



GUÍA PRÁCTICA JURÍDICA PARA EMPRENDIMIENTOS SOCIALES

REUTERS/ David W Cerny



TrustLaw

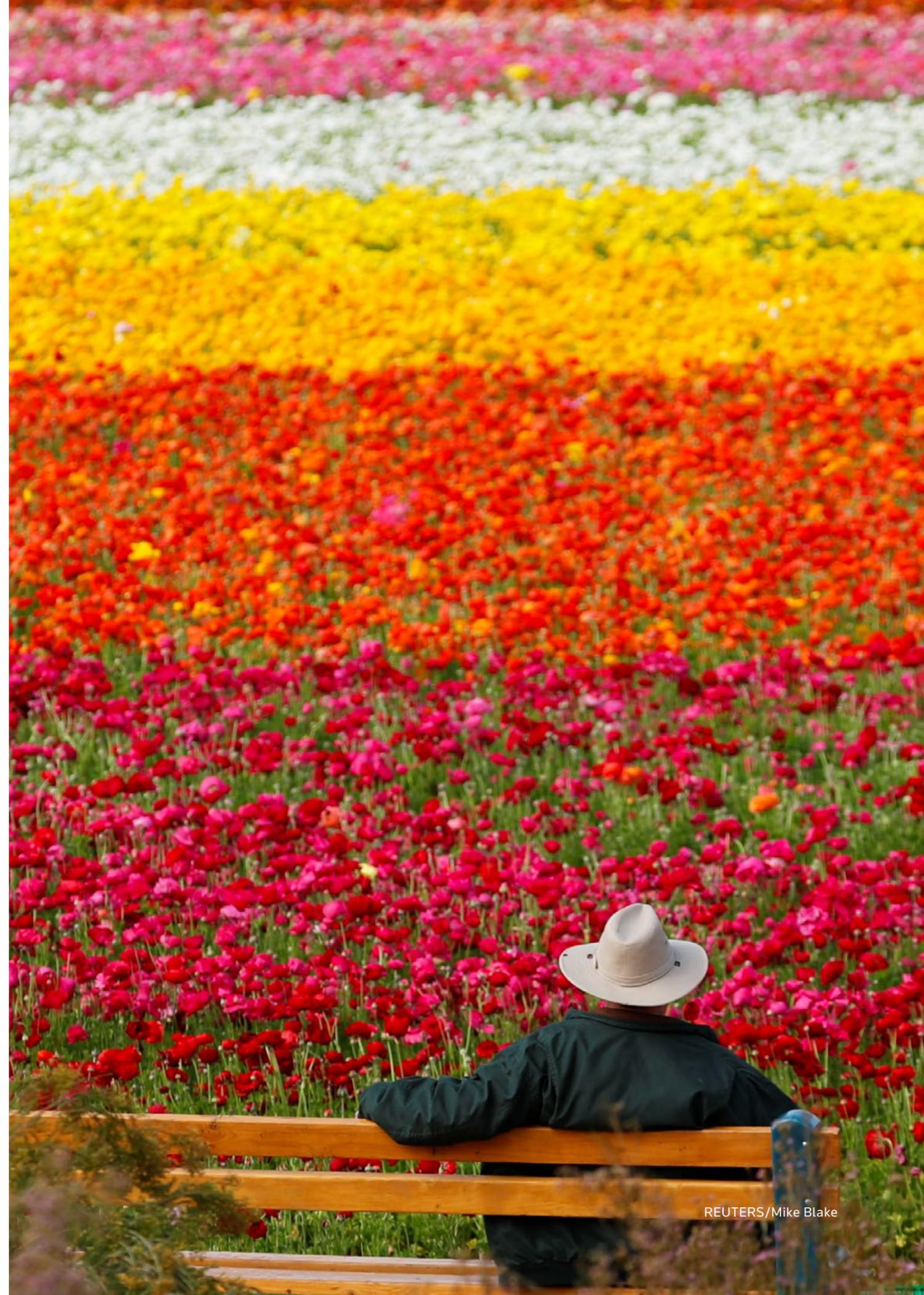
AGRADECIMIENTOS

La Fundación Thomson Reuters está inmensamente agradecida al equipo de voluntarios del Estudio Beccar Varela y a Keidos Impacto Legal, especialmente a Constanza Connolly, porque generosamente donaron su tiempo y experiencia a este proyecto, sin los cuales esta Guía no habría sido posible. Su continuo compromiso con el sector empresarial social brinda herramientas a aquellos emprendedores sociales que buscan no solo ser rentables, sino también alcanzar objetivos sociales y ambientales en Argentina, con el fin de que cuenten información jurídica y práctica necesaria para dar sus primeros pasos. Asimismo, queremos agradecer al Espacio de Negocios Inclusivos de la Escuela de Negocios de la Universidad Torcuato Di Tella por su actividad de coordinación general. En particular, quisiéramos agradecer a:

