bien en el caso de las nuevas inversiones están concebidos para intentar competir en servicio, con un elevado ratio de superficie por habitación y mayor inversión.

En los 5*, el nivel del producto se encuentra muy deteriorado en 2 de los 3 hoteles (Sheraton e Interplaza), y la ubicación de los mismos no es la indicada (especialmente en el Holiday Inn y el Sheraton). Además, cuantitativamente la cantidad de habitaciones existente supera a la demanda, generando a un “techo tarifario”.

Los hoteles 4* concentraron las inversiones en hotelería de los últimos años, siendo nuevos o reacondicionados casi la totalidad de los hoteles en este segmento.

Analizando los proyectos relevantes en construcción, se encuentra que durante los próximos 3 años la oferta continuará ampliándose en el segmento 4* y 5*, donde se espera que 651 habitaciones se incorporen al mercado, saturando aún más estas categorías.

Por esta razón, se recomienda dirigir el proyecto a la categoría más dinámica del mercado (3*) y al principal segmento de la demanda (Corporativo).



Se sugiere un producto tipo Express, con programa de superficie optimizado con buen diseño y equipamiento diferenciado (minimiza los requerimientos de inversión), y una estructura operativa ajustada (estructura de costos bajos).

La configuración de negocios propuesta permitirá trabajar rentablemente con una tarifa menor a la existente en la categoría y obtener niveles de ocupación superiores al promedio del mercado.

CAPITULO 3

ESTUDIOS DE FACTIBILIDAD

En el presente capítulo se analizarán los distintos estudios de viabilidad para determinar la factibilidad del emprendimiento.

Respecto del Estudio de Mercado, ya fue expuesto en el capítulo anterior para la definición del diagnóstico del sector.

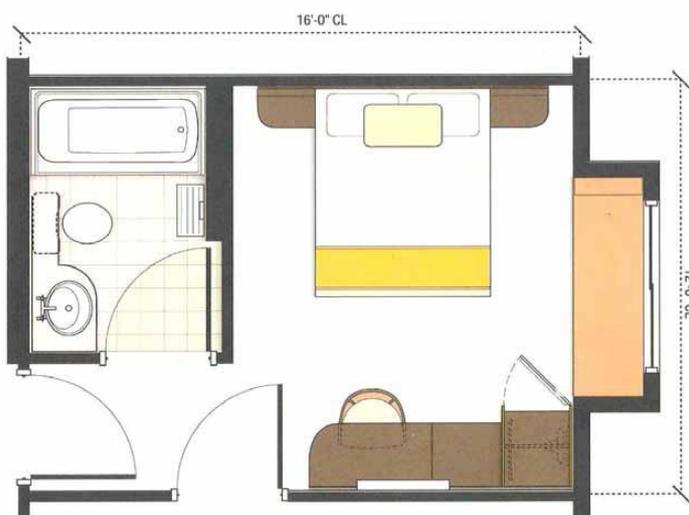
3.1 ESTUDIO TÉCNICO

3.1.1 PRODUCTO SUGERIDO

Características del Proyecto sugerido

El proyecto competirá en la categoría más dinámica del mercado (3*), con un producto dirigido especialmente al principal segmento de la demanda (Corporativo), un fuerte componente de diseño, y con una estructura operativa orientada a optimizar costos (formato Express).

Imágenes ilustrativas y de referencia de una habitación tipo:



Superficie aproximada: 20 m²

Formato: Express.

Cantidad de Habitaciones: 100 cuartos.

Gastronomía: Resto-Bar, desayunador.

Infraestructura para eventos: 2 Salas para reuniones.

Área Recreativa: Gimnasio.

Programa Arquitectónico Preliminar

El producto sugerido es altamente eficiente, requiriendo un ratio de superficie equivalente a 35m² por habitación, muy por debajo de la superficie que se verifican en los hoteles competitivos de la categoría 3* (la mayoría entre 50 y 55 m² de ratio).

AREAS	Unidades	M2 / u	Total Área Neta	Area Bruta Total	Area por Habitación
AREA DE HABITACIONES			2.000	2.400	24,0
Habitaciones	100	20,0	2.000		
AREAS PÚBLICAS			420	504	5,0
Lobby	1	120	120		
Bar-Restaurante	1	100	100		
Desayuno/Vending	1	60	60		
Salas de Reunión	2	40	80		
Gimnasio	1	60	60		
ADMINISTRACIÓN			100	115	1,2
Front Office	1	50	50		
Oficinas	1	25	25		
Book Keeping	1	25	25		
BACK OF HOUSE			420	483	4,8
Area Cocina	1	60	60		
Recepción y Almacenamiento	1	100	100		
Area Empleados	1	60	60		
Almacenes	1	100	100		
Mantenimiento	1	50	50		
Area equipos			50		
SUPERFICIE TOTAL A CONSTRUIR			2.940	3.502	35

Fuente: Elaboración propia en base a información suministrada por la Arquitecta Patricia Herrero

El balance de superficies del proyecto considera una superficie total cubierta de 3.502 m².

3.1.2 PRESUPUESTO DE INVERSIÓN

El proyecto contempla inversiones por U\$S 5,3 Millones (IVA Incluido), destinado a adquirir el terreno, obras civiles, equipamiento de todas las unidades de negocio, honorarios y gastos pre operativos.

Si bien no se conoce el valor del terreno por no estar definida la ubicación del hotel, hemos previsto inicialmente una incidencia de u\$s 200/m² construido. Este valor es sensibilizado posteriormente a los fines de verificar como afectan dichos valores a la rentabilidad del proyecto.

Inversión requerida

Presupuesto de Inversión		100 habitaciones		
	<u>Unidades</u>	<u>u\$s / Unidad</u>	<u>Total</u>	<u>% Total</u>
Terreno	u\$s 200	3.502 m2	u\$s 700.400	13%
Costo Obra Civil	3.502 m2	u\$s 987	u\$s 3.455.247	65%
Proyecto y Dirección Técnica	8%		u\$s 276.420	5%
Costo Equipamiento			u\$s 623.369	12%
Gastos Preoperativos			u\$s 300.000	6%
Sub total			u\$s 5.355.436	100%
IVA			u\$s 977.558	
Total Inversión (u\$s)			u\$s 6.332.994	
Valor por m2	3.502 m2	u\$s 1.529	(más IVA)	
Valor por Habitación	100 u	u\$s 53.554	(más IVA)	
M2 POR HAB	35			

Fuente: Elaboración propia

El tamaño optimizado de las áreas públicas y privadas del hotel propuesto permite trabajar con un ratio reducido de inversión por habitación.

3.1.3 CRITERIOS DE LOCALIZACIÓN

Como vimos anteriormente, el segmento más importante de la demanda es el Corporativo, generando el 55% de las habitaciones ocupadas.

Los principales generadores de demanda Corporativa son las sedes de las empresas, organismos gubernamentales, y educativos; una localización que permitiría aprovechar este mercado es próximo a la municipalidad de Córdoba, o en las arterias principales del área central. El mercado de la zona Norte se encuentra saturado por un exceso de Oferta.

Sugerimos localizar el proyecto en regiones próximas al área central, próximo al Centro Histórico, y en principales arterias, especialmente donde el entorno corporativo se verifique.

- **Áreas ya Consolidadas**

Boulevard San Juan / Illia

Hipólito Irigoyen

Av. Vélez Sarsfield

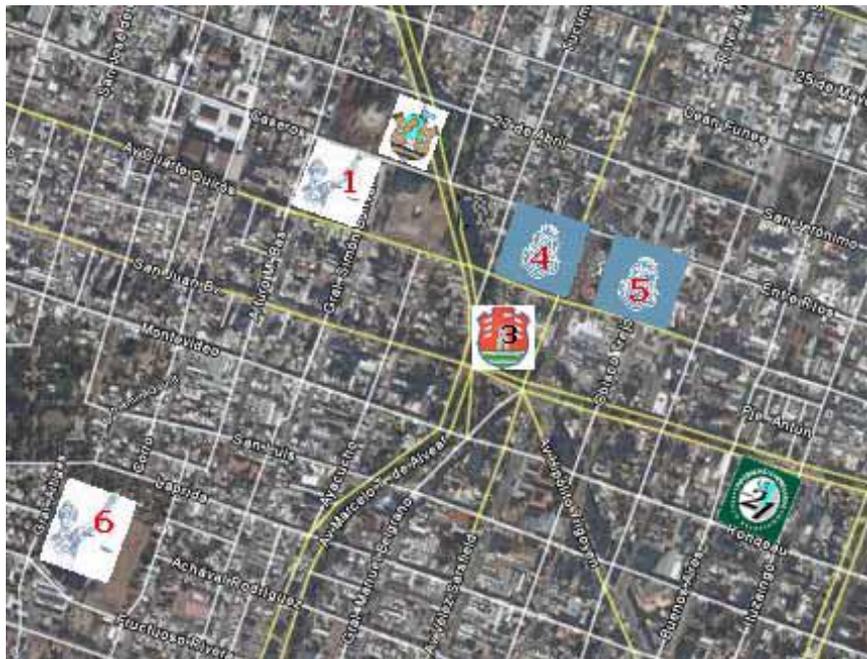
Av. Duarte Quiroz

Marcelo T. de Alvear (Cañada)

- **Áreas con potencialidad para un desarrollo futuro**

Bv. Guzmán / Perón (posee buena accesibilidad, pero el entorno urbano aún no ha sido recuperado).

Mapa de áreas



Referencias:

1. Tribunales Provinciales I
2. Municipalidad de Córdoba
3. Ministerio de Industria, Comercio y Trabajo.
4. UNC – Facultad de Arquitectura, Urbanismo y Diseño.
5. UNC – Facultad de Derecho y Ciencias Sociales.
6. Tribunales Provinciales II.
7. Universidad Empresarial Siglo 21

Debido a que el proyecto sugerido se basa en una estrategia de costos optimizados que le permitan ofrecer un buen servicio siendo líder en el segmento Low Cost, la incidencia del valor de la tierra seleccionada no puede ser muy alta, permitiendo alcanzar una rentabilidad atractiva.

La incidencia promedio de la tierra en los principales barrios de la ciudad se ubica aproximadamente en este rango:

	u\$s / m2 construible
Alberdi	100 a 180
Alta Córdoba	100 a 180
Güemes	130 a 180
General Paz	150 a 200
Nueva Córdoba	200 a 300

Dependiendo de la ubicación y características del terreno, los valores pueden variar respecto a los referenciados anteriormente.

3.2 ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO

3.2.1 PRINCIPALES SUPUESTOS DEL MODELO

3.2.1.1 Departamento Habitaciones

Tarifa: se consideró una tarifa promedio sumamente competitiva (\$240=u\$s60), ubicándose un 20% por debajo de la estructura tarifaria actual.

Nivel de Ocupación: el nivel de ocupación estimado (57% para el año 1) es inferior a los niveles registrados en establecimientos similares, aún durante sus primeros años de actividad. El nivel de ocupación previsto equivale a captar sólo un 11% de Market Share de la Demanda que actualmente se genera en hoteles de categoría 3*.

Supuestos Operativos HABITACIONES

Supuestos Operativos					
	<u>Año 1</u>	<u>Año 2</u>	<u>Año 3</u>	<u>Año 4</u>	<u>Año 5</u>
Departamento Habitaciones					
Cantidad de Habitaciones	100	100	100	100	100
Ocupación	57,0%	65,0%	70,0%	71,0%	71,0%
Tarifa promedio (u\$s)	u\$s 60	u\$s 65	u\$s 67	u\$s 68	u\$s 68
personas por habitación	1,7	1,7	1,7	1,7	1,7
Estadía promedio	1,9	1,9	1,9	1,9	1,9
Habitaciones ocupadas al año	20.805	23.725	25.550	25.915	25.915
Camas ocupadas al año	35.369	40.333	43.435	44.056	44.056
Huespedes al año	18.615	21.228	22.861	23.187	23.187
Gastos del Departamento	30,0%	27,0%	25,0%	25,0%	25,0%

Fuente: Elaboración propia en base a datos de AMD consultora

3.2.1.2 Departamento Alimentos y Bebidas

Bar y Restaurante

Covers: debido a la naturaleza del producto, no se considera un uso intensivo del Bar y restaurante: se considera que sólo el 50% de los huéspedes realiza algún consumo en el restaurante, y que el 90% solicita algún producto en el bar (incluye frigobar en las habitaciones).

Tarifa Alimentos y Bebidas: el valor promedio que se estimó para el bar son similares e incluso inferiores a los presentes en otros establecimientos. Se estima que un consumo promedio de u\$s 4 en el bar y de u\$s 12 en el restaurante.

Eventos: el proyecto dispone de dos salas de reunión de 40m2 cada una, donde se estima se realizarán un promedio de 2 eventos semanales (104 reuniones anuales). El valor del alquiler se encuentra bonificado en caso de contratar el servicio de Catering. Se considera una asistencia promedio de 20 personas por evento y un valor promedio de cubierto de u\$s 11.

Supuestos operativos ALIMENTOS Y EVENTOS

Supuestos Operativos					
Alimentos y Bebidas					
% personas que consumen A&B					
% Bar	90%	90%	90%	90%	90%
% Restaurant (almuerzos o cenas)	50%	50%	50%	50%	50%
Consumo promedio					
Bar	u\$s 4,0	u\$s 4,3	u\$s 4,5	u\$s 4,7	u\$s 5,0
Restaurant	u\$s 12,0	u\$s 12,9	u\$s 13,6	u\$s 14,2	u\$s 15,0
Cubiertos Bar & Restaurante / año	49.516	56.466	60.809	61.678	61.678
u\$s cubierto promedio	u\$s 6,9	u\$s 7,4	u\$s 7,7	u\$s 8,1	u\$s 8,5
Eventos y Banquetes					
Cantidad de Reuniones al año	104	114	120	126	132
Cantidad de Asist. Promedio	20	20	20	20	20
Valor promedio del cubierto	u\$s 11	u\$s 12	u\$s 13	u\$s 14	u\$s 15
50% Coffes	u\$s 5	u\$s 5	u\$s 6	u\$s 6	u\$s 7
40% Almuerzos empresariales	u\$s 15	u\$s 16	u\$s 17	u\$s 19	u\$s 20
10% Banquetes	u\$s 25	u\$s 27	u\$s 29	u\$s 31	u\$s 33
Gastos del Departamento	72,0%	71,0%	70,0%	70,0%	70,0%

Fuente: Elaboración propia en base a datos de AMD consultora

Gastos de Estructura, Fee¹ de la Cadena y Costo del Capital

Supuestos Operativos					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gastos de Estructura (% Ingresos)					
Adm. & General	15,0%	13,0%	11,6%	11,0%	10,5%
Seguros	1,0%	1,0%	1,0%	1,0%	1,0%
Ventas y Marketing	5,0%	5,0%	4,8%	4,8%	4,6%
Mantenimiento	2,5%	2,5%	2,5%	2,5%	3,0%
Energía	3,0%	3,0%	3,0%	3,0%	3,0%
Total Gastos de Estructura	26,5%	24,5%	22,9%	22,3%	22,1%
Fees					
Cadena (s/Ingreso Habitaciones)	8,0%	8,0%	8,0%	8,0%	8,0%

Fuente: Elaboración propia en base a datos de AMD consultora

3.2.2 RESUMEN FINANCIERO DEL MODELO DE NEGOCIOS

La configuración del proyecto propuesto contempla la creación de un Hotel 3*, en formato Express, buen contenido de diseño y equipamiento, y costos operativos optimizados (Express), acorde a los requerimientos de la demanda.

Se han realizado las correspondientes estimaciones financieras del modelo, diferenciando tres unidades de negocios. Si bien el core business del proyecto lo

¹ La license fee Hace referencia a lo que se le paga la cadena hotelera sobre el ingreso por cada habitación ocupada.

constituye el módulo “Habitaciones”, se incluyen los flujos de caja derivados de “Alimentos y Bebidas” (Bar, Restaurante y Catering en eventos), y “Menores” (Lavandería, y Telefonía).

En el presente estudio financiero se consideraron todas las unidades de negocio mencionadas anteriormente, un horizonte de inversión que contempla un año de construcción y equipamiento, y un horizonte de explotación de 10 años. A los fines de poder medir la rentabilidad del proyecto en su totalidad, en el año 10 de operación se simula la venta del negocio, considerando el valor de un flujo a perpetuidad del flujo de caja estabilizado.

A fin de actualizar los distintos flujos de caja se consideró una tasa de descuento del 14 %. En forma similar, dicha tasa de descuento puede interpretarse también como el costo de oportunidad del capital involucrado.

Dicha tasa fue calculada considerando un horizonte de 11 años (1 de inversión y 10 de operación) por lo que no refleja la actual coyuntura internacional ni de nuestro país, sino un escenario a largo plazo. Por esta razón se utilizaron promedios históricos en su confección mediante el método CAPM: tasa libre de riesgos del 3,8% (promedio de los últimos 8 años de la tasa publicada por la FED), spread nacional de 370pb (promedio de los últimos 3 años del riesgo país EMBI), Beta Sectorial estimado en 1,2 (correspondiente a la industria hotelera en mercados emergentes), y un 5,5% representativo del premio (riesgo) del mercado en su conjunto.

CAPITULO 4

EVALUACION FINANCIERA DEL PROYECTO

4.1 CASH FLOW Y RENTABILIDAD DEL PROYECTO

El costo proporcional de cada habitación se estima actualmente en u\$s 53 mil (+IVA). En base a los modelos financieros realizados, estimamos un flujo mensual de \$ 2.800, equivalente a una rentabilidad promedio del 16% anual.

Para el cálculo de los indicadores financieros se utilizó una tasa de descuento del 14 %, fue calculada con respecto al costo de oportunidad de destinar el dinero necesario para la inversión en un plazo fijo del Banco Supervielle, a una tasa de 13%, a 365 días (agosto de 2013), como así también, una corrección por la rentabilidad propia del inversor.

- Tasa Nominal del Banco Supervielle 13%
 - Corrección por rentabilidad propia del inversor 1%
- Tasa de Descuento 14%

La Tasa Interna de Retorno (TIR – IRR) es aquel ratio anual que equilibra los montos de la inversión inicial con los futuros pagos obtenidos. De esta forma, la TIR es aquella tasa de rendimiento de la inversión que hace su Valor Presente Neto igual a cero. Considerando la totalidad de las inversiones relacionadas con la creación de infraestructura, accesos, equipamiento y honorarios, el proyecto presenta una TIR del 15,4% (antes de Impuestos), indicando que el proyecto es rentable, superando el riesgo asociado al mismo y su costo de oportunidad (14%).

El Valor Actual Neto (VAN – NPV) es un indicador que actualiza, mediante la tasa de descuento mencionada anteriormente, los flujos de caja al momento cero. El VAN (antes de Impuestos) arroja un resultado positivo de \$ 450 mil dólares.

INSTITUTO UNIVERSITARIO AERONÁUTICO

Detalle de Cuentas de Explotación

Supuestos principales

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Habitaciones	100	100	100	100	100
Noches disponibles al año	36.500	36.500	36.500	36.500	36.500
Habitaciones ocupadas	20.805	23.725	25.550	25.915	25.915
Porcentaje de ocupación	57%	65%	70%	71%	71%
Tarifa Promedio u\$s	u\$s 60	u\$s 65	u\$s 67	u\$s 68	u\$s 68
REVPAR (tarifa x hab dispon)	u\$s 34	u\$s 42	u\$s 47	u\$s 48	u\$s 48

PLAN DE NEGOCIOS

	AÑO 1				AÑO 2				AÑO 3				AÑO 4				AÑO 5				
	u\$s	%	PAR	POR																	
Ingresos																					
Habitaciones	1.248.300	76%	34	60	1.542.125	76%	42	65	1.711.850	76%	47	67	1.762.220	75%	48	68	1.762.220	74%	48	68	
Alimentos y Bebidas	362.418	22%	10	17	443.771	22%	12	19	501.748	22%	14	20	536.308	23%	15	21	565.838	24%	16	22	
Telefonía, Lavandería	35.369	2%	1	2	40.333	2%	1	2	43.435	2%	1	2	44.056	2%	1	2	44.056	2%	1	2	
SPA	0	0%	0	0	0	0%	0	0	0	0%	0	0	0	0%	0	0	0	0%	0	0	
Ingresos Totales	1.646.086	100%	45	79	2.026.228	100%	56	85	2.257.033	100%	62	88	2.342.584	100%	64	90	2.372.114	100%	65	92	
Gastos Departamentales																					
Habitaciones	374.490	30%	10	18	416.374	27%	11	18	427.963	25%	12	17	440.555	25%	12	17	440.555	25%	12	17	
Alimentos y Bebidas	260.941	72%	7	13	315.077	71%	9	13	351.224	70%	10	14	375.416	70%	10	14	396.087	70%	11	15	
Menores y SPA	17.684	50%	0	1	20.166	50%	1	1	21.718	50%	1	1	22.028	50%	1	1	22.028	50%	1	1	
Total gastos departamentales	653.115	40%	18	31	751.617	37%	21	32	800.904	35%	22	31	837.999	36%	23	32	858.670	36%	24	33	
Margen Departamental																					
Habitaciones	873.810	70%	24	42	1.125.751	73%	31	47	1.283.888	75%	35	50	1.321.665	75%	36	51	1.321.665	75%	36	51	
Alimentos y Bebidas	101.477	28%	3	5	128.694	29%	4	5	150.524	30%	4	6	160.893	30%	4	6	169.752	30%	5	7	
Menores y SPA	17.684	50%	0	1	20.166	50%	1	1	21.718	50%	1	1	22.028	50%	1	1	22.028	50%	1	1	
Margen Departamental	992.971	60%	27	48	1.274.611	63%	35	54	1.456.129	65%	40	57	1.504.585	64%	41	58	1.513.444	64%	41	58	
Gastos de Estructura	436.213	27%	12	21	496.426	25%	14	21	515.732	23%	14	20	521.225	22%	14	20	524.237	22%	14	20	
Gross Operating Profit	556.758	34%	15	27	778.185	38%	21	33	940.397	42%	26	37	983.360	42%	27	38	989.207	42%	27	38	
Fees																					
Cadena (s)/Ingreso Habitacióne	99.864	6%	3	5	123.370	6%	3	5	136.948	6%	4	5	140.978	6%	4	5	140.978	6%	4	5	
Beneficio (EBITDA)	456.894	28%	13	22	654.815	32%	18	28	803.449	36%	22	31	842.383	36%	23	33	848.230	36%	23	33	

Fuente: Elaboración propia en base a información de CIE consultora

INSTITUTO UNIVERSITARIO AERONÁUTICO

Plan de Negocios 10 años - en dólares

Supuestos principales

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10	TOTAL
Habitaciones	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Noches disponibles al año	36.500	36.500	36.500	36.500	36.500	36.500	36.500	36.500	36.500	36.500	365.000
Habitaciones ocupadas	20.805	23.725	25.550	25.915	25.915	25.915	25.915	25.915	25.915	25.915	251.485
Porcentaje de ocupación	57%	65%	70%	71%	71%	71%	71%	71%	71%	71%	69%
Tarifa Promedio u\$s	u\$s 60	u\$s 65	u\$s 67	u\$s 68	u\$s 67						
REVPAR (tarifa x hab dispon)	u\$s 34	u\$s 42	u\$s 47	u\$s 48	u\$s 46						

PLAN DE NEGOCIOS

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10	TOTAL
INGRESOS											
Habitaciones	1.248.300	1.542.125	1.711.850	1.762.220	1.762.220	1.762.220	1.762.220	1.762.220	1.762.220	1.762.220	16.837.815
Alimentos y Bebidas	362.418	443.771	501.748	536.308	565.838	565.838	565.838	565.838	565.838	565.838	5.239.276
Telefonía, Lavandería	35.369	40.333	43.435	44.056	44.056	44.056	44.056	44.056	44.056	44.056	427.525
SPA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Ingresos Totales	1.646.086	2.026.228	2.257.033	2.342.584	2.372.114	2.372.114	2.372.114	2.372.114	2.372.114	2.372.114	22.504.615
Gastos Departamentales											
Habitaciones	374.490	416.374	427.963	440.555	440.555	440.555	440.555	440.555	440.555	440.555	4.302.711
Alimentos y Bebidas	260.941	315.077	351.224	375.416	396.087	396.087	396.087	396.087	396.087	396.087	3.679.179
Menores y SPA	17.684	20.166	21.718	22.028	22.028	22.028	22.028	22.028	22.028	22.028	213.762
Total gastos departamentales	653.115	751.617	800.904	837.999	858.670	858.670	858.670	858.670	858.670	858.670	8.195.652
Margen departamental											
Habitaciones	873.810	1.125.751	1.283.888	1.321.665	1.321.665	1.321.665	1.321.665	1.321.665	1.321.665	1.321.665	12.535.104
Alimentos y Bebidas	101.477	128.694	150.524	160.893	169.752	169.752	169.752	169.752	169.752	169.752	1.560.097
Menores y SPA	17.684	20.166	21.718	22.028	22.028	22.028	22.028	22.028	22.028	22.028	213.762
Total Margen depts	992.971	1.274.611	1.456.129	1.504.585	1.513.444	1.513.444	1.513.444	1.513.444	1.513.444	1.513.444	14.308.963
Gastos de Estructura	436.213	496.426	515.732	521.225	524.237	524.237	524.237	524.237	524.237	524.237	5.115.019
Adm. & General	246.913	263.410	261.816	257.684	249.072	249.072	249.072	249.072	249.072	249.072	2.524.254
Seguros	16.461	20.262	22.570	23.426	23.721	23.721	23.721	23.721	23.721	23.721	225.046
Ventas y Marketing	82.304	101.311	107.209	111.273	109.117	109.117	109.117	109.117	109.117	109.117	1.056.801
Mantenimiento	41.152	50.656	56.426	58.565	71.163	71.163	71.163	71.163	71.163	71.163	633.779
Energía	49.383	60.787	67.711	70.278	71.163	71.163	71.163	71.163	71.163	71.163	675.138
Gross Operating Profit	556.758	778.185	940.397	983.360	989.207	989.207	989.207	989.207	989.207	989.207	9.193.944
%GOP / Revenue	34%	38%	42%	41%							
Fees											
Cadena (s/Ingreso Habitaciones)	99.864	123.370	136.948	140.978	140.978	140.978	140.978	140.978	140.978	140.978	1.347.025
Beneficio (EBITDA)	456.894	654.815	803.449	842.383	848.230	848.230	848.230	848.230	848.230	848.230	7.846.919
%EBITDA / Ingresos	28%	32%	36%	35%							

Fuente: Elaboración propia en base a información de CIE consultora

INSTITUTO UNIVERSITARIO AERONÁUTICO

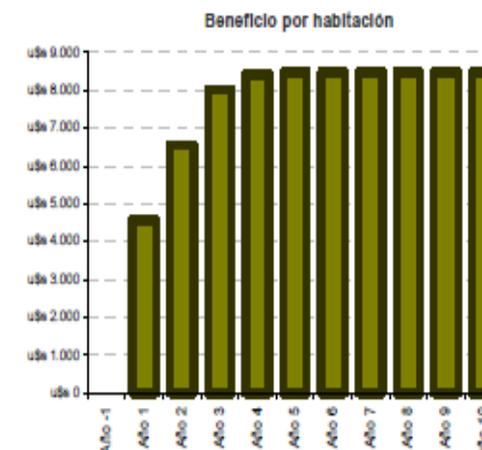
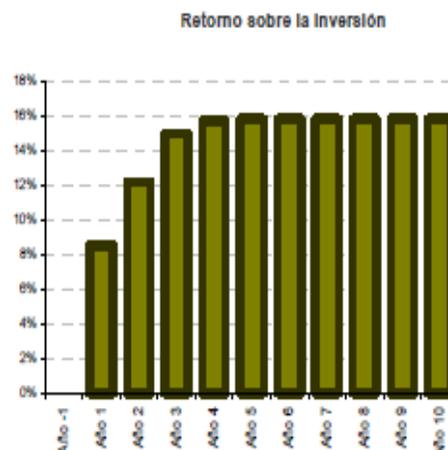
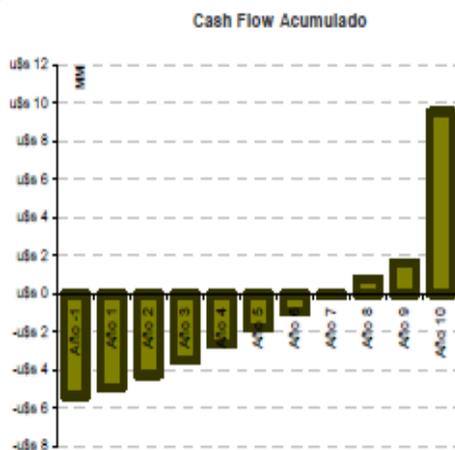
Cash Flow 10 años

	Año -1	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10	TOTAL
Ingresos Totales		u\$s 1.646.086	u\$s 2.026.228	u\$s 2.257.033	u\$s 2.342.584	u\$s 2.372.114	u\$s 22.504.615					
Gastos Departamentales		u\$s 653.115	u\$s 751.617	u\$s 800.904	u\$s 837.999	u\$s 858.670	u\$s 8.195.652					
Gastos de Estructura		u\$s 436.213	u\$s 496.426	u\$s 515.732	u\$s 521.225	u\$s 524.237	u\$s 5.115.019					
Fees		u\$s 99.864	u\$s 123.370	u\$s 136.948	u\$s 140.978	u\$s 1.347.025						
TOTAL BENEFICIO		u\$s 456.894	u\$s 654.815	u\$s 803.449	u\$s 842.383	u\$s 848.230	u\$s 7.846.919					
Inversión	-u\$s 5.355.436											-u\$s 5.355.436
Valor Residual											u\$s 7.068.579	u\$s 7.068.579
Flujo de Fondos	-u\$s 5.355.436	u\$s 456.894	u\$s 654.815	u\$s 803.449	u\$s 842.383	u\$s 848.230	u\$s 7.916.809	u\$s 9.560.061				
Beneficio / Habitación		u\$s 4.569	u\$s 6.548	u\$s 8.034	u\$s 8.424	u\$s 8.482	u\$s 8.482					
Flujo de Fondos Acumulado	-u\$s 5.355.436	-u\$s 4.898.542	-u\$s 4.243.727	-u\$s 3.440.278	-u\$s 2.597.895	-u\$s 1.749.665	-u\$s 901.436	-u\$s 53.206	u\$s 795.023	u\$s 1.643.253	u\$s 9.560.061	
Retorno sobre la Inversión		9%	12%	15%	16%	16%	16%	16%	16%	16%	16%	16%
VAN Acumulado	-u\$s 5.355.436	-u\$s 4.954.652	-u\$s 4.450.793	-u\$s 3.908.488	-u\$s 3.409.729	-u\$s 2.969.185	-u\$s 2.582.744	-u\$s 2.243.759	-u\$s 1.946.405	-u\$s 1.685.568	u\$s 449.943	

Fuente: Elaboración propia en base a información de CIE consultora

Principales indicadores financieros

Indicadores	
Inversión (Sin IVA)	5.355.436
Total Ingresos 10 años	22.504.615
Beneficio 10 años	7.846.919
Valor residual (VR)	7.068.579
Ganancia Inmobiliaria	1.713.143
Cash Flow Acumulado	9.560.061
Repago Contable	8 Años
Retorno sobre la Invers.	Del 9% al 16%
TIR 10 años	15,4%
TIR 30 años (con Vr=0)	14,2%
VAN k=14%	449.943
Repago Financiero	10 Años



Notas:

No se considera: IVA ni su recupero.

En el año 10 se supone la venta del proyecto.

El Retorno sobre la Inversión se calcula como el EBITDA sobre la inversión sin IVA.

Fuente: Elaboración propia en base a información de CIE consultora

4.2 SENSIBILIDAD DEL MODELO AL PRECIO DEL TERRENO

En el modelo base presentado anteriormente se consideró un costo del terreno de u\$s 700mil, equivalente a una incidencia de u\$s200 / m2 construido, entendiéndose que este valor es representativo de potenciales locaciones alternativas para el proyecto.

No obstante esto, presentamos a continuación una tabla donde se presentan diferentes escenarios de costo del terreno, con incidencias que varían entre u\$s 100 y u\$s 250 por m2 construible, y los principales indicadores de rentabilidad y solvencia del proyecto en cada uno de estos casos.

Incidencia tierra (u\$s/m2 edificado)	u\$s Terreno	% Total Inversión	TIR	VAN	Recupero Contable
100	u\$s 350.200	7%	16,66%	800.143	7 Años
125	u\$s 437.750	9%	16,34%	712.593	7 Años
150	u\$s 525.300	10%	16,03%	625.043	7 Años
175	u\$s 612.850	12%	15,73%	537.493	7 Años
200	u\$s 700.400	13%	15,43%	449.943	8 Años
225	u\$s 787.950	14%	15,14%	362.393	8 Años
250	u\$s 875.500	16%	14,85%	274.843	8 Años

Fuente: Elaboración propia en base a información de CIE consultora

El punto de inflexión a partir del cual el proyecto deja de tener relevancia (TIR = Costo de Oportunidad del 14% y VAN = 0) se alcanza con valores del terreno de incidencia u\$s 350 / m2 construible (valor estimativo de u\$s 1,1 Millones o más).

CAPITULO 5

ASPECTOS SOCIETARIOS, IMPOSITIVOS, PREVISIONALES Y CONTABLES DE LA ORGANIZACIÓN

5.1 ELECCIÓN DEL TIPO SOCIETARIO

La correcta elección de un adecuado formato jurídico-societario puede jugar un papel decisivo en la vida de cualquier empresa o negocio condicionado incluso su existencia misma a futuro. En ese sentido la ley de sociedades comerciales 19.550 regula distintos tipos societarios. La sociedad anónima y la de responsabilidad limitada son justamente algunos de los tipos societarios regulados en dicha norma.

Es de destacar que tanto las SA como las SRL son formas societarias que participan del género de las denominadas sociedades de Capital. En estas sociedades no se tiene en cuenta la calidad de los socios, sino la solvencia patrimonial de la sociedad. Se caracterizan por la preeminencia del factor capital y la limitación de la responsabilidad de los socios al capital aportado. A su vez, el capital se divide en cuotas partes o acciones.

Es habitual que en el mundo empresario al momento de elegir o pensar en la forma jurídica que se intente dar el negocio o emprendimiento surja el interrogante sobre la conveniencia de constituir un SA u bien optar por una SRL.

En general los motivos de la elección de estas formas societarias pueda tener que ver con el tipo de emprendimiento que se proyecta iniciar, envergadura, actividad a desarrollar, la protección jurídica de bienes, la necesidad o no de concurrencia de capitales de terceros, la planificación sucesoria, los costos de constitución y de funcionamiento, etc.

Como vimos son muchos los factores a tener en cuenta a la hora de determinar si conviene constituir una sociedad anónima o una de responsabilidad limitada. Así y como forma de contribuir a una decisión acertada al respecto analizaremos a continuación posibles ventajas y desventajas que consideramos traerían aparejadas la opción por uno u otro tipo societario.

5.1.1 TRANSMISIÓN DE ACCIONES O CUOTAS PARTES

Sin dudas una de las grandes diferencias entre ambos tipos lo constituye la transmisión de acciones o cuotas partes en el caso de SA y SRL respectivamente. En

el caso, la libertad, rapidez y sencillez al momento de la transferencia de acciones o paquetes accionarios representa una característica destacable y a favor de la SA.

Las acciones en las SA son títulos valores, fácilmente negociables sin mayores requisitos legales lo cual concede enormes ventajas a la hora de pensar en su transferencia y enajenación permitiendo el ingreso o salida de socios sin mayores formalismos, con total libertad y con mucha rapidez.

Dicha transferencia surte efectos para la sociedad y para terceros desde su inscripción en el libro de Acciones reconociendo de esta manera la sociedad, la existencia de la transferencia y la condición de accionista del comprador.

El único requisito de fondo se encuentra establecido en el artículo 215 de la Ley de Sociedades comerciales el cual dice que la transmisión de las acciones y de los derechos reales que las gravan debe notificarse por escrito a la sociedad emisora, o entidad que lleve el registro, e inscribirse en el libro o en la cuenta pertinente.

Así de simple, tal como surge claramente de la ley para que la cesión de acciones tenga efectos jurídicos hacia terceros solo es necesaria la notificación a la sociedad y la inscripción de la transferencia en el mencionado libro de Registro de Acciones de la sociedad.

En cambio, en la SRL como las cuotas partes no son títulos negociables, no gozan de los mismos caracteres de las acciones.

Al concretar una cesión de cuotas partes a terceros, en primer orden se debe comunicar tal situación al resto de los socios y esperar su aprobación. Según el art 152 de la ley 19550 las cuotas no podrán ser cedidas a terceros sin la conformidad de los socios.

Luego, dicha cesión debe ser publicada primero en el Boletín Oficial y luego inscrita en el Registro Público de Comercio. Dicha cesión será oponible a terceros desde su inscripción en el Registro Público de Comercio. Todo ello acarrea una demora de tiempo considerable y trámites administrativos complejos.

En resumen, si un socio de SRL decidiese transferir sus cuotas partes debería:

- Confeccionar contrato de Cesión de cuotas
- Publicación de la transferencia en el Boletín Oficial.

- Aguardar la aparición de eventuales oposiciones
- Obtener la conformidad del juez del Registro Público de Comercio
- Surte efectos a partir de su inscripción en el Registro Público de Comercio

En cambio un socio de SA que decida transferir sus acciones debería

- Confecciones convenio de transferencia de Acciones.
- Notificación al Directorio de la Transferencia
- Surte efectos a partir de su inscripción en el Libro de Acciones de la sociedad

5.1.2 NECESIDAD DE INCORPORAR INVERSIONISTAS

La necesidad o no de abrir el negocio hacia terceros interesados inversionistas también es un punto medular a la hora de evaluar la opción por uno u otro tipo societario. El ingreso de un posible socio-inversionista dentro de una SRL necesita la existencia formal de un convenio previo, su publicación en el Boletín Oficial, y la autorización judicial pertinente para inscribir esa cesión en el Registro Público de Comercio.

En cambio, dentro de una Sociedad Anónima, y tal como ya lo analizamos en el punto anterior, la incorporación de terceros no exige mayores requisitos. En su caso el accionista vendedor de un paquete accionario puede actuar de la manera que les resulte más satisfactoria.

5.1.3 DESPERSONALIZACIÓN DEL MANEJO SOCIETARIO

Sin dudas la separación entre inversionista-capitalista y la administración de la sociedad es mucho más clara y operativa en la SA.