- **Equipo de Abogados Beccar Varela:**
Fernanda Mierez – Florencia Rosati – Maria Shakespear – Lujan Callaci – Maria Eduarda Noceti - Mercedes Pando – Dorothea Garff – Luz Patrón Costas – Jean Moreteau – Agostina Coniglio - Martin Ferraudi - Mariana Lamarca Vidal - Noelia De Belder - Florencia Cairella - Santiago Barbaran
- **Responsable sostenibilidad corporativa (Beccar Varela):** Evangelina Petrizza
- **Keidos - Dirección del Proyecto:** Constanza Connolly
- **Equipo de Espacio de Negocios Inclusivos de la Escuela de Negocios de la Universidad Torcuato Di Tella:**
Jaqueline Pels – Dirección General
Sabrina Faur – Coordinación del Proyecto
Marcela Delfino – Testimonianzas

Por último, un agradecimiento especial a las organizaciones que amablemente participaron en este proyecto y aportaron sus experiencias como testimonios para la presente Guía:

Manuel Saurí - Proyecto Agua Segura
A. Lorena Coria - La Rañatela
Gabriel P. Marcolongo - Yeeeu S.A. (Incluyeme.com)
Brenda Pignol Ramos - Libertate
María Celina Malvazo - De La Nada Asociación Civil
Alejandro Besuschio - Fundación Sagrada Familia





DESCARGO DE RESPONSABILIDAD

Los fines de este informe son puramente informativos. No se trata de una asesoría legal. Se recomienda a los lectores solicitar asistencia de abogados calificados para resolver sus asuntos específicos.

Nuestra intención es que el contenido del informe sea correcto y actualizado al momento de su publicación. Sin embargo, no garantizamos su precisión o completitud, especialmente dado un posible cambio de circunstancias luego de la publicación. ENI Di Tella - Espacio de Negocios Inclusivos de la Universidad Torcuato Di Tella, Beccar Varela, Keidos Impacto Legal y la Fundación Thomson Reuters no son responsables por acciones, omisiones o daños que surjan como consecuencia de haber confiado en el informe o alguna inexactitud que el mismo contenga.

Beccar Varela y Keidos Impacto Legal han generosamente brindado asistencia pro bono a ENI Di Tella - Espacio de Negocios Inclusivos de la Universidad Torcuato Di Tella. Sin embargo, los contenidos de este informe no se entenderán como un reflejo de la postura de Beccar Varela, Keidos o de los abogados que contribuyeron con este trabajo.

Del mismo modo, la Fundación Thomson Reuters está encantada de haber apoyado a nuestro miembro TrustLaw, ENI Di Tella - Espacio de Negocios Inclusivos de la Universidad Torcuato Di Tella, mediante el trabajo desarrollado en este informe, lo que incluye la publicación y la conexión pro bono que posibilitó esta investigación legal. Sin embargo, de acuerdo con los principios Thomson Reuters Trust Principles sobre independencia y acciones libre de sesgos, no tomamos postura sobre los contenidos o las opiniones aquí expresadas.



■ SOBRE TRF Y TRUSTLAW

Thomson Reuters Foundation es la fundación corporativa de Thomson Reuters, la compañía global de servicios de noticias e información. Como organización sin fines de lucro independiente, registrada en el Reino Unido y los Estados Unidos, trabajamos para promover la libertad de los medios de comunicación, fomentar economías más inclusivas y promover los derechos humanos. Mediante noticias, desarrollo de medios, asistencia legal gratuita e iniciativas de convocatoria, combinamos nuestros servicios únicos para impulsar el cambio.

TrustLaw es el servicio global de pro bono legal de la Thomson Reuters Foundation. Conectamos organizaciones de la sociedad civil y empresas sociales de alto impacto que trabajan para crear un cambio social y ambiental con las mejores firmas de abogados y equipos legales corporativos para brindarles asistencia legal gratuita. Apoyamos a alrededor de 6.000 organizaciones con asesoramiento pro bono en más de 180 países.

Alrededor de un tercio de los miembros de TrustLaw son empresas sociales. Además de conectarlos con equipos de abogados para proporcionarles servicios legales gratuitos, hemos pasado más de una década trabajando globalmente con actores claves en los sectores de emprendimiento social e inversión de impacto para desarrollar un conjunto de guías, recursos y capacitaciones innovadoras para facilitar a los emprendedores sociales el logro de sus objetivos.