Esta opción conductiva permite a los dueños ir separándose de la administración y pasar a cumplir un rol de meros inversores en el negocio delegando en terceros las responsabilidades propias del manejo del negocio guardándose amplias facultades de remoción en caso del no cumplimiento de las metas fijadas por los accionistas.

Esta separación del manejo en terceros evitaría la responsabilidad ilimitada y solidaria de los directivos hacia terceros por supuestos mal desempeño del cargo, así como por la violación de la ley, el estatuto o el reglamento y por cualquier otro daño producido por dolo, abuso de facultades o culpa grave.

5.1.4 CUESTIÓN SUCESORIA

Las Sociedades Anónimas no se heredan, se heredan las acciones. Y los derechos hereditarios se ejercen sobre los papeles. No habiendo un caso excepcional que los justifique no hay interventores, veedores, ni administradores.

En la SRL la desaparición del socio implica forzosamente la apertura de un trámite judicial referido a la dimensión de la cuota parte, a su representación y a la titularidad futura de esa parte.

Es imposible pensar hasta dónde puede llegar un enfrentamiento entre los socios supervivientes y el abogado del amante de la viuda del premuerto en representación de la parte patrimonial proporcional del causante.

Este es posiblemente un punto de fundamental importancia a favor de la SA. Porque al ser fácilmente transmisibles las acciones otorgan una buena oportunidad de contener sin apuros los efectos de la desaparición de un socio, asegurar EL FUTURO familiar de sus descendientes o planificar tanto la incorporación de nuevas generaciones como la transmisión de acciones sin que las mismas caigan dentro de un sucesorio imprevisible.

5.1.5 RESPONSABILIDAD DE LOS ACCIONISTAS O SOCIOS

En principio la SA al igual que la SRL tienen personalidad independiente de sus socios. Esto permite sustraer la suerte individual de sus integrantes de la suerte de la sociedad

No obstante, en el punto la diferencia estriba en que a la luz de reciente jurisprudencia sobre todo en materia laboral y también ahora comercial (Fallo Pardini de la Corte) es mucha más clara la limitación de la responsabilidad de los accionistas de la SA que la de los socios de una SRL.

En este sentido hemos notado la aparición de una tendencia de la justicia de extender la responsabilidad a los socios en los casos de la SRL, cuestión que no se observa aún para los casos de la SA.

5.1.6 ASPECTOS IMPOSITIVOS Y PREVISIONALES

Impositivamente, hoy, no existen mayores diferencias entre las S.R.L. y las S.A. que son de hecho confundidas en un mismo tipo social dentro del art.69 del Imp. a las

Ganancias, y sometidas a un tratamiento fiscal idéntico. Este punto no es incidente en la valoración de las diferencias entre tipos sociales.

Cuestionario guía de apoyo que podría ayudar a resolver el punto:

¿Que conviene?

¿Lo importante del negocio son las personas? SRL

¿Lo importante del negocio es el aporte de capital? SA

¿El tipo de emprendimiento es un negocio de alto riesgo? SA

¿La envergadura del negocio, comienza de a poco? SRL

¿Hay mucho dinero en juego? SA

¿No hay mucho dinero en juego? SRL

¿Para el negocio interesa personalizar los socios? SRL

¿Para el negocio interesa el anonimato? SA

¿Se quiere que la incorporación de terceros sea flexible y rápida? SA

¿Se quiere que la incorporación de terceros esté sujeta a requisitos? SRL

¿La cesión de cuotas sociales, debe estar sujeta a requisitos? SRL

¿La cesión de cuotas sociales debe ser simple y fácil? SA

5.2 SOCIEDAD ANÓNIMA

Por todo lo antedicho, se decide que el nuevo emprendimiento funcionará bajo la forma jurídica de Sociedad Anónima.

Esta sociedad ha sido pensada para la gran empresa, no teniendo importancia la connotación personal, permitiendo la concentración de capitales y el desarrollo de empresas de gran envergadura

5.2.1 PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS

-Concentración de capital

-Responsabilidad limitada al aporte

-Capital social dividido en acciones, que son libremente transmisibles, no siendo necesaria la inscripción de la transmisión.

Órgano de Gobierno: a cargo de la Asamblea

Órgano de Administración: Directorio

Representación: presidente de la S.A.

Fiscalización: a cargo del consejo de vigilancia o sindicatura.

Según nuestra ley de sociedades, dos son los elementos principales que caracterizan a la Sociedad Anónima, en primer lugar, que su capital se encuentra dividido en acciones, y en segundo término, que los socios (accionistas) limitan su responsabilidad a las acciones suscriptas.

Forma de Constitución: La sociedad anónima debe constituirse por instrumento público, básicamente escritura pública. La ley admite dos formas de constitución, por acto único y escritura pública y por suscripción pública. Lo más común es la primera. El procedimiento para la constitución por suscripción pública esta detallado en los art. 165 a 182 de la ley 19.550.

Capital: La Sociedad Anónima debe tener un capital mínimo, que en la actualidad asciende a \$ 12.000. Como el resto de las sociedades, en nuestro país (Argentina), es necesario contar con al menos 2 socios para constituir la sociedad y para que ésta pueda seguir funcionando. Cualquier modificación del capital social implica una modificación del estatuto de la sociedad.

Aportes: Los accionistas sólo pueden realizar aportes de bienes determinados susceptibles de ejecución forzada y dichos bienes deben ser aportados en propiedad. Pueden asimismo comprometerse a efectuar prestaciones accesorias que no integrarán el capital social.

La sociedad puede emitir distintos tipos de **acciones**, fundamentalmente, acciones ordinarias y acciones preferidas. Todas deben tener el mismo valor. Las acciones ordinarias deben tener al menos un voto, pero pueden dar derecho hasta 5 votos, en cuyo caso se las denomina privilegiadas. Las acciones preferidas otorgan a sus titulares alguna preferencia de índole patrimonial, y solo pueden dar derecho a un voto, e incluso podrían no tener derecho a voto.

Desde el punto de vista de la **circulación de las acciones**, en la actualidad sólo pueden emitirse acciones nominativas no endosables y acciones escriturales (no representadas en títulos sino que constan en un registro que puede ser llevado por la propia sociedad o por un banco comercial o caja de valores).

Órganos de la sociedad:

Asamblea: es el órgano de gobierno de la sociedad anónima. Se diferencia entre asamblea ordinaria y extraordinaria, y a su vez en asambleas generales y especiales.

La diferencia entre **asamblea ordinaria** y **extraordinaria** está dada por los temas que cada una de ellas está facultada a decidir, variando el quórum necesario para poder sesionar en un caso y en otro, siendo más severo para la asamblea extraordinaria. El quórum también difiere cuando la asamblea pretende sesionar en primera o en segunda convocatoria. Las decisiones que adopte la asamblea son en principio obligatoria para todos los accionistas, hubieran asistido o no a la misma o hubieran votado en sentido contrario.

También son obligatorias para los administradores de la sociedad, que son quienes deberán llevar a cabo las decisiones de la asamblea. Para poder sesionar una asamblea debe estar debidamente convocada y efectuada la publicación que regula la ley con una anticipación determinada.

El accionista para poder asistir a la asamblea debe comunicar su asistencia con una antelación de 3 días a la fecha de celebración de la misma. Asimismo, la asamblea deberá contar con el quórum necesario, que como ya vimos dependerá del tipo de asamblea y de la convocatoria en cuestión.

Cumplidos estos recaudos, la asamblea podrá resolver sobre los puntos incluidos en el Orden del Día incluido en la convocatoria debiendo contar con las mayorías previstas en la ley, que salvo supuestos especiales se refiere a accionistas presentes en la asamblea.

La publicación de avisos puede ser obviada cuando la asamblea fuera unánime (aquella asamblea a la cual asistan la totalidad de los accionistas y todos los accionistas con derecho a voto resolvieran las cuestiones en forma unánime). También en la asamblea unánime podrán tratarse otros temas no previstos en el orden del día.

La **asamblea General** convoca a la totalidad de los accionistas, la **asamblea Especial** sólo se refiere a una “clase” de acciones, siempre y cuando se hubieran emitido distintas clases de acciones con distintos derechos, a fin de considerar cuestiones propias de cada clase de acciones.

Administración: de este tipo societario está a cargo del Directorio y la representación corresponde al presidente del Directorio. La mayoría de los directores deben tener domicilio real en la República y todos ellos deben constituir domicilio en la jurisdicción en la que la sociedad esté inscripta. Hay ciertas incompatibilidades y prohibiciones para ser director que la ley establece.

El director, como todo administrador societario debe actuar con lealtad y con la diligencia de un buen hombre de negocios, y será responsable por el incumplimiento de sus obligaciones en forma solidaria e ilimitada. Ver Art. 299 ley 19.550

El director siempre podrá ser removido sin necesidad de invocación de causa. La renuncia del director debe ser presentada al directorio y éste debe aceptarla siempre que no afecte su normal funcionamiento y no fuera dolosa o intempestiva, en cuyo caso deberá ser considerado por la Asamblea. El cargo es personal e indelegable, y es un cargo remunerado, pudiendo ser directores tanto los accionistas como un tercero a la sociedad.

Los directores son elegidos básicamente por la asamblea ordinaria y durarán en sus funciones por un plazo que va desde 1 a 3 ejercicios contables. Si el estatuto lo previera, pueden ser elegidos por el Consejo de Vigilancia (órgano de fiscalización integrado sólo por accionistas), en cuyo caso su duración podrá extenderse a 5 ejercicios.

La tarea del director debe ser remunerada, encontrándose limitada en principio a la existencia de utilidades en el ejercicio. Esta limitación puede superarse en determinados supuestos, cumpliendo con las formalidades que exige la ley. En caso de muerte o incapacidad del director y ante la falta de suplentes, el Síndico está facultado a designar a su reemplazante, quien ocupará el cargo hasta la próxima asamblea.

El directorio es un órgano colegiado, es decir, debe cumplir con recaudos de quórum para la realización de las reuniones que deben realizarse al menos cada 3 meses, y las decisiones serán adoptadas por mayoría dentro del órgano.

Órgano de fiscalización: es la **Sindicatura o el Consejo de Vigilancia**. Siempre que la sociedad no esté comprendida en los supuestos de fiscalización estatal permanente del Art. 299 de la ley 19.550, podrá prescindir de la sindicatura. Si estuviera comprendida en algunos de los supuestos de dicho artículo, exceptuado su inc. 2 (monto de capital superior a los \$ 10.000.000), deberán contar con una sindicatura plural de número impar que se denomina Comisión Fiscalizadora y que actuará como órgano colegiado.

Además de las restricciones que existen para ser director, se agregan otras incompatibilidades específicas para los Síndicos societarios. El Consejo de Vigilancia, integrado sólo por accionistas (de 3 a 15) tiene funciones de fiscalización más amplias que la sindicatura y puede tener injerencia en la aprobación de determinadas decisiones o contratos y podrá ser el encargado de elegir al Directorio.

5.2.2 ASPECTOS FORMALES CONTABLES

LIBROS OBLIGATORIOS

- DIARIO
- INVENTARIO Y BALANCES
- +

Libros “auxiliares” y documentación complementaria según la importancia y la naturaleza de los negocios

LIBROS SOCIETARIOS (S.A.)

- ACTAS DE DIRECTORIO
- ACTAS DE ASAMBLEAS
- REGISTRO DE ASISTENCIA A ASAMBLEAS
- REGISTRO DE ACCIONES

FORMALIDADES

(Arts. 53, 54 y 66 C.Com.)

CONSERVACION: 10 AÑOS

VALOR PROBATORIO DE LOS LIBROS DE COMERCIO

Ley de Sociedades

De la Documentación y de la Contabilidad (Arts. 61 a 73)

Art. 61 LS: Podrá prescindirse del cumplimiento de las formalidades impuestas por el artículo 53 del Código de Comercio para llevar los libros en la medida que la autoridad de control o el Registro Público de Comercio autoricen la sustitución de los mismos por ordenadores, medios mecánicos o magnéticos u otros, salvo el de Inventarios y Balances.

Art. 62 LS: (...) Cuando los montos involucrados sean de significancia relativa, (...) serán incluidos en rubros de conceptos diversos

Si existiesen partidas no enunciadas específicamente, pero de significación relativa, deberán mostrarse por separado

Los estados contables dentro de un mismo ejercicio, deberán confeccionarse en moneda constante

INVENTARIO

Art. 48 C.Com. El libro de Inventarios se abrirá con la descripción exacta del dinero, bienes, muebles y raíces, créditos y otra cualquiera especie de valores que formen el capital del comerciante al tiempo de empezar su giro (...)

BALANCE

Art. 48 C.Com. (...) Después formará todo comerciante en los tres primeros meses de cada año, y extenderá en el mismo libro, el balance general de su giro, comprendiendo en él todos sus bienes, créditos y acciones, así como todas sus deudas y obligaciones pendientes en la fecha del balance, sin reserva ni omisión alguna

Art. 63 LS (...)

BALANCE

Descripción gráfica de carácter estático de la situación económica, financiera y patrimonial de la sociedad en un momento dado

Art. 63 LS (...)

INSTITUTO UNIVERSITARIO AERONÁUTICO

EJERCICIO REGULAR – BALANCE GENERAL

EJERCICIO IRREGULAR – BALANCES ESPECIALES

Balance de fusión

Balance de liquidación

BALANCE

ACTIVO CORRIENTE

NO CORRIENTE

PASIVO CORRIENTE

NO CORRIENTE

BALANCE

Art. 63 LS

ACTIVO

PASIVO

(a terceros)

PATRIMONIO NETO

(a los socios)

BALANCE

PN = ACTIVO – PASIVO

ESTADO DE RESULTADOS

Art. 64 LS. (...) cuenta de ganancias y pérdidas del ejercicio

ESTADO DE EVOLUCION DEL PATRIMONIO NETO

Capital Social

Reservas

Utilidades del ejercicio

MEMORIA

Art. 66 LS: Los administradores deberán informar en la sobre el estado de la sociedad en las distintas actividades en que se haya operado y su juicio sobre la proyección de las operaciones y otros aspectos que se consideren necesarios para ilustrar sobre la situación presente y futura de la sociedad (...)

UTILIDADES

DIVIDENDOS (Art. 68 LS)

RESERVAS (Art. 70 LS)

ESTADOS CONTABLES (EE.CC)

- Balance general
- Estado de resultados
- Estado de evolución del patrimonio neto
- Notas y cuadros complementarios

PUBLICIDAD DEL BALANCE

SRL cuyo capital alcance \$ 10.000.000 y SOCIEDADES POR ACCIONES deben remitir al Registro Público de Comercio un ejemplar de los EE.CC (Art. 67 LS)

CONSIDERACION DEL BALANCE

APROBACION – IMPUGNACION

DERECHO IRRENUNCIABLE (Art. 69 LS)

Su aprobación no implica la aprobación de la gestión de los administradores y órgano de fiscalización (Art. 72 LS)

5.2.3 RÉGIMEN TRIBUTARIO DE LAS S.A.

A las S.R.L., de acuerdo con su ámbito y jurisdicción, les serán aplicables las normas en materia tributaria a nivel nacional, provincial y municipal.

Los impuestos más salientes a tributar son:

La sociedad:

- Ganancias (Rentas)
- Valor Agregado (Consumo)
- Ganancia Mínima Presunta (Patrimonio)
- Internos (de corresponder)

Los socios:

- Ganancias
- Bienes Personales

Además, en materia de tributos jurisdiccionales, se encuentra el impuesto a los Ingresos Brutos y el Inmobiliario. En materia municipal Seguridad e Higiene, Alumbrado, Barrido y Limpieza, Publicidad y Propaganda.

Con respecto al impuesto a las ganancias, las S.R.L. tributan en igual forma que las Sociedades Anónimas, a una tasa del 35 % sobre el excedente, luego de deducir los gastos o consumos de las rentas alcanzadas por el gravamen (artículo 69, ley de impuestos a las ganancias). Son sujetos pasivos desde la fecha del acta fundacional o de celebración del respectivo contrato.

5.2.4 FACTURACIÓN E I.V.A.

Es importante destacar el cambio que introdujo la RG 1575/03 de la AFIP, en lo que respecta a los requisitos para la emisión de Factura "A".

En el caso de las personas jurídicas se las autorizará directamente si acreditan una Ganancia Mínima presunta superior a \$ 200.000 o que demuestren la titularidad o la participación en la titularidad de bienes inmuebles y/o automotores por un valor igual o superior a \$ 50.000.

La normativa exige que si la sociedad no cumple con estos requisitos lo haga por lo menos el 33% (como mínimo) de los componentes que otorguen voluntad social; o bien el 33% de los mismos acrediten una declaración jurada sobre los Bienes Personales superior a \$ 305.000.

Quienes no cumplan con los requisitos explicados anteriormente podrán optar por comprobante "A" con leyenda "pago en CBU informada".

La utilización de esta opción implica que cuando la transacción supere los \$ 300, el movimiento de las operaciones realizadas deberá ser depositado o transferido por el comprador exclusivamente en la cuenta previamente informada a la AFIP.

Los solicitantes de factura que no reúnan algunas de las condiciones anteriores deberán emitir comprobantes “M”, lo que implica que la operación igual o mayor a \$ 1000 está sujeta a retención de:

- 100% IVA.
- 3% Ganancia.

Con respecto al IVA, las SRL deberán revestir el carácter de responsable inscripto, en dicho tributo. La ley del IVA en su Art. 1º determina el objeto del impuesto, y en su Art. 4º el sujeto. El hecho gravado, para ser tal deberá ser un acto incluido dentro del objeto y desarrollado por alguno de los sujetos enunciados, en función del tipo de actividad.

Luego de la reforma del Art. 29º - introducida por la ley 24.977 Régimen Simplificado – las SRL solo pueden adquirir la condición de Responsables Inscriptos en el impuesto, salvo que desarrollara exclusivamente actividades exentas o no alcanzadas podrá formalizar su inscripción en el F-560/J como tal.

Impuesto sobre los Intereses Pagados y el Costo Financiero: Creado por ley 25.063 de Reforma Tributaria por el término de 10 años a los intereses de las deudas y el costo financiero de las empresas, que resulten deducibles en el Imp. a las Ganancias. En el Dec. 1532/98, reglamentario de la misma, se estableció como deducibles todos aquellos conceptos que objetivamente tengan esa condición en el Imp. a las Ganancia, sin considerar el tratamiento subjetivo para cada caso, por consiguiente sin diferenciación en el tratamiento entre S.A. o S.R.L.

5.2.5 RÉGIMEN PREVISIONAL DE LOS SOCIOS

Para el encuadramiento de los socios no gerentes que presten servicios en la sociedad como autónomos o dependientes, debe estarse a su participación en el capital respecto del promedio (artículo 2, inc. d, pto. 1.1, ley 24241 “ Los socios de sociedades de cualquier tipo cuya participación en el capital sea igual o superior al porcentual que resulte de dividir el número cien (100) por el número total de socios”.) o a la existencia de vínculos familiares entre la totalidad de los socios (artículo 2, inc. d, pto. 1.4, ley 24241 “ Los socios de sociedades de cualquier tipo —aunque no estuvieran

comprendidos en los puntos anteriores—, cuando la totalidad de los integrantes de la sociedad estén ligados por un vínculo de parentesco de hasta el segundo grado de consanguinidad y/o afinidad.”).

La obligación de aportar al régimen provisional nace por el desarrollo de una nueva “actividad” de las definidas en la ley 24241 y su decreto reglamentario. El socio no gerente, en la medida en que no preste servicios personales para la firma y sea un mero socio capitalista, no está obligado a pagar autónomos por el sólo hecho de ser socio.

5.2.6 PRINCIPALES RESPONSABILIDADES TRIBUTARIAS DEL PROYECTO

- Impuesto a las ganancias

Las ganancias obtenidas por el complejo de cabañas está alcanzada por este impuesto en el art. 2 que expresa: “son ganancias, sin perjuicio de lo dispuesto especialmente en cada categoría y aun cuando no se indiquen en ellas:

1) Los rendimientos, rentas o enriquecimientos susceptibles de una periodicidad que implique la permanencia de la fuente que los produce y su habilitación

2) Los rendimientos, rentas, beneficios o enriquecimiento que cumplan o no las condiciones del apartado anterior, obtenidos por los responsables incluidos en el artículo 69 y todos los que deriven de la demás sociedades o de empresas o explotaciones unipersonales, ...”

Ahora bien, dado que es una actividad alcanzada por el impuesto hay que establecer en que categoría del tributo incluirla.

Por un lado se sabe que la actividad principal del complejo de cabañas es la locación de inmuebles y como tal se debería incluir en el art. 41 de la ley como renta de la primer categoría, pero el mismo artículo al definir las ganancias comprendidas en él excluye de ellas las que correspondan encuadrarlas en el art. 49 de la ley, o sea cuando sean ganancias de tercera categoría.

El texto del art. 49 escribe: “Constituyen ganancias de la tercera categoría:

a) Las obtenidas por los responsables incluidos en el artículo 69 (Sociedades de Capital)

b) Todas las que deriven de cualquier otra clase de sociedades constituidas en el país o de empresas unipersonales ubicadas en éste.

c) Las derivadas de la actividad de comisionista, rematador, consignatario y demás auxiliares de comercio no incluidos expresamente en la cuarta categoría

d) Las derivadas de leteos confines de urbanización; las provenientes de la edificación y enajenación de inmuebles bajo el régimen de la ley 13512 (propiedad horizontal)

e) Las demás ganancias no incluidas en otras categorías.

Se puede decir entonces que el complejo de cabañas es una S.R.L. y por ello se deberá tributar en el impuesto a las ganancias como renta de tercera categoría.

- Impuesto al valor agregado

La ley del gravamen ha considerado como locaciones y prestaciones de servicios a aquellos contratos en que las partes se obliguen a hacer por parte del locatario o prestatario un servicio cierto y los locadores y prestadores a entregar una suma determinada que constituye el precio de la locación o prestación del servicio, es decir, una obligación de dar.

La ley en el art. 3 realiza una enumeración de las locaciones y prestaciones de servicios alcanzadas por el impuesto. El inc. e) de este artículo se puede considerar en dos partes, desde el punto 1 al punto 20 donde la enumeración que realiza la ley es taxativa y desde el punto 21, de este inc., en adelante donde la enumeración es enunciativa.

El servicio prestado por cantinas, bares está incluido dentro de la enumeración taxativa que realiza la ley al igual que la locación de las cabañas.

El art. 3 escribe: "se encuentran alcanzadas por el impuesto de esta ley las obras, las locaciones y las prestaciones de servicios que se indican a continuación:

...

e) las locaciones y prestaciones de servicios que se indican a continuación, en cuanto no estuvieran incluidas en los incisos precedentes:

1. efectuadas por bares, restaurantes, cantinas, salones de té, confiterías y en general por quienes presten servicios de refrigerios, comidas o bebidas en locales – propios o ajenos-, o fuera de ellos. (...)

2. Efectuadas por hoteles, hosterías, pensiones, hospedajes, moteles, campamentos, apart-hotel y similares.”

Con respecto al punto 1, si la provisión de bienes que realizan esos establecimientos son consumidos fuera del local nos encontramos frente a una venta de cosas muebles alcanzada por el inc. a) del art. 1 de la ley del gravamen.

Por otro lado el servicio de turismo está incluido en la enumeración enunciativa del art. 3 inc. e)

“21. Las restantes locaciones y prestaciones, siempre que se realicen sin relación de dependencia y a título oneroso, con prescindencia del encuadre jurídico que les resulte aplicable o que corresponda al contrato que las origina.

Se encuentran incluidas en el presente apartado ente otras:

(...)

b) Los servicios de turismo, incluida la actividad de las agencias de turismo. (...)

Cuando se trata de locaciones o prestaciones gravadas quedan comprendidos los servicios conexos o relacionados con ellos y las transferencias o cesiones de uso o goce de derechos de la propiedad intelectual, industrial o comercial, con exclusión de los derechos de autor de escritores y músicos”.

Con este análisis vemos que los servicios a prestar por el complejo de cabañas están alcanzados por el impuesto al valor agregado.

En cuanto al sujeto pasible del impuesto el art. 4 de la ley determina que son sujetos del impuesto al valor agregado quienes:

a) “hagan habitualidad de la venta de cosas muebles”

...

e) “quienes presten servicio gravados”

f) “sean locadores, en el caso de locaciones gravadas”.

...

Con ello vemos que al estar la actividad del complejo gravada, como se analizó anteriormente, el complejo es sujeto del impuesto, y como tal será responsable de ingresar el tributo.

El hecho generador del tributo, son hechos que el legislador consideró que son reveladores de capacidad contributiva, sujetos a impuesto. Para establecer en qué momento se produce el nacimiento del hecho imponible habrá que analizar las distintas actividades realizadas en el complejo por separado.

Para el caso de la prestación de servicios turísticos el art. 5 en el inc. b) expresa: “En el caso de prestaciones de servicios y de locaciones de obras y servicios, en el momento en que se termina la ejecución o prestación o en el de la percepción total o parcial del precio, el que fuera anterior”, en nuestro caso particular el nacimiento del hecho imponible nacerá en el momento en que se cobre la excursión ya que será cobrada por adelantado, es decir antes de realizarla.

Este mismo artículo luego de establecer la regla general de nacimiento del hecho imponible, para el caso de prestación de servicios o locaciones, establece excepciones entre las cuales se encuentra la locación de inmuebles. Art. 5 inc b) punto 8: “que se trate de locaciones de inmuebles, en cuyo caso el hecho imponible se perfeccionará en el momento en que se produzca el vencimiento de los plazos fijados para el pago de la locación o en el de su percepción total o parcial, el que fuere anterior.”

Por último queda por analizar el servicio de cantina prestado en el salón de reuniones. Este mismo artículo en el inc a) escribe que el nacimiento del hecho imponible “en el caso de ventas –inclusive bienes registrables-, es en el momento de la entrega del bien, emisión de la factura respectiva, o acto equivalente, el que fuere anterior...”

Vemos que las actividades del complejo se encuentran alcanzadas por el impuesto al valor agregado, ahora hay que analizar si existe alguna exención para estas actividades.

En el artículo 7 de la ley, por su parte, enumera las exenciones del impuesto, dentro de esta enumeración en el inc. h) punto 22 segundo párrafo se refiere a la

locación de inmuebles diciendo: "...La exención establecida en este punto también será de aplicación para las restantes locaciones cuando el valor del alquiler, por unidad y locatario, no exceda el monto que al respecto establezca la reglamentación".

La reglamentación establece que el monto exento mensual es de \$ 1.500. Esto significa que todas las locaciones por unidad y por locatario que sean inferiores o iguales a \$ 1.500 mensuales están exentas en el impuesto al valor agregado, si superan ese monto estará alcanzado todo el importe.

En el proyecto de inversión que se analiza, los precios de referencia en cuanto a la locación de las cabañas superan, mensualmente, el importe de \$ 1.500, es por ello que esta actividad específica no estaría exenta en el impuesto al valor agregado.

-Ingresos brutos

Con el análisis previamente efectuado en el ítem legislación del Turismo Rural, se está en condiciones de afirmar que la actividad desarrollada por el complejo se encuentra alcanzada por el impuesto a los ingresos brutos. Pero como la provincia de San Luis proyecta el desarrollo del sector turístico de la provincia, estableció a la actividad turística, de interés prioritario, dado que la misma tiene por objeto el desarrollo integral de la Provincia como unidad de destino turístico y dictó la Ley provincial N° VIII-0514-2006, que adhiere al Programa de Incentivos Fiscales para Nuevas Inversiones Productivas (Ley VIII- 0454-2004) y/o a los beneficios establecidos en el Art. 58° inc. b) de la Ley de Fomento a las Inversiones (Ley VIII-0239-2004 (5473* R)), donde exime del pago de este tributo en un 100 % a las actividades promovidas por dicha ley. Dentro de las actividades promovidas se encuentra la construcción y equipamiento de establecimientos nuevos destinados a la explotación de los alojamientos turísticos.

5.2.7 DATOS REQUERIDOS PARA CONSTITUIR UNA SOCIEDAD ANÓNIMA

Nombres deseados: 3 variantes por orden de prioridad (hasta 60 caracteres) no puede incluir la palabra Argentina, ni el nombre de una profesión, ni apellidos de uso corriente que no sea de algún socio.

Domicilio legal (en la ciudad de Córdoba):

Tipo de sociedad: SA

Capital social: No puede ser inferior a \$ 100.000. Dependiendo del objeto social la IGJ puede requerir un capital mayor.

INSTITUTO UNIVERSITARIO AERONÁUTICO

Objeto social: Indicar la actividad y nosotros le ayudaremos a redactarlo

Fecha de cierre del ejercicio:

Duración del mandato de los directores: Sugerimos 1 ejercicio, aunque puede ser por un máximo de 3.

Porcentaje de cada accionista:

Plazo de duración de la sociedad:

Datos personales de los Directores y accionistas:

Nombre y apellidos completos:

Nacionalidad:

Estado civil, Si es casado nupcias y nombre y apellido del cónyuge. Si es soltero, nombre del padre y madre.

DNI si es argentino o pasaporte si es extranjero:

Fecha de nacimiento:

Profesión:

Domicilio legal (dentro de Argentina):

Domicilio real:

CUIT, CUIL o CDI:

Accionistas:

Si el accionista es una persona jurídica, argentina o extranjera, necesitaremos información adicional.

Si los accionistas no pueden estar presentes para firmar deberán otorgar un poder especial a tal efecto.

Directores:

Cargo a ocupar (Presidente/ director titular/ director suplente)

La mayoría de los miembros del directorio debe tener su domicilio real en la Argentina. Se debe designar al menos un director suplente.

Sindicatura

Es obligatoria únicamente en las sociedades con un capital superior a \$ 10.000.000.

5.2.8 CONSTITUCIÓN DE LA S.A.

La sociedad anónima es uno de los tipos sociales más comunes. Es usada mayormente para actividades de muchos socios y gran emprendimientos o negocios complejos. Además, es requerida por ley para determinadas actividades. Los socios limitan su responsabilidad al igual que en la SRL.

Una vez recibida la información necesaria, y un anticipo de honorarios, los pasos son los siguientes:

Paso 1. Se prepara el proyecto de estatuto y se envía al cliente para su revisión.

Paso 2. Se reserva el nombre de la sociedad y se firma el estatuto en la escribanía. Deben estar presentes todos los accionistas y directores, o bien haber otorgado previamente un poder.

Paso 3. Se ordena la publicación del edicto en el Boletín Oficial (demora 72hs.), se contrata el seguro de caución, se preparan los formularios y pagan las tasas correspondientes.

Paso 6. Se presenta el expediente ante la Inspección General de Justicia (IGJ).

El trámite urgente demora entre 10 y 15 días hábiles y el trámite normal demora entre 1 y 3 meses.

5.2.9 COSTO DE LA CONSTITUCION DE LA S.A.

El precio del mercado, con todo incluido es de aproximadamente \$ 7.120.

En la mayoría de los casos, la forma de pago pactada se inicia con un anticipo de \$ 3.000. y el saldo se paga al momento de la firma en la escribanía.

Este precio incluye:

Honorarios y los siguientes gastos necesarios para la inscripción: la escritura pública, legalización del dictamen de precalificación, obtención de una póliza de caución por un año, publicación de edicto hasta 20 líneas, timbrado de formulario por trámite normal, pago de tasa, y certificación de declaración jurada PEP por un director titular y un suplente. Si precisa un detalle de los gastos, puede solicitar un presupuesto detallado.

El monto presupuestado es por una SA con contrato modelo, 2 accionistas personas físicas de las cuales 1 es director titular y el otro suplente. En caso de que sean más accionistas debe adicionar \$ 100 por cada uno y \$ 300 por cada director titular adicional.

PRESUPUESTO VÁLIDO HASTA EL 31 DE AGOSTO DE 2014.

No incluye:

Trámite urgente, que tiene un costo total de \$ 9.520.-

Pólizas de caución o firmas de socios adicionales. El precio por cada socio adicional es de \$ 100.- y por cada director titular adicional \$ 300.

No incluye el IVA, que se adicionará si corresponde.

Rúbrica de libros.

Alta en AFIP y Rentas.

5.2.10 MODELO DE CONTRATO SOCIETARIO

Estatuto Modelo de sociedad anónima sin sindicatura

CAPÍTULO I - DENOMINACIÓN - DOMICILIO - PLAZO Y OBJETO

ARTÍCULO PRIMERO: La sociedad se denomina [_____] S.A. tiene su domicilio legal en la ciudad de Córdoba. Podrá establecer sucursales, agencia o cualquier especie de representación dentro y fuera del país.

ARTÍCULO SEGUNDO: Su duración es de 99 años a contar desde la fecha de su inscripción en el Registro Público de Comercio. Este término podrá ser prorrogado por resolución de la asamblea extraordinaria de accionistas.

INSTITUTO UNIVERSITARIO AERONÁUTICO

ARTÍCULO TERCERO: La sociedad tiene por objeto, ya sea por cuenta propia y/o de terceros y/o asociada a terceros, en el país o en el extranjero, a las siguientes actividades: [_____].

ARTÍCULO CUARTO: Para la realización del objeto social, la sociedad tendrá plena capacidad jurídica para adquirir derechos, contraer obligaciones, ejercer los actos que no sean prohibidos por las leyes o por este estatuto.

CAPÍTULO II - CAPITAL, ACCIONES.

ARTÍCULO QUINTO: El capital social es de \$ [_____].- (Pesos [_____]) representado por [_____] acciones ordinarias, nominativas, no endosables, de \$ [_____].- valor nominal cada una. El capital puede ser aumentado por decisión de la asamblea de accionistas hasta el quíntuplo de su monto conforme el artículo 188 de la Ley 19550, debiendo toda resolución de aumento inscribirse en el Registro Público de Comercio, de acuerdo con las disposiciones legales en vigencia.

ARTÍCULO SEXTO: Los títulos representativos de las acciones y los certificados provisorios contendrán las menciones establecidas por los artículos 211 y 212 de la Ley 19550. Se pueden emitir títulos representativos de más de una acción.

ARTÍCULO SÉPTIMO: En caso de mora en la integración de las acciones el directorio podrá elegir cualquiera de los procedimientos del artículo 193 de la Ley 19.550.

CAPÍTULO III - DEBENTURES.

ARTÍCULO OCTAVO: La asamblea extraordinaria está facultada para autorizar la emisión de debentures u obligaciones negociables, en moneda nacional o extranjera.

CAPÍTULO IV - ADMINISTRACIÓN.

ARTÍCULO NOVENO: La sociedad será administrada por el directorio compuesto de [___] a [___] miembros titulares, cuyo número será establecido por la asamblea que los elija, la cual podrá también elegir igual o menor número de suplentes, los que se incorporarán al directorio por el orden de su elección. Esta designación deberá ser obligatoria mientras la Sociedad prescindiera de la sindicatura. El término del mandato de los directores será de un ejercicio y durarán eventualmente hasta la asamblea que los reemplace o los reelija, en las condiciones de este artículo. Los directores podrán ser reelectos.

ARTÍCULO DÉCIMO: El directorio sesionará con la mayoría de sus miembros titulares y resolverá por mayoría de los presentes, en caso de empate el Presidente desempatará votando nuevamente. En su primera reunión designará un Presidente, pudiendo designar un Vicepresidente, que suplirá al primero en su ausencia o impedimento. La asamblea determinará la remuneración del directorio.

ARTÍCULO UNDÉCIMO: Los directores titulares deberán constituir una garantía conforme al artículo 256 de la ley de sociedades comerciales a favor de la sociedad, por el plazo que dure su mandato, más el período de prescripción de las acciones individuales que puedan realizarse en su contra. El monto de la garantía debe ser de al menos \$ 10.000.- (Pesos Diez Mil). La garantía podrá consistir en bonos, títulos públicos, sumas de dinero en moneda nacional o extranjera depositadas en entidades financieras o cajas de valores a la orden de la sociedad, fianzas o avales bancarios, seguros de caución o seguros de responsabilidad civil a favor de la sociedad. El costo deberá ser soportado por el director.

ARTÍCULO DUODÉCIMO: El directorio tiene amplias facultades de administración y disposición, incluso las que requieren poderes especiales a tenor del artículo 1881 del Código Civil y del artículo 9 del Decreto Ley 5965/63. Podrá especialmente operar con toda clase de bancos, compañías financieras o entidades crediticias oficiales y privadas, dar y revocar poderes especiales y generales, judiciales, de administración u otros, con o sin facultad de sustituir, iniciar, proseguir, contestar o desistir denuncias o querellas penales, y realizar todo otro hecho o acto jurídico que haga adquirir derechos o contraer obligaciones a la sociedad. La representación legal de la sociedad corresponde al Presidente del directorio o al Vicepresidente en su caso. La facultad de absolver posiciones en juicio corresponderá específicamente a la persona que designe el directorio.

CAPÍTULO V - FISCALIZACIÓN.

ARTÍCULO DECIMOTERCERO: La sociedad prescinde de la sindicatura en los términos del artículo 284, 2º párrafo de la Ley N° 19.550. Sin embargo, cuando quede comprendida en el inciso 2º del Artículo 299 de la ley citada, la fiscalización de la sociedad estará a cargo de un síndico titular elegido por la asamblea por el término de un ejercicio. La asamblea deberá elegir un suplente por el mismo término. Asimismo, cuando de acuerdo con la legislación vigente la sindicatura deba ser colegiada, la fiscalización de la sociedad estará a cargo de una Comisión Fiscalizadora compuesta de tres síndicos titulares y tres suplentes elegidos por la asamblea por el término de un

ejercicio, la que sesionará con la presencia de dos miembros y resolverá por el voto favorable de dos de sus miembros, sin perjuicio de las atribuciones que individualmente correspondan a los síndicos. De entre los miembros titulares, se elegirá al Presidente. Los miembros suplentes de la Comisión Fiscalizadora llenarán las vacantes que se produjeran en el orden de su elección. La Comisión Fiscalizadora podrá ser representada por cualquiera de sus miembros en las reuniones de directorio o asambleas.

CAPÍTULO VI - DE LAS ASAMBLEAS

ARTÍCULO DÉCIMO CUARTO: Las asambleas serán citadas en la forma establecida por el artículo 237 de la Ley 19550. El quórum y mayoría se rigen por los artículos 243 y 244 de la indicada ley, según la clase de asamblea, convocatoria y materia de que se traten. La asamblea extraordinaria, en segunda convocatoria, se celebrará cualquiera sea el número de acciones presentes con derecho a voto.

ARTÍCULO DECIMO QUINTO: Las asambleas serán presididas por el Presidente del directorio o su reemplazante, o en su defecto por la persona que designe la asamblea.

CAPITULO VII - UTILIDADES Y FONDO DE RESERVA.