En todo el mundo, el emprendimiento social está prosperando. Cada vez más organizaciones están adoptando un enfoque basado en el mercado para encontrar soluciones sostenibles y tener un impacto social positivo. Argentina no es una excepción; la inversión continúa prosperando a pesar de los desafíos actuales, y las personas y organizaciones que apoyan el espacio están encontrando formas nuevas y diversas de ayudar al creciente número de emprendedores sociales.

A través de nuestro trabajo en Argentina deseamos apoyar a los emprendedores sociales que ya han comenzado a dar sus primeros pasos a impulsar el cambio y crear impacto social. Esta guía está enfocada en aquellas empresas sociales que ya se encuentran constituidas pero que aún necesitan de herramientas jurídicas y prácticas, que sabemos son complejas, para mantener a sus objetivos sociales en marcha. Esperamos que la guía sea un recurso valioso de apoyo para los emprendedores sociales en el país.

Estamos inmensamente agradecidos a Beccar Varela y Keidos por la experticia, la dedicación y los amplios recursos que proporcionaron en la preparación de esta guía. Un agradecimiento especial a ENI Di Tella - Espacio de Negocios Inclusivos de la Universidad Torcuato Di Tella por sus importantes contribuciones en el desarrollo de esta guía.



Carolina Henriquez-Schmitz
Directora, TrustLaw
Thomson Reuters Foundation



■ SOBRE EL ENI DI TELLA

- Espacio de Negocios Inclusivos de la Universidad Torcuato Di Tella

Agradecemos a TrustLaw y al Estudio Beccar Varela la confianza depositada en el [Espacio de Negocios Inclusivos de la Escuela de Negocios de la Universidad Torcuato Di Tella](#) (ENI Di Tella) al invitarnos a escribir, en forma conjunta, la Guía Práctica Jurídica para Emprendimientos Sociales.

Esta Guía Práctica se encuentra en sintonía con otros proyectos llevados a cabo por el ENI Di Tella orientados al mundo del Impacto Social. En primer lugar, con el “Primer Relevamiento de Actores de los Negocios Inclusivos en Argentina, primera parte: Emprendimientos y PyMEs” (2012-2013). Dicho relevamiento dio cuenta que los emprendedores de impacto carecían de información de calidad sobre aspectos legales y jurídicos para la conformación de sus negocios, dando origen a la “Guía Legal para Emprendimientos Sociales en Argentina (2016)” realizada en colaboración con la Fundación Thomson Reuters, el Estudio Beccar Varela y Hewlett Packard Argentina S.R.L. y HP Inc. Argentina S.R.L. En segundo lugar, con la segunda parte del relevamiento: “Programas Con Impacto Social de las Grandes Empresas” (2014-2016) donde se aborda el cambio de paradigma por el sector empresarial. Asimismo, conjuntamente con el Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, desarrollamos el Manual “Emprender con Impacto”, que explica conceptos elementales de los aspectos legales e invita a consultar ambas Guías Prácticas.

En los últimos diez años, el ENI Di Tella ha estudiado y asesorado a diversos emprendimientos y proyectos de impacto. Aprendimos que una definición incorrecta de la figura legal a menudo crea restricciones y / o costos adicionales a medida que la iniciativa comienza a crecer y desarrollarse. Es fundamental una clara definición y comprensión de las consecuencias de estas elecciones; es por ello que decidimos realizar esta segunda Guía Práctica Jurídica para Emprendimientos Sociales.

Esperamos que sea de utilidad para los emprendimientos de impacto, y que les permita escalar y crecer en el marco de las nuevas economías.

Dra. Jaqueline Pels

Directora del Espacio de Negocios Inclusivos



■ SOBRE BECCAR VARELA

Fundado en 1897, [Beccar Varela](#) es un estudio jurídico integral líder de Argentina. Asesora a empresas nacionales e internacionales de diversas industrias en todas las áreas del derecho corporativo. Sus miembros comparten un legado de más de ciento veinte años que les permite construir una práctica innovadora y original, considerando tanto la experiencia de sus antecesores como el espíritu del derecho moderno.

El equipo de Beccar Varela siente pasión por la abogacía, ímpetu que ha impulsado el continuo crecimiento de la firma, tanto en épocas prósperas como desafiantes, llevándolo a estar en la vanguardia del sector legal. Beccar Varela ha sido galardonado con los más prestigiosos premios y reconocimientos en servicios legales a lo largo de su historia.

Beccar Varela es la firma de referencia en Argentina para clientes comprometidos con el desarrollo sustentable y que, con herramientas como la sostenibilidad corporativa y modelos de negocios centrados en el triple impacto y “ESG”, buscan ser parte del cambio de paradigma que exigen estos tiempos. Fue la primera firma de asesoramiento legal full-service de Argentina en unirse al Pacto Global de las Naciones Unidas (2016). Su estrategia de sostenibilidad corporativa da cuenta del compromiso asumido con sus miembros, sus clientes y la comunidad para hacer negocios de manera íntegra y sostenible.

Desde hace más de dos décadas, el equipo de trabajo pro-bono de Beccar Varela contribuye favoreciendo el acceso a la justicia a las comunidades más vulnerables y promueve un cambio genuino en la sociedad; esta Guía representa un paso más en este camino.

María Fernanda Mierez
Socia
ESG Practice Leader

■ SOBRE KEIDOS IMPACTO LEGAL

[Keidos Impacto Legal](#) es una consultora legal enfocada en generar, facilitar y/o escalar el impacto de las organizaciones que buscan incorporar la sostenibilidad en su ADN, trabajar en la construcción del mercado de impacto en Latinoamérica, y en el desarrollo de políticas públicas para la nueva economía de impacto. Su propósito es transformar la realidad con herramientas del derecho y potenciar organizaciones, para generar triple impacto positivo (económico, social, ambiental).

Keidos considera al derecho como un instrumento para la gestión del cambio, como un facilitador de infraestructura que posibilita nuevos modelos de negocios y organizaciones. En este sentido estamos convencidos que es necesario adecuar los marcos jurídicos existentes para fortalecer a los emprendimientos de impacto que están surgiendo hace más de diez años en el ecosistema en Argentina.

Participar en la elaboración de esta guía es nuestra forma de acercar herramientas legales a los emprendimientos de impacto con el fin de facilitar su proceso de crecimiento y escala.

Constanza Connolly

Co-fundadora
Keidos Impacto Legal



■ ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	14
CAPÍTULO 1:	17
Estructura jurídica.....	17
Puesta en marcha.....	17
CAPÍTULO 2: EQUIPO	29
Funcionamiento societario.....	30
Gobernanza y transparencia. ¿Cómo se ejecuta la administración de la entidad?	
Factores Ambientales, sociales y de gobernanza.....	38
Responsabilidad Penal Empresarial – Ventajas de tener un Programa de Integridad.....	48
Relaciones internas/externas de las organizaciones. Grupos de interés.....	55
Fuerza de trabajo.....	64
Responsabilidad genérica de los administradores.....	76
CAPÍTULO 3	79
Aspectos tributarios.....	79
Habilitaciones.....	87
CAPÍTULO 4	91
Propiedad intelectual.....	92
Protección de datos personales.....	96
Intermediarios en internet.....	105
CAPÍTULO 5	109
Escalabilidad.....	110
Inversiones de impacto.....	110
Otros instrumentos de financiamiento sostenible.....	112
CAPÍTULO 6	115
1. Defensa del consumidor.....	116
CONSEJO LEGAL, DE UN EMPRENDEDOR SOCIAL A OTRO.....	123

INTRODUCCIÓN

En el año 2016 los equipos de TrustLaw, Beccar Varela, Hewlett Packard Argentina S.R.L., HP Inc. Argentina S.R.L. y el ENI Di Tella publicamos en conjunto la [Primera Edición de la Guía para Emprendimientos sociales en Argentina: ¿Qué figura jurídica elegir para crear empresas de impacto social?](#), con el objetivo de facilitar a los emprendedores sociales la elección de una figura jurídica legal conforme a la normativa vigente.

Esta nueva Guía Práctica Jurídica para Emprendimientos Sociales, surge como continuación de la primera, con el objetivo de brindar a los emprendedores sociales que ya han formalizado su modelo de negocio con fines de lucro y/o sin fines de lucro en el marco de la ley argentina, la información jurídica y práctica necesaria que se requiera en las primeras etapas, luego de que la figura legal ha sido inscrita en el Registro Público correspondiente.

Sabemos que todas las organizaciones atraviesan diversos desafíos durante todo su ciclo de vida, especialmente en el contexto actual de Argentina. Por lo tanto, es importante evitar que las implicaciones legales se conviertan en barreras para las empresas y organizaciones sociales y, alternativamente, con el asesoramiento adecuado, estas pueden convertirse en instrumentos y oportunidades para su crecimiento y escala.

Esperamos que la presente Guía sea de utilidad para lograr las metas de crecimiento antes mencionadas que contribuyan al desarrollo de los Emprendimientos Sociales en Argentina.