ARTICULO DÉCIMO SEXTO: El ejercicio cierra el [___] de [_____] de cada año. A su cierre se confeccionarán los estados contables de acuerdo a las disposiciones legales, reglamentarias y técnicas en vigencia. La asamblea puede modificar la fecha de cierre de ejercicio inscribiendo la resolución pertinente en el Registro Público de Comercio y comunicándola a la autoridad de control. Las ganancias realizadas y líquidas se destinarán: a) El cinco por ciento hasta alcanzar el veinte por ciento del capital social, al fondo de reserva legal; b) remuneración del directorio y sindicatura. El saldo tendrá el destino que decida la asamblea. Los dividendos deben ser pagados en proporción a las respectivas integraciones dentro del año de su sanción.

CAPÍTULO VIII - LIQUIDACIÓN.

ARTÍCULO DÉCIMO SÉPTIMO: Producida la disolución de la sociedad, su liquidación estará a cargo del directorio actuante en ese momento o de una comisión liquidadora que podrá designar la asamblea, procediéndose en ambos casos bajo vigilancia de los síndicos o de la Comisión Fiscalizadora, en su caso. Cancelado el pasivo, reembolsado el capital, el remanente se distribuirá entre los accionistas a prorrata de sus respectivas integraciones.

5.2.11 RECOMENDACIONES PARA REALIZAR EL ACTA CONSTITUTIVA DE LAS SOCIEDADES POR ACCIONES

Se detallan algunas cuestiones que deberán tenerse en cuenta para evitar observaciones.

Respecto de la Denominación

- No se admiten nombres que induzcan a confusión a los terceros, por ejemplo no puede usarse uno que refiera a una actividad que no tenga relación con el objeto, así, si el objeto de la sociedad es agropecuaria no se admitirá que en la denominación se consigne la palabra industrial.

- La denominación se conforma con la sigla S.A., o las palabras Sociedad Anónima, seguidas del nombre. No agregue ambas a la denominación y use o S.A. o Sociedad Anónima, pero no las dos.

- Si se incluye en la denominación el nombre de una persona física, se requiere la conformidad del mismo con firma certificada ante escribano público. En caso que la persona esté fallecida, deberá obtenerse la autorización de los herederos en firma certificada ante escribano público y copia de la declaratoria judicial o del auto aprobatorio del testamento que los identifique.

- El nombre Argentina sólo puede ser usado por sociedades anónimas que tengan relación o dependencia con una sociedad extranjera.

- No se admitirá una denominación que ya haya sido usada por otra sociedad.

- La palabra “Grupo” sólo se admite si la sociedad anónima integra un grupo societario.

Sobre el objeto de la Sociedad Anónima

- Se admitirán objetos múltiples (varios). Téngase presente que si el objeto es múltiple, el capital social puede quedar manifiestamente desproporcionado con relación al mismo y ser objeto de una observación.

- El objeto debe ser preciso y determinado. Sea concreto al redactarlo y si son varios detállelos por separado.

- Si el objeto refiere al desarrollo de actividades profesionales, deben estar adecuado a los requerimientos de los respectivos Colegios.

Las firmas de todos los accionistas fundadores y de los integrantes titulares y suplentes del órgano de administración y de fiscalización que suscriben el acta constitutiva, deben estar certificadas por escribano público, y si la constitución se realizó por escritura pública debe adjuntarse el respectivo testimonio o copia certificada por escribano del mismo.

5.3 PRESENTACIÓN EN LA IGJ²

Sociedades por acciones

A) Formulario de constitución. Se obtiene desde esta página web, ingresando en "Formularios" y seleccionando el trámite "Constitución". A su vez, el Formulario de Reserva de denominación social, si ésta se hubiere efectuado y estuviese vigente.

B) Dictamen de precalificación profesional conforme al art. 49, inc. 2 del Anexo "A" de la Resolución General I.G.J. N° 7/05, emitido por escribano público. Asimismo, deberá acompañarse Dictamen de precalificación profesional de graduado en ciencias económicas en el caso que (i) todos o parte de los bienes aportados no sean sumas de dinero; o (ii) cuando participara como accionista otra sociedad (excepto cuando el objeto de la participante sea exclusivamente financiero o de inversión).

El profesional dictaminante deberá:

1- Expedirse sobre la capacidad de los constituyentes.

2- Dictaminar de conformidad con los recaudos requeridos por el art. 54 de la Resolución IGJ (G) N° 7/05 si los constituyentes son personas físicas y/o jurídicas y en este caso si han sido constituidas en la república o en el extranjero.

3-Si se registran socios que no fueren personas físicas, se deberá dictaminar:

i) Datos de personería jurídica, jurisdicción, capacidad para constituir y/o participar en sociedad comercial. Contratos de Fideicomisos Ley N° 24.441, cumplimiento Resolución (G) N° 02/2006.

ii) Número correlativo (de corresponder).

iii) Entidad extranjera:

a) Fecha último régimen informativo anual presentado.

²<http://www.jus.gob.ar/igj/tramites/guia-de-tramites/inscripcion-en-el-registro-publico-de-comercio/sociedades-comerciales/constitucion-de-sociedades.aspx>

b) Fecha último régimen informativo anual aprobado.

c) Fecha último estado contable presentado (art. 118 Ley N° 19.550).

La falta del diligente cumplimiento por la entidad extranjera de los subincisos a), b) o c), no obstará a la inscripción del presente trámite, siempre que los votos emitidos no fueran determinantes, por sí solos o en concurrencia con los de otros participantes, para la formación de la voluntad social.

iv) Entidades de bien público (sólo en caso de Sociedades Anónimas art 436 Res. IGJ 7/05)

a) Dictaminar si las acciones fueron adquiridas a título oneroso o gratuito (art 437 Res. IGJ 7/05).

4- Consignar la denominación social y en su caso expedirse respecto de las previsiones contenidas en los artículos 61 y 62 de la Resolución IGJ (G) N° 7/05.

5- Dictaminar si se formuló reserva de denominación y, en su caso, estado de vigencia de la misma.

6- Consignar la sede social y el modo de fijación de la misma (incluida en el articulado o fuera del mismo).

7- Consignar el capital social, cuadro de suscripción y forma de integración y si fuere en efectivo indicar la modalidad adoptada para su acreditación conforme alternativas normadas en el artículo 68 de la Resolución IGJ (G) N° 7/05.

8- Dictaminar si se aplicó el artículo 69 de la Resolución IGJ N° 7/2005.

9- Consignar el plazo de duración de la sociedad y la forma de su cómputo.

10- Consignar nómina y datos personales de los miembros de los órganos de administración y fiscalización en su caso, indicando la constitución del domicilio especial y expidiéndose sobre la aceptación de cargos, indicando el plazo de duración de los mandatos.

11- Dictaminar sobre el cumplimiento de la garantía que deben prestar los administradores sociales conforme artículos 75 y 76 de la Resolución IGJ (G) N° 7/05

12- Dictaminar sobre la precisión, determinación y unicidad del objeto social.

13- Consignar fecha de cierre de ejercicio económico.

14- Dictaminar sobre las causales de disolución previstas estatutariamente.

15- Dictaminar sobre los recaudos de incorporación de herederos.

16- Dictaminar sobre las limitaciones y restricciones contractuales respecto al régimen de transferencia de acciones y cesiones de cuotas.

17- Dictaminar si la sociedad se encuentra comprendida en alguno de los supuestos del artículo 299 de la Ley 19.550, especificando el inciso correspondiente.

18- Dictaminar sobre la pluralidad de socios.

C) Primer testimonio de escritura pública de constitución.

D) Instrumento de fijación de la sede social, en el caso que la misma no conste en el acto constitutivo, conforme lo dispuesto por el art. 65 del Anexo "A" de la Resolución General I.G.J. N° 7/05.

E) Documentación que acredite la aceptación del cargo por parte de los integrantes de los órganos de administración y fiscalización, en su caso, si no comparecieron al acto constitutivo, con sus firmas certificadas notarialmente o ratificadas ante este Organismo.

F) Documentación que acredite la constitución de la garantía que deben prestar los directores titulares conforme lo previsto por el art. 75 del Anexo "A" de la Resolución General I.G.J. N° 7/05. En caso que el director haya obtenido un seguro de caución podrá acompañarse copia de la póliza de seguro de caución correspondiente suscripta por el profesional dictaminante.

G) Constancia de la publicación prevista por el art. 10 de la Ley N° 19.550 en el Boletín Oficial.

H) Acreditación de la integración de los aportes. Al efecto deberá acompañarse el original correspondiente a la boleta del depósito realizado en el Banco de la Nación Argentina de aportes dinerarios y/o la documentación que corresponda a aportes no dinerarios o la documentación que acredite el modo opcional previsto en el art. 68 incs. 1 y 2 del Anexo "A" de la Resolución General I.G.J. N° 7/05, en su caso. El depósito de los aportes dinerarios debe ser por el mismo porcentaje previsto en el contrato social el cual legalmente no puede ser inferior a un veinticinco por ciento. Con respecto a la realización de aportes en especie resultan aplicables los arts. 69 a 73 del Anexo "A" de la Resolución General I.G.J. N° 7/05. Al efecto, deberá proveerse la documentación allí indicada en cada caso.

I) Copia simple y protocolar de la documentación indicada en los apartados (C), (D) y (E) anteriores y copia protocolar del apartado (B).

J) Comprobante de pago de la tasa de constitución.

K) Declaración Jurada Resolución General IGJ N° 16/12 sobre la condición de Persona Expuesta Políticamente: debe ser presentada por los administradores y miembros del órgano de fiscalización.

En el Anexo III se presenta un modelo de edicto con la publicación de la constitución de una Sociedad Regular, en este caso una S.R.L.

5.4 INSCRIPCIÓN DE SOCIEDADES EN AFIP – RG 2337/07 – RG 10/97³

En el caso que el trámite no registre errores, el titular o la persona debidamente autorizada con formulario 3283 (ver Anexo I) deberá concurrir en el plazo de los 30 días corridos desde la fecha de aceptación del trámite a la agenda de la AFIP que le corresponde según el domicilio fiscal de la sociedad, muñido de los elementos que a continuación se detallan:

-F420/J (ver Anexo I)

-Acuse de recibo de la presentación de la declaración jurada
-Comprobante de la aprobación del trámite

-La documentación que lo acredite como representante legal o persona debidamente autorizada en los términos de la RG 2239/07

-La documentación respaldatoria que a continuación se detalla

1- Original y copia o copia certificada del estatuto o contrato social y, en su caso, el acta de directorio o del instrumento emanado del órgano máximo de la sociedad, donde se fije el domicilio legal.

2- Original y copia o copia certificada del DNI (Ley 17671 del registro nacional de las personas) de los responsables de la sociedad (directores, socios gerentes o consejeros y fundadores, según documentación de constitución), hasta un máximo de cinco (5).

³ http://www.afip.gov.ar/genericos/guiaDeTramites/categoria_list_detail.aspx?id_padre=2

3- Constancia de inicio del trámite de inscripción ante el registro correspondiente. No podrán inscribirse como sociedades en formación las UTE, asociaciones, Fideicomisos, Cooperativas.

4- Cumplimentar la RG 1349/02 – Domicilio fiscal (si los elementos están a nombre de uno de los socios, el mismo deberá confeccionar una nota en carácter de DDJJ cediendo el domicilio, con una firma debidamente certificada).

5- Los directores titulares o socios gerentes deberán registrar:

- actividad 741401 (titular SA) o 741402 8gte. SRL) según corresponda
- condición ante el IVA (exento o inscripto)
- alta en autónomos en condición de director y/o socio gerente

5.5 INSCRIPCIÓN EN RENTAS DE CÓRDOBA– INGRESOS BRUTOS⁴

Desde febrero de 2012 el trámite de alta de Ingresos Brutos se puede realizar por el sitio web de la Dirección General de Rentas en drgrcba.gov.ar. Paso previo se debe habilitar este servicio en el sitio web de la AFIP, en el llamado Administrador de Relaciones, habilitando allí la Dirección General de Rentas de Córdoba. Luego se ingresa en el sitio web de la DGR con la clave fiscal que se obtuvo de la AFIP.

El trámite también se puede realizar de forma presencial en la sede de la DGR en Rivera Indarte 748. En este caso, se detalla a continuación el procedimiento para inscripción y baja en el impuesto

ARTÍCULO 247^o.- Los contribuyentes y/o responsables deberán inscribirse dentro de los treinta (30) días siguientes a la fecha de iniciación de actividades, pudiendo efectuar la presentación del formulario respectivo hasta diez (10) días antes del inicio de la actividad y la Dirección General de Rentas le otorgará el respectivo número de inscripción a partir de los tres (3) días de presentado el formulario de inscripción y la documentación exigida en los artículos siguientes.

Los Agentes de Retención Percepción y/o Recaudación que sean nominados por la Secretaría de Ingresos Públicos conforme el Decreto N° 443/2004, deberán

⁴ <http://portaldetramites.cba.gov.ar/p/1124>

encontrarse inscriptos a la fecha en que deben comenzar a actuar como tales, conforme la respectiva norma.

ARTÍCULO 248º.- A los efectos de su inscripción, los contribuyentes del impuesto y/o Agentes de Retención, Recaudación y/o Percepción, deberán presentar ante esta Dirección -Sede Central o Delegaciones, según corresponda, en función del domicilio tributario que posean-, lo siguiente:

I) Formulario de "Alta, Baja y Modificación del Sujeto Pasivo / F-900" cumplimentando los requisitos y adjuntando las constancias que se requieren en el Artículo 249º de la presente (ver Anexo II). Estas formalidades deberán ser presentadas por cada contribuyente y/o Agente, por cada responsable y apoderado del mismo y por cada integrante de las sociedades de hecho. En caso de que ya se hubiere operado el Alta como Sujeto Pasivo, se deberá presentar la fotocopia del F-900, considerando si correspondiese lo dispuesto por el Artículo 253º de la presente. En el caso de que oportunamente no se hubiere realizado el alta se deberá cumplimentar, con los requisitos dispuestos en el citado Artículo 249º.

II) Formulario "Alta, Baja y Modificación Impuesto sobre los Ingresos Brutos / F-300 ", cuando corresponda, "Anexo al F-300: Declaración Jurada Impuesto sobre los Ingresos Brutos" cumplimentando los requisitos y adjuntando las constancias que se requieren en el Artículo 250º de la presente. (Ver Anexo II)

Este formulario será presentado -únicamente- por contribuyentes no comprendidos en el régimen del Convenio Multilateral.

Los formularios citados en los puntos I) y II) precedentes deberán ser suscriptos por:

Director, Gerente, Presidente, o Representante Legal, en el caso de sociedades regularmente constituidas y otras entidades mencionadas en el Artículo 22 del Código Tributario, Ley Nº 6006 T.O. 2004 y Modificatorias.

La presentación de los formularios mencionados en puntos I) y II) se efectuará por duplicado. En ningún caso deberá contener enmiendas o correcciones, excepto que las mismas se encuentren salvadas con la firma del contribuyente y/o responsable, según corresponda.

ARTÍCULO 249º.- Juntamente con el Formulario de “Alta, Baja y Modificación del Sujeto Pasivo / F-300” citado en el punto I) del artículo anterior, deberá acompañarse lo siguiente:

Para acreditar la existencia del Sujeto Pasivo (persona física o jurídica), se deberá presentar:

Sociedades constituidas regularmente: Fotocopia del Estatuto o Contrato Social y de la constancia de inscripción -actualizada- ante los respectivos órganos de contralor.

A los fines de acreditar la existencia del domicilio tributario (PUNTO SUSTITUIDO POR R.N. N° 8 (B.O. 15 Y 16/05/08):

Sociedades Regularmente Constituidas y demás Entidades mencionadas en el Artículo 22 del Código Tributario, Ley N° 6006 - T.O. 2004 y sus modificatorias -excepto las indicadas en el punto anterior-: Fotocopia del Acta de Directorio o instrumento emanado del órgano máximo de la Sociedad, donde se fija el lugar donde se encuentra la administración o dirección de la misma, salvo que constare en el Contrato Social o Estatuto.

Para acreditar la personería del firmante:

Sociedades o Entidades mencionadas en el Artículo 22 del Código Tributario, Ley N° 6006 - T.O.2004 y sus modificatorias -excepto Sociedades de Hecho-: Fotocopia del acta de designación de autoridades, actualizada, salvo que constare en el Contrato Social o Estatuto.

Se deberá adjuntar, según corresponda, constancia de la Clave Única de Identificación Tributaria (C.U.I.T.), Clave Única de Identificación Laboral (C.U.I.L.) o Clave de Identificación (C.D.I.) de cada firmante, otorgada por la AFIP.

ARTÍCULO 250º.- Juntamente con el Formulario “Alta, Baja y Modificación Impuesto sobre los Ingresos Brutos / F-300”, aquellos contribuyentes que encuadren en el Régimen especial del Artículo 184 del Código Tributario, Ley N° 6006 - T.O. 2004 y sus modificatorias, o en el régimen intermedio previsto en la Ley Impositiva Anual, deberán adjuntar Formulario Anexo al F-300 completo en todos sus rubros, acompañado del Inventario de Bienes de Cambio y el detalle de Bienes de Uso a la fecha de inicio de actividad, a partir de la cual se solicita la inclusión en el respectivo régimen, debiendo cumplimentar los requisitos previstos en la Sección 2 del Capítulo 2 del Título IV de la

presente Resolución, a los efectos de determinar el encuadramiento en los distintos regímenes de tributación.

5.5.1 LEY 7232 – PROMOCIÓN TURISMO

El gobierno de la provincia de Córdoba, mediante la ley 7232, establece un régimen de Promoción y Desarrollo Turístico, otorgando beneficios impositivos a quienes lleven a cabo proyectos turísticos que alcanzan tanto al propio proyecto como a sus inversores. Estos beneficios constan, en términos generales, en exenciones o diferimiento en el pago del impuesto sobre los ingresos brutos, exención en el pago del impuesto Inmobiliario y exención en el pago del Impuesto de Sellos. (Ver Anexo V)

5.6 MUNICIPALIDAD DE CÓRDOBA – DEPARTAMENTO DE COMERCIO E INDUSTRIA⁵

Sociedades Regulares (S.R.L. S.A. U.T.E. Cooperativas Mutuales Entidades Civiles, Etc.).

a) Formulario F1 por triplicado. Se le entregará un ejemplar al cual el solicitante le sacará 2 (dos) fotocopias. (Ver Anexo IV)

b) Titular (uno de los socios) con D.N.I. original y fotocopia de 1 y 2 hoja y cambio de domicilio. En ausencia del titular, solicitar firma certificada (policía, banco o escribano) asimismo deberá requerirse el documento original y su fotocopia. En caso de firmar apoderado acreditar tal condición mediante escritura y/o contrato etc. (original y copia) y D.N.I. / L.E. / L.C. (original y copia).

c) Timbrado \$215.00.- Caja Municipal.

d) Cedulón de la contribución que incide sobre los inmuebles del local dónde se realice la actividad, o del domicilio particular en caso de ser actividades "sin local".

e) Informe de Factibilidad. El mismo se obtiene en Ventanilla Única – Habilitación de Negocios – o a través del sitio web www.cordoba.gov.ar, opción Ventanilla Única. Quedan exceptuadas de este requisito actividades sin local y aquellas que, por sus características, necesiten autorización de otras Direcciones.