■ CAPÍTULO 1

1. ESTRUCTURA JURÍDICA

En relación a cuáles son las figuras jurídicas legales para los emprendimientos sociales nos remitimos a la [“Primera Edición de la Guía para Emprendimientos Sociales en Argentina: ¿Qué figura jurídica elegir para crear empresas de impacto social?”](#).

2. PUESTA EN MARCHA

A. OBTENCIÓN DE LA CUIT

B. INSCRIPCIÓN DE AUTORIDADES SOCIETARIAS ANTE LA ADMINISTRACIÓN FEDERAL DE INGRESOS PÚBLICOS (AFIP)

C. CONSTITUCIÓN DE DOMICILIO FISCAL ELECTRÓNICO ANTE LA AFIP

D. APERTURA DE CUENTA BANCARIA

E. RÚBRICA DE LIBROS LEGALES Y CONTABLES Y DE SUELDOS Y JORNALES

F. REGISTRO DE MARCAS Y NOMBRES DE DOMINIO / PROTECCIÓN DE IP RELACIONADA A LA ENTIDAD

G. DATOS PERSONALES Y PRIVACIDAD



A. OBTENCIÓN DE LA CUIT

La obtención de la Clave Única de Identificación Tributaria (en adelante “CUIT”) significa un paso imprescindible en la puesta en marcha de cualquier emprendimiento.

La CUIT, es otorgada por la Administración Federal de Ingresos Públicos (en adelante “AFIP”) al momento de realizar la inscripción del emprendimiento ante dicho organismo.

La AFIP cuenta con un [Micrositio Régimen General](#) en el que se puede encontrar información detallada sobre los pasos a seguir para la inscripción y obtención de la CUIT, tanto para personas humanas como jurídicas.

Para el caso de personas jurídicas, el trámite de inscripción ante la AFIP consta de dos etapas:

(a) Etapa web

En primer lugar, se deberá generar el formulario “420/J”. Para ello se debe ingresar al [MÓDULO INSCRIPCIÓN DE PERSONAS JURÍDICAS \(M.I.P.J.\)](#) y utilizar el aplicativo F. 420/J- Versión 2.0.

Dicho formulario deberá presentarse en el aplicativo web de [AFIP “Presentación de DDJJ y Pagos”](#), al que se accede mediante la clave fiscal del representante legal de la entidad. Al realizar la presentación el sistema emitirá un acuse de recibo como constancia de la presentación efectuada, el cual deberá imprimirse y presentarse de manera presencial en la siguiente instancia (ver punto b).

Una vez presentada la solicitud, se deberá corroborar si fue aceptada ingresando con la clave fiscal al servicio [“Domicilio fiscal electrónico”](#). Si la solicitud fuese aceptada, deberá imprimirse la constancia de “aceptación del trámite”.

Etapa presencial¹

Dentro de los 30 días corridos de finalizada la etapa anterior (a), se deberá presentar en la dependencia de AFIP (para confirmar tu dependencia consulta este [link](#)) que corresponda al domicilio fiscal de la persona jurídica que se pretende inscribir, la siguiente documentación:

- ✓ El formulario de declaración jurada N°420/J generado por el aplicativo, firmado por el representante legal.
- ✓ El acuse de recibo de la presentación efectuada, firmado por el representante legal.
- ✓ La impresión de la “aceptación del trámite”, suscripta por el representante legal.
- ✓ Copia certificada del estatuto o contrato social con la constancia de inscripción ante el Registro Público de Comercio (“RPC”) correspondiente. Si se tratase de una sociedad en formación, deberá acompañarse la copia certificada de la constancia de inicio del trámite de inscripción ante el registro correspondiente.

¹ Verificar si al momento de requerirse el trámite, las agencias de la AFIP se encuentran atendiendo al público, ya que debido a la pandemia generada por el COVID-19, la mayor parte de las agencias permanecen cerradas al momento de emisión de esta guía. Por tal motivo, la AFIP ha habilitado una presentación digital para este trámite, con vigencia transitoria.

- ✓ Copia del documento de identidad del representante legal.

Una vez finalizado el trámite de inscripción, la AFIP asignará una CUIT.

En el caso de las sociedades comerciales domiciliadas en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, podrán obtener su CUIT al momento de realizar la inscripción ante la Inspección General de Justicia (en adelante “IGJ”) que está a cargo del RPC, sujeto al cumplimiento de los requisitos establecidos por la IGJ.