⁵<http://www2.cordoba.gov.ar/portal/wp-content/uploads/downloads/2014/07/F1ComercioeIndustria.pdf>

f) Constancia de N° de C.U.I.T. otorgada por A.F.I.P.

g) Contrato social y/o Estatutos inscriptos en el registro correspondiente.

h) Si la Sociedad se encuentra en Formación, deberá aportar la correspondiente Solicitud de Inscripción en el Registro Público de

Comercio; en este caso el trámite de inscripción deberá contener la firma de todos los socios con sus respectivos DNI - Según la actividad que se inscriba necesitará la visación de otras reparticiones.

Habilitación Municipal

Dado que en este paso los trámites varían de acuerdo a la actividad, acá solamente se dará un breve sumario de los trámites a realizar.

La habilitación municipal es necesaria al menos en los siguientes casos:

-Cuando exista un local dedicado a la actividad con atención al público. Este deberá ser habilitado.

-Cuando la actividad involucre la venta de sustancias alimenticias.

-Cuando se trate de un establecimiento de transporte de Sustancias Alimenticias, Plaguicidas o Pirotecnia.

La Municipalidad podrá requerir los siguientes documentos:

Localización del inmueble.

Certificado Final de Servicio contra Incendio (Bomberos).

Plan de evacuación.

Protocolo de análisis bromatológico de los productos a comercializar.

Resolución de Planificación Ambiental.

Disposición de la Secretaría de Turismo de la Nación.

Categorización de la Agencia Córdoba Turismo.

Resolución de la Lotería de la Provincia de Córdoba.

Procedimiento para realizar trámite de habilitación de negocios con el sistema de ventanilla única⁶

El nuevo sistema para la habilitación de negocios plantea cambios en la modalidad de realización de los trámites, en busca de transparencia, agilidad y eficiencia en los procesos de habilitación. Esta nueva modalidad permite a empresarios asesorarse y gestionar la habilitación de sus negocios ante la Municipalidad de Córdoba vía internet.

Este sistema fija todas las pautas técnicas y administrativas para el inicio de una actividad económica y busca facilitar la tramitación de solicitudes de habilitaciones realizando de oficio los trámites internos entre reparticiones de la Municipalidad una vez presentados los requisitos respectivos.

Para llevar a cabo exitosamente esta operación basta simplemente con seguir el procedimiento que se detalla a continuación:

El interesado en habilitar un negocio debe ingresar a la web de la Municipalidad de Córdoba: www.cordoba.gov.ar y posteriormente hacer click en la pestaña “trámites”. Una vez dentro de esta sección deberá seleccionar la imagen que refiere a “Habilitación de negocios”. Una vez en ella, se desplegará el menú propio del sistema de habilitación por “Ventanilla Única”. Allí, el contribuyente deberá registrarse y solicitar la “factibilidad” para instalar un establecimiento comercial en un determinado lugar de la ciudad.

Posteriormente, en función de la información ingresada en el paso previo, el interesado obtendrá un informe en el cual se detallará:

- Qué requisitos debe cumplir.
- Qué documentación debe disponer.
- Nivel de riesgo de la actividad que está registrando. (*)

(*) Las actividades económicas se clasifican según el riesgo sobre bienes, trabajadores, público, ambiente o comunidad. Las mismas, se encuentran detalladas en la tabla presente en el Anexo I de la Ordenanza N° 12052

Así, encontramos las siguientes categorías:

⁶ Cámara de Comercio de Córdoba. <http://www.camcomcba.com.ar/ventanilla>

Actividades de riesgo muy bajo: Son aquellas especificadas por la tabla Anexo I de la Ordenanza N° 12052 y aquellas que no superen los 150 metros cuadrados ni posean depósitos.

Actividades de riesgo bajo: Son aquellas especificadas por la tabla Anexo I de la Ordenanza N° 12052 o aquellas que son realizadas por establecimientos de más de 150 metros cuadrados y hasta 500 metros cuadrados, sin depósitos.

Para estas dos categorías se debe presentar la solicitud de habilitación (declaración jurada) y, posteriormente, la Municipalidad hará una inspección para la habilitación definitiva.

Corresponde advertir que, en estos casos, si al momento de la inspección para la habilitación definitiva se constata que el solicitante no ha cumplido con las exigencias a las que se comprometió en la declaración jurada, se aplicará clausura automática del local, sin perjuicio de sanciones complementarias

Actividades de riesgo intermedio: Son aquellas especificadas por la tabla Anexo I de la Ordenanza N° 12052 o aquellas que: Son Realizadas por establecimientos que tengan depósitos o superen los 500 metros cuadrados.

Para la presente categoría, a la solicitud e inspección previa se agrega la necesidad de tener la certificación de un profesional en Seguridad e Higiene y protección contra incendio. El profesional mencionado deberá, además, brindar un curso al personal.

Actividades de Riesgo Alto: Son aquellas especificadas por la tabla Anexo I de la Ordenanza N° 12052 o aquellas que podrían provocar daños por su actividad sobre los bienes, el ambiente, los trabajadores y/o la comunidad

Para esta categoría, además de la solicitud (que sólo puede presentarse en el Palacio 6 de Julio) y de la inspección previa, se requiere la certificación de Bomberos de la Provincia.

Una vez que el interesado dispone del Informe al que alude el punto 2, cuenta con una vigencia de 30 días para concurrir a inscribirse a la Dirección de Recursos Tributarios y, luego, puede presentar la solicitud de habilitación para su negocio.

Realizados estos pasos, la Dirección de Habilitación de la Municipalidad de Córdoba se comunicará, vía e-mail o telefónicamente, con el contribuyente para

informar sobre avances en su trámite y, según sea pertinente, solicitar posibles requisitos y/o documentos faltantes.

Requisitos particulares referentes a hoteles, hosterías, moteles, residenciales, hospedajes, pensiones, apart-hoteles, hostels, alquiler temporario de departamentos y casas amuebladas y alojamiento por hora

Art. 92º.- LOS establecimientos que prestan los servicios de hoteles, hosterías, moteles, residenciales, hospedajes, pensiones, apart-hoteles, hostels, alquiler temporario de departamentos y casas amuebladas y alojamiento por hora; deberán cumplir con los siguientes requisitos particulares, sin perjuicio de lo dispuesto por las normas de edificación:

a) Los establecimientos de alojamiento turístico tipificados en la Ley N° 6.483 y su

Decreto Reglamentario N° 1359/00, tales como hoteles, moteles, hosterías, residenciales, etc. deberán cumplimentar los siguientes requisitos particulares, sin perjuicio de los que para su categorización establezcan las reglamentaciones respectivas:

a.1) Resolución de localización expedida por la Dirección de Obras Privadas y Uso del Suelo;

a.2) Certificado de categorización de Agencia Córdoba Turismo;

a.3) Si posee natatorio debe cumplir con la Ordenanza N° 11.566;

a.4) Si posee bar o restaurante debe cumplir con la Ordenanza N° 11.683 y sus modificatorias;

a.5) Certificado de área protegida a través de un servicio de emergencias;

a.6) Certificado de desinfección expedido por empresa registrada por la Municipalidad de Córdoba;

a.7) Carnets sanitarios del personal;

b) Las pensiones deberán cumplir con los siguientes requisitos particulares:

b.1) Llevar un libro de pensionistas foliado, sellado y rubricado por la Autoridad de Aplicación, en el que deberá asentar los siguientes datos:

i) Nombre, apellido, edad, último lugar de residencia y número de documento de los pensionistas.

ii) Certificado de estudios actualizado para residir en pensiones estudiantiles.

iii) Fecha de ingreso a la pensión.

iv) Plazo de contratación.

v) Fecha de egreso.

vi) En caso de que el pensionista sea menor de edad, deberá constar la autorización firmada por el padre o tutor para residir en el establecimiento.

b.2) Cumplimentar los siguientes requisitos de infraestructura:

i) Las pensiones deberán funcionar en edificaciones construidas a tales fines o debidamente acondicionadas a su destino.

ii) Las habitaciones deberán tener un mínimo de ocho metros cuadrados (8 m²) afectados a los servicios por persona hospedada.

iii) Los baños de uso común deberán tener inodoro, lavatorio, bidet y ducha como mínimo y podrán ser compartidos por hasta cinco (5) personas del mismo sexo.

iv) Las cocinas de uso común deberán tener artefacto de cocina, heladera, bacha, mesada, alacena y utensilios de uso común como mínimo.

v) Brindar espacios diferenciados y debidamente acondicionados para ser utilizados como comedor y como lavadero por los pensionistas.

vi) Las pensiones estudiantiles deberán brindar un espacio debidamente acondicionado para ser utilizado como sala de estudio por los pensionistas.

vii) Exhibir en su fachada un cartel visible que las identifique según su categoría.

viii) Dictar un reglamento interno sobre el uso de los servicios que brindan, que contemple normas de convivencia, seguridad e higiene de quienes habiten en las mismas.

ix) Prohibir la instalación de garrafas, cocinas o artefactos similares (braseros u otros de fabricación casera) en las habitaciones, que pudieran poner en riesgo la seguridad de quienes ocupen el establecimiento.

c) Los hoteles por hora deberán cumplir con los siguientes requisitos particulares:

c.1) Resolución de localización expedida por la Dirección de Obras Privadas y Uso del Suelo;

c.2) Certificado de desinfección expedido por empresa registrada por la Municipalidad de Córdoba;

c.3) Carnet sanitario y DNI de todo el personal;

c.4) Cumplimentar los siguientes requisitos de infraestructura:

i) Todo hotel por hora deberá funcionar en locales destinados única y exclusivamente para ello, tener como mínimo diez (10) habitaciones, cada una con su respectivo baño privado y servicio adicional de cochera.

ii) Cada habitación deberá contar con baño privado con servicio completo (agua caliente, lavabo, inodoro, bidet, ducha, dos juegos de toallas, papel higiénico y desinfectante).

iii) La provisión de agua deberá proceder de conexiones a la red de distribución pública o de redes de distribución de loteos con autorización oficial, para prestar servicio de provisión de agua o de perforaciones.

iv) Cada habitación poseerá calefactor y extractor de aire o aire acondicionado y teléfono interno.

v) El establecimiento deberá poseer medios de comunicación al exterior.

vi) Contar con botiquín de primeros auxilios.

vii) En caso de servir comidas y bebidas en las habitaciones, se deberá contar con las debidas instalaciones para la higiene de la vajilla.

CONCLUSIÓN

De acuerdo a los estudios realizados, teniendo en cuenta los aspectos de mercado, técnico, organizacional, legal y económico-financiero para el montaje de un Hotel Corporativo de 3*, se puede concluir que existen oportunidades de crecimiento y expansión que hacen viable llevar a cabo el emprendimiento, es decir, el proyecto de inversión es rentable.

Del estudio de Mercado se obtuvo información relevante respecto a la oportunidad para el emprendimiento de prestar sus servicios en la ciudad de Córdoba. Esto se sustenta con el crecimiento del 180 por ciento alcanzado por la Argentina como organizadora de eventos internacionales, a nivel mundial. Este crecimiento se debió a las acciones llevadas adelante por la Secretaría de Turismo de la Nación (Sectur) y el Instituto de Promoción Turística (Inprotur) en conjunto con los sectores privados, con el objetivo de posicionar al país en el top 15 de los principales destinos del mundo. Sí mismo, la localización del emprendimiento en la ciudad de Córdoba con la configuración de negocios propuesta, permitirá trabajar rentablemente con una tarifa menor a la existente en la categoría y obtener niveles de ocupación superiores al promedio del mercado.

A través de la ingeniería del proyecto, se puso de manifiesto la magnitud del proyecto, la capacidad y aptitud del emprendimiento, junto con todas las implementaciones necesarias para el montaje del Hotel, determinando: localización, producto a ofrecer, infraestructura, instalaciones, y activos de trabajo, entre otros.

Respecto a la estructura organizativa se cuenta con los recursos humanos necesarios para el funcionamiento óptimo del proyecto en las zonas propuestas.

Finalmente, gracias al estudio económico-financiero se pudo construir un flujo de fondos, cuyos resultados arrojan un VAN positivo y una TIR superior al costo de oportunidad. Y haciendo un análisis de sensibilidad del proyecto respecto del precio del terreno, se demuestra que el punto de inflexión a partir del cual el proyecto deja de tener relevancia ($TIR = \text{Costo de Oportunidad del } 14\%$ y $VAN = 0$) se alcanza con valores del terreno de incidencia u\$s 350 / m² construible (valor estimativo de u\$s 1,1 Millones o más).

Si bien el proyecto es viable desde todas las perspectivas analizadas en el presente Trabajo, ello no significa que el emprendimiento produzca en el futuro la rentabilidad requerida por el inversor, ya que hay otras variables que no fueron tenidas en cuenta en los supuestos con los cuales se trabajó, que afectarían el normal desenvolvimiento de la actividad.

Dentro de lo señalado en el párrafo anterior, se encuentran aquellos aspectos coyunturales y estructurales propios de la situación económica, social y financiera del país. Entre los primeros se puede mencionar las restricciones de tipo cambiario que impiden la compra de moneda extranjera, lo cual afecta el poder de adquisición de maquinarias y equipos importados, sumado a ello la vigente restricción de las importaciones que impiden el acceso al mercado local de productos importados, algunos de ellos fundamentales para el óptimo desarrollo de la actividad hotelera. Con respecto a los problemas estructurales, se puede mencionar el aumento sostenido y generalizado del nivel de precios, el cual distorsiona la información para una correcta toma de decisiones.

Concluida la investigación, se recomienda la ejecución del proyecto ya que existen todas las condiciones necesarias para su realización.

BIBLIOGRAFÍA

Baca Urbina, G. (2002). *Evaluación de proyectos*. México: Mcgraw Hill

Ilpes (1981) *Guía para la presentación de proyectos*. México: siglo XXI.

Longenecker, J. (2001) *Administración de pequeñas empresas un enfoque emprendedor*. México: Internacional Thompson editores.

Morales Castro, J. (2003). *Proyectos de inversión en la práctica*. México: Gasca Sicco.

Sapag, N. (2000). *Preparación y evaluación de proyectos*. Madrid: Mcgraw hill.

Fontaine, E. (1999) *Evaluación social de proyectos*. Chile: Alfaomega.

Miranda Miranda, J. (2005). *Gestión de Proyectos. Identificación, Formulación y Evaluación*. Bogotá: MM Editores.

Ley de Sociedades Comerciales.

Recursos de Internet

<http://www.afip.gob.ar/>

<https://www.dgrcba.gov.ar/gxpsites/hqxpp001?1,3,144,P,S,0,,>

<http://www.cba.gov.ar/>

<http://portaldetramites.cba.gov.ar/v/1159>

<http://www2.cordoba.gov.ar/portal/index.php/secretaria-de-economia-y-finanzas/direccion-general-de-recursos-tributarios/informacion/formularios-comercio-e-industria/>

<http://www.cordobaturismo.gov.ar/wp-content/uploads/2013/02/5Ley7232.pdf>

ANEXOS

INSTITUTO UNIVERSITARIO AERONÁUTICO

Don con domicilio en

..... C.I.-L.E.-L.C.-D.N.I. (a) N° autoriza a Don.....

..... nacido el...../...../..... de estado civil

con domicilio en C.I.-L.E.-L.C.-D.N.I. (a) N° para que, con relación al impuesto (b) lo represente ante la Administración Federal de Ingresos Públicos con las facultades indicadas en los puntos (c) de los transcritos a continuación.

1) Notificarse en expedientes y sumarios;
2) Solicitar y retirar valores;
3) Firmar Declaraciones Juradas y solicitudes de plazo o prórroga, aceptar determinaciones presuntivas y ajustes de Declaraciones Juradas presentadas;
4) Retirar documentación agregada a expedientes y actuaciones cuyo desglose se haya acordado y efectuar gestiones relacionadas con las Disposiciones reglamentarias o administrativas exigidas por el carácter de la inscripción.
5) Firmar recibos provisionales o definitivos;
6) Firmar letras o cualquier otro documento que impone obligación de pago;
7) Interponer recursos administrativos referente a la liquidación o discusión del gravamen;
8) Alegar defensa o interponer recursos ante la Administración, en las actuaciones que se promuevan con motivo de infracciones que pudieran imputar sele con respecto a las leyes del citado gravamen y ofrecer o aportar pruebas con relación a cualesquiera de las situaciones enunciadas en el punto 7 y en el presente;
9) Percibir el importe de devoluciones;
10) Renunciar a la prescripción ganada o al término corrido de la prescripción y reconocer deuda.

Otro:

Deja constancia asimismo que esta autorización podrá caducar por la voluntad de ambas partes o por la de una de ellas, previa comunicación a la Administración Federal de Ingresos Públicos. De conformidad con lo expuesto, ambas partes firman al pie, en a los días del mes de del año.....

..... Firma del Autorizado

..... Firma del Autorizante

..... Firma y sello del empleado actuante o de la persona que autentique la firma del autorizante(d).

..... Firma del agente de la AFIP actuante

(a) Táchese lo que no corresponda. (b) Debe confeccionarse una autorización para cada impuesto. (c) En letras y en números. (d) Cuando la autorización no se otorgue ante empleados de la Administración, la firma del autorizante deberá ser autenticada por: instituciones bancarias, jueces de paz, jefes de registro civil, comisarios de policía, escribanos o notarios de todo el país, con facultades certificadas según las normas de la jurisdicción en que actúen.

Fuente: <http://www.afip.gov.ar/genericos/formularios/archivos/pdf/f3283.pdf>

INSTITUTO UNIVERSITARIO AERONÁUTICO

 RÉGIMEN DE INSCRIPCIÓN DE SOCIEDADES F. 420/J		Firma	Clave Única de Identificación Tributaria			
			Número Verificador			
		Sello fechador de recepción	Carácter	Secuencia	Fecha Instr. Const.	Fecha Presentación

Datos de la Entidad	
Denominación Social y Otros	
Denominación Social	
Tipo Societario Sigla Tipo Societario Jurisdicción Jurisdicción Localidad Fecha de Instrumento Constitutivo Duración de la Sociedad (Años) Desde Fecha Reg. / Desde Fecha Ins. Constitutivo Motivo del Trámite Artículo 118 / Artículo 123 Con Sindicatura / Sin Sindicatura Soc. Art. 299 LSC Incisos Jurisdicción País de Origen Jurisdicción Provincia de Origen Número de Trámite IGJ/RPC Desistimiento del Trámite	

Domicilio Legal	
Calle Sector Piso Manzana Tipo Barrio Localidad Provincia E- mail	Número Torre Dpto / Of / Loc. Barrio Municipio Partido / Dpto. Código Postal E-mail Tipo

Domicilio Fiscal	
Calle Sector Piso Manzana Tipo Barrio Localidad Provincia E- mail	Número Torre Dpto / Of / Loc. Barrio Municipio Partido / Dpto. Código Postal E- mail Tipo

Datos de Interés Fiscal	
Mes de Cierre del Ejercicio Aportes Dinerarios Cantidad de Partes Acciones o Cuotas	Capital Social Aportes No Dinerarios Valor de Acciones o Cuotas

Declaro que los datos consignados en este formulario son correctos y completos y que he confeccionado la presente utilizando el programa aplicativo (software) entregado y aprobado por la AFIP, sin omitir ni falsear dato alguno que deba contener, siendo fiel expresión de la verdad.

INSTITUTO UNIVERSITARIO AERONÁUTICO

 RÉGIMEN DE INSCRIPCIÓN DE SOCIEDADES F. 420/J	Sello fechador de recepción	Firma	Clave Única de Identificación Tributaria			
			Número Verificador			
		Carácter	Secuencia	Fecha Instr. Const.	Fecha Presentación	
Integrantes, Autoridades y otros Cargos						

Declaro que los datos consignados en este formulario son correctos y completos y que he confeccionado la presente utilizando el programa aplicativo (software) entregado y aprobado por la AFIP, sin omitir ni falsear dato alguno que deba contener, siendo fiel expresión de la verdad.

Fuente: <http://www.afip.gov.ar/genericos/formularios/archivos/pdf/f420J.pdf>

INSTITUTO UNIVERSITARIO AERONÁUTICO

 DIRECCIÓN GENERAL DE RENTAS	 Ministerio de FINANZAS	 GOBIERNO DE LA PROVINCIA DE CORDOBA																								
IMPUESTO SOBRE LOS INGRESOS BRUTOS DECLARACIÓN JURADA		ANEXO F-300 Rev. 01																								
Sujeto Pasivo																										
Apellido y Nombre o Razón Social _____																										
N° Inscripción Impuesto s/ los Ing. Brutos <div style="display: flex; justify-content: space-between;"> □□□□ - □□□□□□ - □ Cuit □□ - □□□□□□□□ - □ </div>																										
		Sello de Recepción y Firma																								
Caracterización del Contribuyente																										
A- ACTIVO TOTAL (Excepto inmuebles) al/...../.....		\$.....																								
-Disponibilidades		\$.....																								
-Créditos		\$.....																								
-Bienes de Cambio (A valores de Reposición) ADJUNTAR INVENTARIO		\$.....																								
-Bienes de Uso (A valores de Venta en Plaza) ADJUNTAR DETALLE		\$.....																								
-Otros (Detallar)		\$.....																								
B- PERSONAS Y/O EMPLEADOS AFECTADOS A LA ACTIVIDAD EXCLUIDO EL TITULAR		(Cant.) N°.....																								
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 5%;">N°</th> <th style="width: 45%;">Apellido y Nombre</th> <th style="width: 30%;">Documento: Tipo y Número</th> <th style="width: 20%;">Parentesco / Empleado</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>1</td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>2</td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>3</td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>4</td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>5</td><td></td><td></td><td></td></tr> </tbody> </table>			N°	Apellido y Nombre	Documento: Tipo y Número	Parentesco / Empleado	1				2				3				4				5			
N°	Apellido y Nombre	Documento: Tipo y Número	Parentesco / Empleado																							
1																										
2																										
3																										
4																										
5																										
C- ACTIVIDAD: Operativa del Rubro (Especificar)																										
D- CAPACIDAD DE ALOJAMIENTO: Hospedaje, Pensión o Similares (Cantidad de Personas) N°.....																										
<p>El que suscribe, en su carácter de de la entidad, afirma que los datos consignados en este formulario son correctos y completos, y que esta declaración se ha confeccionado sin omitir ni falsear dato alguno que deba contener, siendo fiel expresión de la verdad, como asimismo auténticas las firmas de los responsables del rubro.</p>																										
Lugar y Fecha:..... Firma y Sello.....																										
Documentación que Adjunta (Uso DGR)																										
<input type="checkbox"/> Inventario de Bs. de Cambio	<input type="checkbox"/> Copia de Última DDJJ Aportes y Contribuciones al Régimen de Seguridad Social	<input type="checkbox"/> Copia de Título Automotor																								
<input type="checkbox"/> Inventario de Bs. de Uso	<input type="checkbox"/> Certificación de Ingresos Mensuales Año inmediato anterior	<input type="checkbox"/> Copia de Título Habilitante																								
<input type="checkbox"/> Const. de Inscripción en I.V.A.	<input type="checkbox"/> Copia del Libro I.V.A. Ventas Año Anterior	<input type="checkbox"/> Copia de Habilitación Municipal																								
<input type="checkbox"/> Const. de Inscripción Monotributo		<input type="checkbox"/> Otros.....																								

Fuente: <http://portaldetramites.cba.gov.ar/p/1124>

INSTITUTO UNIVERSITARIO AERONÁUTICO

 DIRECCIÓN GENERAL DE RENTAS	 Ministerio de FINANZAS	 GOBIERNO DE LA PROVINCIA DE CORDOBA
IMPUESTO SOBRE LOS INGRESOS BRUTOS CONTRIBUYENTE - CONSTANCIA DE INSCRIPCIÓN		F-306 Rev. 00

DATOS DEL CONTRIBUYENTE	
N° DE INSCRIPCIÓN:	N° DE CUIT:
RAZÓN SOCIAL / NOMBRE Y APELLIDO:	Fecha de Inscripción o Reinscripción:
Régimen Legal:	Fecha de impresión de pantalla:
Actividades:	
Domicilio:	
Fecha Cese:	
Fecha Sello:	
La presente es la ÚNICA CONSTANCIA válida de Inscripción / Cese como CONTRIBUYENTES en el Impuesto sobre los Ingresos Brutos, conforme lo dispuesto en la Resolución Normativa N° 1 vigente de la DGR.	

Fuente: <http://portaldetramites.cba.gov.ar/p/1124>

		
ALTA, BAJA Y MODIFICACIÓN DEL SUJETO PASIVO		F-900 Rev. 01 Página 1 de 2

Número de C.U.I.T.:														
1- MOTIVO DE LA PRESENTACION														
ALTA			BAJA			MODIFICACION								
Inscripción.	Por Vinculo		Cese	Fallecimiento.		Domicilio	Razón Social			Responsables		Otros		
Fecha de Alta – Baja o Modificación:/...../.....														
2- SUJETO PASIVO														
Persona Física														
Tipo de Documento			Extranjeros			Nº Documento						Sexo		
DNI	LE	LC	CI	PTE								F	M	
Apellido y Nombre:														
Fecha de Nacimiento			Teléfono			Fax			E - mail					
...../...../.....														
Estado Civil		<input type="checkbox"/> Soltero		<input type="checkbox"/> Casado		<input type="checkbox"/> Viudo		<input type="checkbox"/> Divorciado		<input type="checkbox"/> No Informado				
Persona Jurídica														
NATURALEZA JURIDICA														
SA	SRL	CP / AC	COLEC	CAP + IND	COM SMP	SOC DE HECHO	SA CON PART EST	MIXTA	COOP	EMPR EST	ASOC	UTE	OTRAS	
230	220	250	210	260	240	290	300	280	270	410	330	600	510	
Razón Social														
Nº de Inscripción como Persona Jurídica				Fecha de Inscripción como Persona Jurídica				Fecha de Expiración como Persona Jurídica				Fecha de Cierre de Ejercicio		
3- DOMICILIO FISCAL														
Calle / Ruta														
Nº de Puerta					Código Postal					Barrio				
Entrada					Manzana					Km.				
Monoblock / Torre					Sector					Casa / Lote				
Departamento / Oficina					Cuerpo					Piso				
Localidad					Provincia					Delegación			Uso DGR	
<input type="checkbox"/> Inmueble Propio			<input type="checkbox"/> Locación			<input type="checkbox"/> Usufructo			<input type="checkbox"/> Comodato			<input type="checkbox"/> Otros		
4- SUCESIONES INDIVISAS (Con Auto de Declaratoria de Herederos)														
Fecha de Fallecimiento					Nº de Autos					Juzgado				
Nº de Juzgado					Secretaría					Nº de Secretaría				

ANEXO III: Modelo de publicación en el Registro Público de Comercio

 GOBIERNO DE LA PROVINCIA DE CÓRDOBA	BOLETIN OFICIAL	
3ª SECCIÓN: CIVILES Y COMERCIALES	AÑO XCVII - TOMO DXXXVI - N° 176 CORDOBA, (R.A)	MARTES 22 DE SETIEMBRE DE 2009 www.boletinoficialcba.gov.ar E-mail: boletinoficialweb@cba.gov.ar
PRIMERA PUBLICACIÓN		

H & M HOTELES S.R.L.

Constitución de Sociedad

Acta constitutiva estatuto: 19/8/2009. Socios: Héctor Hugo Ferreyra de 56 años de edad, nacido el 19 de abril de 1953, casado, argentino, comerciante, domiciliado en calle Blas Pascal N° 6381, de B° Villa Belgrano, de esta ciudad de Córdoba, Provincia de Córdoba, República Argentina, DN N° 10.683.733 y Maraia Angélica Vidal de 54 años de edad, nacido el 23 de julio de 1955, casada, argentina, comerciante, domiciliado en calle Blas Pascal N° 6381, de B° Villa Belgrano de esta ciudad de Córdoba, República Argentina, DNI N° 11.741.478. Denominación social: H & M Hoteles S.R.L. Domicilio social: Deán Funes N° 1347, B° Santa Ana, de esta ciudad de Córdoba, Provincia de Córdoba, República Argentina. Objeto social: la sociedad tiene por objeto actuando por nombre propio y/o de terceros y/o asociada a terceros: la explotación comercial de la actividad hotelera y gastronómica en todas sus formas, a tales fines podrá: a) Prestar servicios de alojamiento con o sin limpieza, con o sin servicios de mucama, con o sin servicios de bar o cafetería, b) Prestar servicios de restaurante, bar, confitería, o cafetería, de expendio de alimentos y/o bebidas para consumo dentro o fuera del establecimiento, de catering de servicios de comidas y bebidas para fiestas o eventos así como la organización de fiestas y eventos, tanto en establecimientos propios o a cuya explotación hubieran accedido en virtud de concesiones o permisos de cualquier naturaleza, ya sea con fines económicos, benéficos, culturales, de apoyo o en ámbito de distintas actividades comerciales, deportivas de servicios, esparcimiento o industriales, cualesquiera sean las modalidades y tiempo de duración de los mismos. c) Prestar servicios de limpieza y lavado de prendas de vestir, ropa blanca, tintorería y lavado de vehículos de todo tipo, d) Contratar y organizar espectáculos y entretenimientos de todos tipo, tanto en las propias instalaciones del establecimiento como en ámbito a cuya explotación hubieran accedido en virtud de concesiones o permisos de cualquier naturaleza, ya sea con fines económicos,

benéficos, culturales, de apoyo o en ámbitos de distintas actividades comerciales, deportivas, de servicios, esparcimiento o industriales, cualesquiera sean las modalidades y tiempo de duración de los mismos. e) Prestar servicios de guarda de vehículos de todo tipo, ya sea en las propias instalaciones del establecimiento como en playas o cocheras contratadas a tales fines, f) Contratar pólizas de seguros de todo tipo para asegurar los bienes, el patrimonio tanto del personal de la firma como de los pasajeros y clientes. g) Organizar congresos, seminarios, jornadas, cursos y capacitaciones, tanto dentro de las propias instalaciones del establecimiento como en cualquier otro ámbito al que hubiera accedido la firma en función de contratos de todo tipo, h) En general toda aquella actividad que se encuentre relacionada con el servicio de hotelería y gastronomía. A los fines de la consecución de su objeto se encuentra facultada a intervenir en concursos de precios, licitaciones públicas o privadas, sean internacionales, nacionales, provinciales, municipales, de entidades autárquicas y/o descentralizadas, como así también la importación y exportación de maquinaria, equipos y elementos necesarios para el desarrollo de sus actividades. A tal fin, la sociedad tiene plena capacidad jurídica para adquirir derechos y contraer obligaciones. Plazo de duración: noventa y nueve (99) años. Capital social: el capital social lo constituye la suma de pesos Doce Mil (\$ 12.000), dividido en ciento veinte (120) cuotas sociales de Pesos Cien (\$ 100) cada una, que suscriben e integran los socios en este mismo acto, en las siguientes proporciones: a) Héctor Hugo Ferreyra, sesenta (60) cuotas sociales de pesos cien (\$ 100) cada una, equivalentes a Pesos Seis Mil (\$ 6.000) y que corresponden al cincuenta por ciento (50%) del capital social integrado. b) María Angélica Vidal, sesenta (60) cuotas sociales de pesos Cien (\$ 100) cada una, equivalentes a Pesos Seis Mil (\$ 6.000) y que corresponden al cincuenta por ciento (50%) del capital social integrado. El

capital que suscriben e integran los socios en su totalidad en este acto es mediante bienes muebles no registrables que se detallan y se encuentran valuados e inventariados conforme surge del Inventario y Avalúo realizado por los mismos socios y que en forma separada se acompaña y se lo tiene como parte integrante del presente contrato social. Los bienes de capital que aportan los socios son bienes fruto de su trabajo personal. La administración y representación de la sociedad estará a cargo de un socio gerente, en cuyo cargo es designado en este acto el socio Héctor Hugo Ferreyra, quien tendrá la representación legal de la sociedad, obligando a la misma mediante su firma, debiendo actuar conforme los derechos y obligaciones que las leyes establecen. El ejercicio económico anual comenzará el día primero de enero de cada año y cerrará el día treinta y uno de diciembre del mismo año. Juzgado de 1ª Inst. y 26ª Nom. (Concursos y Sociedades N° 2) en lo Civil y Comercial de la ciudad de Córdoba, Provincia de Córdoba, Secretaría a cargo de la Dra. Adriana Lagorio de García. Autos: "H & M Hoteles SRL - Inscr. Reg. Púb. Com. Constitución" (Expte. N° 17183335/36).

N° 21490 - § 295

Fuente: http://www.boletinoficialcba.gov.ar/archivos09_02/220909_seccion3.pdf

INSTITUTO UNIVERSITARIO AERONÁUTICO

 Dirección General
de Recursos Tributarios

 **F1**
FORMULARIO INSCRIPCIÓN

 **MUNICIPALIDAD**
CIUDAD DE CÓRDOBA

Cuit titular: - /
Razón Social:

INTEGRANTES DE LA FIRMA

Apellido y Nombre:
Domicilio Particular
Calle
Barrio

N°

Firma

N° de Documento

Apellido y Nombre:
Domicilio Particular
Calle
Barrio

N°

Firma

N° de Documento

Apellido y Nombre:
Domicilio Particular
Calle
Barrio

N°

Firma

N° de Documento

Apellido y Nombre:
Domicilio Particular
Calle
Barrio

N°

Firma

N° de Documento

Apellido y Nombre:
Domicilio Particular
Calle
Barrio

N°

Firma

N° de Documento

CERTIFICACIÓN DE FIRMAS:

TIMBRADO

Cuit titular: - /
Razón Social:

INTEGRANTES DE LA FIRMA

Habilitación de Negocios

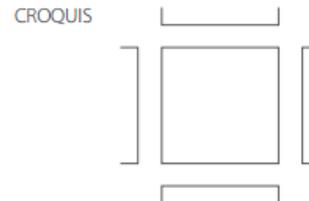
Obras Privadas

Medio Ambiente

Otras

Observaciones

Cuit titular: - /
Razón Social:



DIRECCIÓN GENERAL DE RECURSOS TRIBUTARIOS - DEPARTAMENTO COMERCIO E INDUSTRIA

Requisitos Inscripción Unipersonales

- Formulario F1 por triplicado.
- Titular con D.N.I./ L.C./ L.E. original y fotocopia de 1 y 2 hoja y cambio de domicilio. En ausencia del titular, solicitar firma certificada (policía, banco o escribano) asimismo deberá requerirse también en este caso el documento original y su fotocopia. En caso de firmar apoderado acreditar tal condición mediante escritura y/o contrato (original y copia) y D.N.I. / L.E. / L.C. (original y copia).
- Timbrado \$ 215.00.- Caja Municipal.
- Cedulón de la contribución que incide sobre los inmuebles del local dónde se realice la actividad, o del domicilio particular en caso de ser actividades "sin local".
- Informe de Factibilidad. El mismo se obtiene en Ventanilla Única – Habilitación de Negocios – o a través del sitio web www.cordoba.gov.ar, opción Ventanilla Única. Quedan exceptuadas de este requisito actividades sin local y aquellas que, por sus características, necesiten autorización de otras Direcciones.

Sociedad de hecho

- Formulario F1 por triplicado.
- Titulares (todos los socios) con D.N.I. original y fotocopia de 1 y 2 hoja y cambio de domicilio. En ausencia de algún o de todos los titulares, solicitar firma certificada (policía, banco o escribano) a la vez que se requiere el documento original y su fotocopia también en éste caso. En caso de firmar apoderado acreditar tal condición mediante escritura y/o contrato (original y copia) y D.N.I. / L.C. / L.E. (original y copia).
- Timbrado \$ 215.00.- Caja Municipal.
- Cedulón de la contribución que incide sobre los inmuebles del local dónde se realice la actividad, o del domicilio particular en caso de ser actividades "sin local".
- Informe de Factibilidad. El mismo se obtiene en Ventanilla Única – Habilitación de Negocios – o a través del sitio web www.cordoba.gov.ar, opción Ventanilla Única. Quedan exceptuadas de este requisito actividades sin local y aquellas que, por sus características, necesiten autorización de otras Direcciones.
- Constancia de N° de C.U.I.T. otorgada por A.F.I.P.

Sociedades Regulares (S.R.L. S.A. U.T.E. Cooperativas Mutuales Entidades Civiles, Etc.).

- Formulario F1 por triplicado. Se le entregará un ejemplar al cual el solicitante le sacará 2 (dos) fotocopias.
- Titular (uno de los socios) con D.N.I. original y fotocopia de 1 y 2 hoja y cambio de domicilio. En ausencia del titular, solicitar firma certificada (policía, banco o escribano) asimismo deberá requerirse el documento original y su fotocopia. En caso de firmar apoderado acreditar tal condición mediante escritura y/o contrato etc. (original y copia) y D.N.I. / L.E. / L.C. (original y copia).
- Timbrado \$215.00.- Caja Municipal.
- Cedulón de la contribución que incide sobre los inmuebles del local dónde se realice la actividad, o del domicilio particular en caso de ser actividades "sin local".
- Informe de Factibilidad. El mismo se obtiene en Ventanilla Única – Habilitación de Negocios – o a través del sitio web www.cordoba.gov.ar, opción Ventanilla Única. Quedan exceptuadas de este requisito actividades sin local y aquellas que, por sus características, necesiten autorización de otras Direcciones.
- Constancia de N° de C.U.I.T. otorgada por A.F.I.P.
- Contrato social y/o Estatutos inscriptos en el registro correspondiente.
- Si la Sociedad se encuentra en Formación, deberá aportar la correspondiente Solicitud de Inscripción en el Registro Público de Comercio; en este caso el trámite de inscripción deberá contener la firma de todos los socios con sus respectivos DNI - Según la actividad que se inscriba necesitará la visación de otras reparticiones.

Domicilio Especial: para cualquiera de los casos anteriores deberá presentar: Fotocopia de Recibo de Servicios Públicos (Gas, Luz, Agua, Telefonía fija, Tv por cable), del domicilio fijado que no tengan más de tres (3) meses de antigüedad y figuren a nombre del titular.

Timbrado \$ _____ -
Solicitar cedulón en Dpto. Comercio e Industria, Oficinas de Recursos Tributarios, C.P.C., o a través de <http://servicios.cordoba.gov.ar/tasas/>

Estos requisitos son generales. Pueden sufrir algún cambio o modificación según las particularidades de cada caso.

Fuente: <http://www2.cordoba.gov.ar/portal/wp-content/uploads/downloads/2014/07/F1-ComercioeIndustria.pdf>

ANEXO V: LEY N° 7232



Ministerio de Justicia
Dirección de Informática Jurídica

LEY 7232

**RÉGIMEN DE PROMOCIÓN Y DESARROLLO
TURÍSTICO**

**EL SENADO Y LA CÁMARA DE DIPUTADOS
DE LA PROVINCIA DE CÓRDOBA
SANCIONAN CON FUERZA DE:**

LEY 7232

Objeto y Zonas Promovidas.