Debemos mencionar algunas consideraciones que se deben tener en cuenta al momento de realizar cualquier trámite ante la AFIP:

- ✓ Toda aquella firma que no sea efectuada ante el funcionario de la AFIP deberá estar certificada por escribano público.
- ✓ Las copias de la documentación que se acompañe a la presentación deberán estar certificadas por escribano público.
- ✓ Si la persona que realiza el trámite presencial en la AFIP no es el representante legal de la entidad, deberá concurrir con una autorización firmada por el representante legal (su firma deberá estar certificada por escribano público). La misma puede efectuarse a través del Formulario 3283.

B. INSCRIPCIÓN DE AUTORIDADES SOCIETARIAS ANTE LA AFIP – VINCULACIÓN DE CLAVE FISCAL

Obtenida la CUIT, ésta debe ser vinculada al representante legal de la entidad. La inscripción de las autoridades societarias ante la AFIP es un paso fundamental ya que las personas jurídicas, para poder utilizar los servicios informáticos habilitados de la AFIP y de aquellos organismos que utilicen su plataforma, sólo podrán hacerlo a través de la clave fiscal de su representante legal, quien quedará habilitado para ello a partir de su registración como tal.

El representante legal de la entidad funcionará como Administrador de Relaciones de la entidad ante AFIP. Esto es relevante en tanto el Administrador de Relaciones tendrá facultades para realizar distintas gestiones online en nombre de la entidad a través de la plataforma de [Trámites a Distancia](#). Adicionalmente, el administrador de relaciones podrá apoderar a terceras personas a realizar gestiones en nombre de la entidad en la plataforma mencionada.

Para realizar este trámite, la AFIP requiere que se presente la siguiente documentación ante la dependencia correspondiente al domicilio fiscal de la persona jurídica²:

- ✓ [Formulario 460/J](#), informando las autoridades de la persona jurídica. El formulario deberá ser firmado por el representante legal.

² Verificar si al momento de requerirse el trámite, las agencias de la AFIP se encuentran atendiendo al público, ya que debido a la pandemia generada por el COVID-19, la mayor parte de las agencias permanecen cerradas al momento de emisión de esta guía. Por tal motivo, la AFIP ha habilitado una presentación digital para este trámite, con vigencia transitoria.

- ✓ Copia del documento de identidad del firmante del Formulario 460/J.
- ✓ Copia certificada por escribano público de las normas que regulan el funcionamiento -contrato social, estatuto, etc.- de la persona jurídica.
- ✓ Copia certificada por escribano público de la documentación que acredite la designación de las autoridades de la entidad respectiva -acta de asamblea, acta de consejo de administración, acta de reunión de socios, etc-. La designación de los cargos deberá estar inscripta ante el RPC.
- ✓ Copia del documento de identidad del representante legal.
- ✓ Si la representación legal fuese plural (es decir que la ejerce más de una persona conjunta o individualmente), se deberá designar a uno de los representantes legales para realizar la vinculación. A tales efectos, se deberá acompañar una nota en el formato establecido en la [Resolución General N°1128](#), conforme al modelo del [Anexo I de la Resolución General \(AFIP\) 3713/15](#), con la firma certificada por escribano público de todos los representantes.

Algunas consideraciones a tener en cuenta para realizar este trámite en particular:

- ▶ Toda aquella firma que no sea efectuada ante el funcionario de la AFIP deberá estar certificada por escribano público.
- ▶ Las copias de la documentación que se acompañen a la presentación deberán estar certificadas por escribano público.
- ▶ Si quien realiza el trámite presencial no es el representante legal, la persona que concurra a la agencia de la AFIP, deberá contar con una autorización, efectuada a través del [Formulario 3283](#), firmado por el representante legal (su firma deberá estar certificada por escribano público).
- ▶ Para poder realizar la vinculación de la clave fiscal de la entidad, el representante legal deberá contar con una clave fiscal con [nivel de seguridad 3](#). En caso de no contar con clave fiscal o el nivel de seguridad mínimo necesario, deberá gestionarla previamente ante la AFIP.

C. CONSTITUCIÓN DE DOMICILIO FISCAL ELECTRÓNICO ANTE LA AFIP

El domicilio fiscal electrónico es un domicilio virtual, gratuito, personalizado y válido para la recepción de comunicaciones de la AFIP y otros organismos con la finalidad de facilitar el cumplimiento de las obligaciones.

La constitución del domicilio fiscal electrónico es obligatoria. De no cumplirse con este requerimiento, la constancia de inscripción ante la AFIP (comúnmente llamada "constancia de CUIT") se encontrará bloqueada y no podrá imprimirse.

La constitución de domicilio fiscal electrónico se efectúa a través del sitio web de la AFIP, ingresando con CUIT y clave fiscal. En este [link](#) se encuentra detallada una guía paso a paso para efectuar la adhesión al domicilio fiscal electrónico.

Las comunicaciones y notificaciones efectuadas al domicilio fiscal electrónico se considerarán notificadas en los siguientes momentos, el que ocurra primero:

- a) El día en que se proceda a la apertura del documento digital que contiene la comunicación o notificación; o,
- b) a las 00.00 horas del lunes inmediato posterior a la fecha en que las comunicaciones o notificaciones se encontraran disponibles.

Cuando el día fijado en los incisos a) y b) coincidan con un día feriado o inhábil, el momento de notificación de las comunicaciones y notificaciones se trasladará al primer día hábil inmediato siguiente.



Es recomendable revisar periódicamente el domicilio fiscal electrónico a efectos de verificar si se ha recibido alguna notificación.

D. APERTURA DE CUENTA BANCARIA

En líneas generales, la mayoría de las entidades bancarias solicitan los siguientes documentos para la apertura de la cuenta, los que podrán variar según el banco ante el cual sea solicitada: (i) la constancia de inscripción de la entidad ante el RPC; (ii) la constancia de CUIT; (iii) documentación respaldatoria de personería del solicitante (constancia de inscripción de su designación como autoridad ante el RPC). Eventualmente, el banco podría solicitar que la entidad demuestre su situación patrimonial.

E. RÚBRICA DE LIBROS LEGALES Y CONTABLES, Y DE SUELDOS Y JORNALES

A los efectos de mantener un registro de las resoluciones tomadas por la entidad, como así también de su contabilidad, todas ellas deben ser transcritas a libros. Estos libros operan como registro para la entidad, pero también son relevantes para terceros, incluyendo el RPC y otras autoridades que la controlen por su actividad. Como se mencionó, los libros contienen registros que reflejan información de la entidad, inclusive, pueden funcionar como elemento probatorio en un eventual juicio. Por ese motivo, es esencial que todos los libros estén rubricados y siempre actualizados.

Una rúbrica es una oblea mediante la cual el RPC vincula a un libro con la entidad. La Ley exige que todos los registros de las resoluciones de la entidad deban ser transcritos a libros rubricados.

¿Qué libros se deben rubricar?

Por un lado, deben rubricarse los libros societarios. En ellos deben transcribirse todas las resoluciones tomadas por los distintos órganos de la entidad. En paralelo, deben rubricarse libros contables donde se transcriben distintos registros que manifiestan la contabilidad de la entidad.

A continuación, se detallan los libros de carácter obligatorios:

TIPO DE LIBRO	NOMBRE DEL LIBRO	ENTIDAD QUE DEBERÍA CONTAR CON EL MISMO	FIN DEL LIBRO
Societario	Libro de actas del órgano de gobierno	Todas ³	Asentar todas las resoluciones adoptadas por el órgano de gobierno.
Societario	Libro de actas del órgano de administración	Todas	Asentar todas las resoluciones adoptadas por el órgano de administración.
Societario	Libro de Registro de Accionistas	Sociedad Anónima (S.A); Sociedad por Acciones Simplificadas (S.A.S), y Sociedad Anónima Unipersonal (S.A.U.)	Llevar registro de los accionistas de la Sociedad y cantidad de acciones en circulación. Allí podrán inscribirse los derechos reales (hipotecas, prenda, etc.) que los accionistas constituyan sobre sus acciones. Es fundamental mantener este libro actualizado dado que prueba quiénes son los accionistas.
Societario	Depósito de Acciones y Registro de Asistencia a Asambleas	S.A. y S.A.U.	Registrar los accionistas que comuniquen asistencia a asambleas y quienes efectivamente asistan a cada una.
Societario	Libro de Registro de Asociados	Asociaciones civiles	Llevar registro de los Asociados, sus fechas de alta, y fechas de baja.
Contable	Libro Diario	Todas	Registrar todos los asientos contables (todas las operaciones económicas) de la entidad en orden cronológico.
Contable	Libro de Inventario y Balance (*)	Todas	Transcribir todo el detalle de activos y pasivos de la entidad, junto con su patrimonio, y transcribir los estados contables de la entidad.
Contable	Libros de IVA compras e IVA ventas	Sociedad de Responsabilidad Limitada (S.R.L.), S.A., S.A.U., S.A.S. (obligatorios para figuras comerciales, en el caso SAS deben ser digitales)	Registrar resúmenes de compras y ventas de bienes y servicios realizadas por la entidad.
Laboral	Libro de sueldos y jornales (**)	Obligatorio para aquellas entidades que tienen empleados en relación de dependencia	Transcribir datos de cada empleado (algunos de ellos personales y otros específicos vinculados a su relación laboral con la entidad).