Artículo 1°.- Declarase promovido a los fines del logro de los objetivos previstos por la ley N°5457, el desarrollo del sector turismo en todas las Áreas Turísticas y Rutas de Acceso .

Artículo 2°.- A los efectos de determinar los alcances y extensión de los beneficios establecidos en esta ley, instituyese dentro de las Áreas Turísticas y Rutas del Acceso definidas por el decreto N° 6270, una zona de "Especial Promoción" integrada por las áreas Norte, Noroeste, Sierras del Sur y Mar Chiquita; una zona de "Promoción A" constituida por las áreas Punilla con excepción del ejido Municipal correspondiente a Villa Carlos Paz, Capital -con excepción del ejido Municipal Ciudad de Córdoba, Calamuchita, Traslasierras y Sierras Chicas; y una zona de "Promoción B" compuesta por el ejido Municipal de Villa Carlos Paz, pertenecientes al área Punilla y el ejido Municipal ciudad de Córdoba correspondiente al Área Capital.

Para la construcción, equipamiento y comercialización de Hoteles de 4 y 5 estrellas se considerará zona de Especial Promoción a todo el ámbito de la provincia.

***Artículo 3°.-** A los fines de la presente Ley se promueve las siguientes acciones de conformidad con lo que establezca esta Ley y su Reglamentación:

a) La construcción y equipamiento de establecimientos nuevos destinados a la explotación de los alojamientos turísticos, ubicados en las Áreas Turísticas y Rutas de Acceso, que ofrezcan normalmente hospedaje o alojamiento en habitaciones amuebladas por períodos no menores al de una pernoctación a personal que no constituyen su domicilio permanente en ellas; como

así también los campamentos turísticos públicos y privados ubicados en esas mismas Áreas Turísticas y Rutas de Acceso. Todo ello debe encuadrarse dentro de alguna de las "clases" y "categorías" establecidas en la reglamentación respectiva.

Entiéndese por "Establecimientos Nuevos" a aquellos que al tiempo de sanción de esta Ley no tuvieren existencia física o que teniéndola nunca explotaron la actividad específica de alojamiento turístico.

La reglamentación determinará las "clases" y "categorías" de establecimientos promovidos según sus localizaciones dentro del ámbito de las Áreas Turísticas y Rutas de Acceso de conformidad con lo dispuesto por la Ley N° 6483 y su reglamentación.

Quedando exceptuados de los beneficios previstos en este inciso los llamados "hoteles alojamiento" "por hora" o "albergues transitorios".

b) La reforma, ampliación, mejora y equipamiento de los establecimientos existentes a que se refiere el inciso precedente que impliquen un cambio jerarquizado en la categoría del negocio según lo establecido por la Ley N° 6483 y su reglamentación.

Entiéndese por "Establecimientos Existentes" a aquellos que tuvieren una estructura edilicia adecuada al servicio que prestan o pretenden prestar y que estuviere o hubieren estado inscripto como tales aún cuando al tiempo de sanción de esta ley se encontraren cerrados.

No serán acreedores a los beneficios establecidos en este inciso, los llamados "Hoteles alojamientos", "por hora", o "albergues transitorios".

c) Las obras de infraestructura y equipamiento destinadas a la iniciación de la explotación de Congresos, Convenciones, Ferias y Actividades Culturales, Deportivas y Recreativas.

d) Las obras de infraestructura y equipamiento de establecimientos destinados a la iniciación de la explotación de servicios de comida en las condiciones y localizaciones que dentro de las Áreas Turísticas y Rutas de Acceso determine la reglamentación, excepto el ejido Municipal de Córdoba, en el área Capital.

e) La incorporación de unidades de transportes a las empresas de excursiones terrestres, lacustres y aéreas existentes o a constituirse, debidamente autorizadas, que cumplan circuitos turísticos aprobados por el organismo de aplicación.

f) Las prestaciones vinculadas al turismo receptivo que realicen dentro de la provincia, las agencias de pasaje, agencias de turismo, empresas de viajes y turismo y empresas de excursiones que hagan uso de cualquier medio de transporte adecuado y con finalidades de turismo.

g) La realización de acontecimientos de carácter cultural, científico, artístico y deportivo en el ámbito de la Provincia, que por su trascendencia el organismo de aplicación declare de interés turístico.

h) La producción, difusión y comercialización de artesanías autóctonas debidamente reconocidas.

i) La Publicidad que en forma individual o conjunta realicen las empresas destinadas a alguna de las actividades en artículo 4° de la Ley N° 5457, referidas al turismo respectivo, conforme lo establezca la reglamentación.

j) La colaboración que prestaren las empresas radicadas en la Provincia, cualquiera fuera la actividad que desarrollen, a los planes de Promoción, información, capacitación, equipamiento turístico complementario, recuperación y puesta en valor del patrimonio cultural, previa aprobación de la autoridad de aplicación, con exclusión de la publicidad de cualquier índole.

Instrumentos de Promoción

Artículo 4°.- El desarrollo turístico promovido en la presente Ley realizará mediante la utilización por parte del Estado Provincial de los siguientes instrumentos:

a) Exenciones impositivas.

b) Diferimiento en el cumplimiento de las obligaciones fiscales.

c) Créditos en condiciones de fomento, de conformidad con lo que dispongan las entidades crediticias correspondientes.

d) Venta en condiciones de fomento o cesión por cualquier título de bienes inmuebles integrantes del dominio privado del Estado Provincial.

e) Subsidios, Becas y Asistencia Técnica.

f) Provisión de infraestructura de servicios públicos esenciales dentro de las previsiones de los planes de gobierno, y de los respectivos créditos presupuestarios.

g) Integración en sociedades de economía mixta.

Beneficiarios

Artículo 5°.- Se encuentran comprendidos dentro de los alcances de esta ley las personas físicas o jurídicas legalmente constituidas que realicen alguna de las acciones promovidas en el artículo 3° y que el organismo de aplicación hubiere declarado "beneficiarios definitivos".

Artículo 6°.- A los fines de declaración de "beneficiarios definitivos" el solicitante, además de cumplir con las disposiciones de la presente ley y su reglamentación, deberá .

a) Constituir domicilio en el ámbito de la Provincia.

b) Realizar en forma regular la actividad promovida, a excepción de la acciones que revistan carácter eventual o transitorio y las previstas en el Art. 15.

c) Cumplimentar con las disposiciones legales que rigen la actividad de que se trata.

Artículo 7°.- No podrán ser beneficiarios:

a) Las personas que hubiesen sido condenadas por cualquier tipo de delito doloso con penas privativas de la libertad y/o inhabilitación mientras no haya transcurrido un tiempo igual al doble de la condena. En caso de persona jurídica la condena debe haber recaído en sus representantes o directores.

b) Las personas que al tiempo de concedérseles el beneficio tuvieren deudas exigibles e impagas a favor del Estado Nacional Provincial y/o Municipal, de carácter fiscal o previsional.

c) Las personas que registren antecedentes por incumplimiento de cualquier régimen de Promoción nacional o provincial.

Los procesos judiciales o actuaciones administrativas pendientes por los delitos, infracciones o incumplimientos a que se refieren los incisos precedentes paralizarán el trámite administrativo iniciado a los fines de esta Ley hasta que no se resuelva el caso en forma definitiva.

Artículo 8°.- Las personas que proyecten realizar alguna de las acciones previstas en el Art. 3° podrán solicitar al organismo de aplicación la declaración de "beneficiario provisorio" a cuyo fin deberán constituir domicilio en el ámbito de la provincia, y prestar garantía real ante la Dirección General de Rentas, y

cumplir con los requisitos que establezca la reglamentación.

El Organismo de Aplicación se expedirá mediante resolución, dentro de los treinta (30) días a contar desde que el solicitante hubiere cumplimentado la totalidad de los requisitos establecidos a ese fin.

Artículo 9°.- En la resolución aludida en el artículo anterior se fijará, según la naturaleza del Proyecto, el plazo dentro del cual se deberá comenzar en forma regular la actividad promovida. El plazo no podrá exceder de tres años corridos a contar desde la fecha de resolución pudiendo el Organismo de Aplicación prorrogarlo por un año a solicitud del interesado, debiendo probarse que por razones de fuerza mayor o caso fortuito no se ha podido cumplimentar la obligación asumida dentro del término establecido.

Artículo 10°.- La calidad de "Beneficiario Provisorio" se transformará en "definitiva" cuando se concluya la obra correspondiente y se comience a desarrollar en forma regular la actividad de que se trata a cuyo fin el Organismo de Aplicación deberá dictar la resolución correspondiente tan pronto como se acrediten tales circunstancias y se cumplieren los demás requisitos establecidos por esta Ley y su reglamentación.

Beneficios, Alcances, Extensión.

Artículo 11°.- Las personas declaradas beneficiarias de esta ley, según sea la acción que desarrollen en el sector turismo gozarán de los siguientes beneficios con la extensión y alcances que se establezcan en este artículo.

1) Cuando se trate de las acciones previstas en el artículo 3 inc a).

I) Exención en el pago del impuesto sobre los ingresos brutos del 100% por 15 años en las zonas de Especial Promoción, del 100% por 10 años en las zonas de Promoción "A" y del 100% por 5 años y el 50% por los subsiguientes en las zonas de Promoción "B".

Esta exención se refiere solo a la actividad promovida y correrá a partir del comienzo de la explotación de la actividad de que se trate.

II) Exención en el pago del impuesto Inmobiliario del 100% por 15 años en las zonas de Especial Promoción del 100% por 12 años en las zonas de Promoción "A"

y del 100% por 10 años en las zonas de Promoción "B".

III) Exención en el pago del Impuesto de Sellos del 100% por 15 años en las zonas de Especial Promoción del 100% por 12 años en las zonas de Promoción "A" y del 100% por 10 años en las zonas de Promoción "B". Las exenciones previstas en los incisos b) y c) tendrán carácter provisorio hasta que se comience a explotar la actividad de que se trata.

2) Cuando se trate de acciones previstas en el Art. 3 inc. b):

I) Exención en el pago de los impuestos sobre los Ingresos Brutos del 60% por 10 años en las zonas de Especial Promoción del 60% por 6 años en las zonas de Promoción "A" o del 40% por 6 años en las zonas de Promoción "B" y comenzará a regir a partir del momento en que se declare al peticionante "Beneficiario Definitivo".

II) Exención en el pago del Impuesto Inmobiliario del 100% por 10 años en las zonas de Especial Promoción del 100% por 8 años en las zonas de Promoción "A" y del 100% por 6 años en las zonas de Promoción "B".

III) Exenciones en el pago del impuesto de sellos, del 100% por 10 años en las zonas de Especial Promoción, del 100% por 8 años en las zonas de Promoción "A" y del 100% por 6 años en las zonas de Promoción "B".

3) Cuando se trate de las acciones previstas en el Art. 3° Inc. c):

I) Exención en el pago de los impuestos sobre los Ingresos Brutos del 100% por 15 años en las zonas de Especial Promoción del 100% por 10 años en las zonas de Promoción "A" y del 100% por 5 años y 50% por los 5 años subsiguientes en las zonas de Promoción "B".

Esta exención se refiere a la actividad promovida y correrá a partir del comienzo de la explotación de la actividad de que se trata.

II) Exenciones en el pago del Impuesto Inmobiliario del 100% por 15 años en las zonas de Especial Promoción del 100% por 12 años en las zonas de Promoción "A" y del 100% por 10 años en las zonas de Promoción "B".

III) Exenciones en el pago del Impuesto de Sellos del 100% por 15 años en las zonas de Especial Promoción del 100% por 12 años en las zonas de Promoción "A"

y del 100% por 10 años en las zonas de Promoción "B".

4) Cuando se trate de las acciones previstas en el artículo 3° inciso d):

I) Exención del pago del impuesto sobre los Ingresos Brutos del 100% por 15 años en las zonas de Especial Promoción, del 100% por 7 años y del 75% por los 5 años subsiguientes en las zonas de Promoción "B".

Esta exención se refiere solo a la actividad promovida y comenzará a regir a partir del comienzo de la explotación de la actividad de que se trata.

II) Exención del pago del Impuesto Inmobiliario del 100% por 15 años en las zonas de Especial Promoción del 100% por 12 años en las zonas de Promoción "A" y del 100% por 10 años en las zonas de Promoción "B".

III) Exención en el pago del impuesto de Sellos del 100% por 15 años en las zonas de Especial Promoción del 100% por 12 años en las zonas de Promoción "A" y del 100% por 10 años en las zonas de Promoción "B".

5) Cuando se trate de las acciones previstas en el Art. 3° Inc. e) :

I) Exención del pago de Impuesto sobre los Ingresos Brutos del 100% por 6 años, pero no más del 75% de la inversión realizada en las zonas de Promoción "A" y del 100% por 6 años pero no más del 50% de la inversión realizada, en las zonas de Promoción "B".

II) Exención del tributo establecido por Ley N° 3963 del 100% por 6 años en las zonas de Especial Promoción, de Promoción "A", y de Promoción "B".

Estas exenciones no podrán superar en su totalidad y por todo el período el 50% de la inversión realizada y empezará a regir a partir del momento que comience la prestación del servicio con las unidades incorporadas.

6) Cuando se trate de las acciones previstas en el Art. 3° Inc. f):

I) Exención del 100% en el pago de Impuesto sobre los Ingresos Brutos, todo el año, durante el lapso de 15 años en las zonas de Especial Promoción del 50% durante 10 años para las zonas de Promoción "A" y del 100% durante el periodo comprendido entre el 1 de abril y el 30 de junio, y el 1 de agosto y el 30 de noviembre en las zonas de Promoción "B" por un lapso de 5 años.

7) Cuando se trate de las acciones previstas en el Art. 3° Inc. j):

I) Exención en el pago del impuesto sobre los Ingresos Brutos igual al 100% de las sumas invertidas, en las zonas de Especial Promoción; exención igual al 75% de las sumas invertidas para las zonas de Promoción "A" y una exención igual al 50% de las sumas invertidas en las zonas de Promoción "B", sin perjuicio de lo establecido por el Art. 19.

8) Cuando se trate de las acciones previstas en el Art. 3° inciso l):

I) Exención del pago del impuesto sobre los Ingresos Brutos por un monto equivalente al 50% de las sumas invertidas en un ejercicio Fiscal, sin perjuicio de lo establecido en el Art. 19.

9) Cuando se trate de las acciones provistas en el Art. 3° inciso g) y h):

I) Otorgamiento de subsidios en forma y condiciones que establezca la reglamentación y la legislación general en la materia.

Artículo 12° Las exenciones del Impuesto Inmobiliario establecidas en el artículo precedente solo se operarán sobre el inmueble destinado a la explotación de la actividad para la cual fue otorgado el beneficio y comenzará a regir a partir de que se otorgue al solicitante el carácter de "beneficiario provisorio" y se comiencen a realizar las obras correspondientes.

Artículo 13°.- Las exenciones del impuesto de Sellos establecidas en el artículo 11, se referirán a los actos de adquisición o locación de bienes muebles o inmuebles destinados a la construcción, refacción o equipamiento del establecimiento de que se trate, a la constitución o transformación de sociedades vinculadas a la acción promovida y a todos los actos relacionados con la explotación que corresponda.

Esta exención comenzará a regir a partir de la declaración de "beneficiario provisorio" del solicitante.

Artículo 14°.- La Autoridad de Aplicación realizará las gestiones pertinentes ante los diversos organismos estatales para implementar distintos instrumentos de Promoción establecidos en el Art. 4° de la presente Ley.

Artículo 15°.- Las personas físicas o jurídicas que no se dediquen a ninguna de las actividades declaradas de interés turístico especial por la Ley N° 5457 y que realicen inversiones para desarrollar las acciones previstas en el Art. 3° Inc. a), c) y d) gozarán de exención o diferimiento en el pago del impuesto sobre los ingresos brutos cualquiera sea la actividad que hubiere generado ese tributo en proporción al inversión realizada, con los alcances y extensión que se determina en los artículos siguientes.

Artículo 16°.- El diferimiento establecido en el artículo anterior se concederá para las inversiones que se realicen en las áreas de Promoción y comprenderá al tributo correspondiente al período comprendido entre la iniciación de la obra y los tres años siguientes a su terminación, y comienzo de la explotación. El impuesto diferido deberá abonarse en tres anualidades consecutivas a partir de la finalización del período establecido en el párrafo precedente. Las sumas que por tal concepto deban abonarse serán reajustadas de conformidad con el índice de actualización que establezca la reglamentación y no devengará intereses.

Artículo 17°.- La exención establecida en el Artículo 15 se concederá para las inversiones que se realicen en las áreas de Especial Promoción y se extenderá hasta el comienzo de la explotación correspondiente con un máximo de tres años a partir de la fecha en la que se hubiere declarado al peticionante "beneficiario provisorio".

Esta exención podrá alcanzar hasta el 100% del tributo siempre que no supere, en su totalidad y por todo el periodo, el treinta por ciento de la inversión realizada.

Artículo 18°.- El beneficio establecido en el artículo anterior, con igual extensión y alcance se aplicará a las personas físicas o jurídicas que se encuentren desarrollando alguna de las actividades declaradas de interés turístico especial, por la Ley N° 5457, que realicen inversiones para desarrollar alguna de las acciones previstas en el Art. 3° inc. a), b), c) y d) en cualquiera de las áreas turísticas y rutas de acceso.

Artículo 19°.- Los beneficios establecidos en la presente ley con sus alcances y extensiones, en ningún caso podrán exceder el 100% de las obligaciones tributarias de que se trate.

Obligaciones y sanciones.

Artículo 20°.- El beneficiario queda obligado a desarrollar, por sí o por terceros, las actividades promovidas durante el plazo de vigencia de los beneficios.

Artículo 21°.- En caso de incumplimiento total o parcial de las disposiciones establecidas en esta ley y su reglamentación, imputable al beneficiario, este se hará pasible de las siguientes sanciones, las que serán impuestas por el organismo de aplicación:

- a) Pérdida de los beneficios acordados.
- b) Caducidad de los compromisos de venta, concesión, locación o comodato.
- c) Reintegro del subsidio acordado, reajustado según el índice de actualización que establezca la reglamentación e intereses.
- d) Exigibilidad del pago del tributo exento o diferido reajustado según el índice de actualización que establezca la reglamentación vigente e intereses.
- e) Exigibilidad del total de los préstamos acordados en la forma y condiciones que establezca la entidad crediticia otorgante del préstamo.
- f) Multas de hasta el 2% del monto actualizado de la inversión prevista, cuya graduación se fijará en la reglamentación.

Disposiciones generales

Artículo 22°.- La Subsecretaría de Turismo será el Organismo de Aplicación de la presente ley.

Artículo 23°.- Los plazos establecidos en esta ley se contarán en forma corrida.

Artículo 24°.- Las Municipalidades de la Provincia, podrán adherirse al régimen de esta ley. En tal caso cada Municipio determinará los beneficios a otorgar en esas jurisdicciones.

Artículo 25°.- El Poder Ejecutivo reglamentará la presente ley en el término de ciento ochenta (180) días de su vigencia.

Artículo 26°.- Comuníquese al Poder Ejecutivo.

GROSSO – CENDOYA – MOLARDO – MEDINA ALLENDE.

Fuente: <http://www.cordobaturismo.gov.ar/wp-content/uploads/2013/02/5Ley7232.pdf>