(*) Libro obligatorio por la Ley General de Sociedades (LGS).

(**) Se llevará en caso de contar con empleados.

³ En el caso de las fundaciones al contar con un único órgano (de administración y de gobierno) solo se contará con un solo libro de actas de reuniones del Consejo.

Las actas que se confeccionen por reuniones de ambos órganos (administración y gobierno) deben reflejar qué resoluciones tomó el órgano y con qué mayoría fueron tomadas, como así también quienes asistieron al acto. En otras palabras, las actas deben contener una síntesis de todo lo sucedido en la reunión de la cual dejan constancia, incluida toda la información que resulte relevante para los socios, administradores y terceros, considerando el valor probatorio de ellas.

Disposiciones comunes a todos los libros:

- ▶ Todos los libros deben ser archivados en la Sede social de la entidad registrada en RPC, a los efectos de que los distintos interesados puedan acceder a ellos con facilidad, tal como lo establece el Código Civil y Comercial.
- ▶ Todos los registros que se realicen deben ser cronológicos, ordenados por fecha.
- ▶ Está prohibido eliminar hojas de los libros, así como dejar intencionalmente espacios en blanco, alterar fechas y enumeraciones.
- ▶ Los libros deben ser foliados, es decir, sus fojas deben estar enumeradas.
- ▶ Todos aquellos errores que se efectúen al momento de transcribir actas o registros deben ser subsanados con nuevos asientos y no con tachaduras.

Obtención de rúbricas de libros

La solicitud de rúbricas puede hacerse vía la plataforma [Trámites a Distancia](#)⁴, seleccionando el trámite "Solicitud de Individualización y Rúbrica de libros". La documentación necesaria para el inicio del trámite es la siguiente:

- ✓ (a) Denominación de entidad;
- ✓ (b) CUIT de entidad operativa;
- ✓ (c) Detalle de libros cuya rúbrica se solicita (nombre y número de libros, cantidad de páginas de cada libro);
- ✓ (d) Última designación de autoridades inscripta ante IGJ;
- ✓ (e) Número de rúbrica del libro anterior (en caso de que se solicite la rúbrica de un libro continuador de uno completo).

⁴ A la fecha de publicación de esta guía su obtención vía TAD es reciente, por lo que es probable que no la hayan implementado todas las jurisdicciones. Cada jurisdicción cuenta con su registro público correspondiente por tanto, la solicitud de rúbricas y consecuente sistema TAD a utilizar varía conforme la jurisdicción en donde el emprendimiento este registrado.

ATENCIÓN

La solicitud de rúbricas solamente puede ser efectuada por un escribano público ante el Registro Público que corresponda según la jurisdicción en donde esté registrada la entidad.

La página del Sistema de Trámites a Distancia varía dependiendo de la jurisdicción en la que se encuentre registrada la entidad.



F. REGISTRO DE MARCAS Y NOMBRES DE DOMINIO / PROTECCIÓN DE IP RELACIONADA A LA ENTIDAD

Una marca es todo signo distintivo que permite diferenciar los productos o servicios de una empresa dentro del mercado, respecto de los de sus competidores. Una marca puede ser por ejemplo un nombre de fantasía o no, un logo, un dibujo, o incluso, aunque menos comunes, un perfume o un sonido, entre otros signos.

El registro de una marca le otorga a su dueño la propiedad y el uso exclusivo de la misma, y, en consecuencia, le permite impedir que cualquier persona use esa marca o una marca que sea confundible con ella sin su autorización. De este modo se busca evitar que terceros comercialicen productos o servicios similares con una marca que pueda inducir a error o confusión al consumidor.

El trámite de registro de una marca se realiza ante el Instituto Nacional de Propiedad Industrial⁵ (en adelante "INPI") ya sea en forma presencial en Avenida Paseo Colón 717 en la Ciudad de Buenos Aires, o a través del portal de trámites en su [sitio web](#).

Es conveniente iniciar el trámite de registro de la marca con la cual se distinguirá el negocio o emprendimiento con anticipación suficiente a su utilización, ya que el trámite ante el INPI puede demorar, en promedio, un año y medio desde su solicitud hasta la efectiva concesión del derecho sobre la marca.

ATENCIÓN

Es importante que, al momento en que se comience a utilizar la marca, el trámite de registro se encuentre avanzado, sino ya finalizado. Sugerimos que antes de determinar la denominación social de la entidad en sus estatutos, se haya iniciado el proceso de registro de marca.



Para más información sobre marcas y consideraciones a tener en cuenta previas al registro, consultar el capítulo 4 subsección [Propiedad Intelectual](#).

⁵ El derecho sobre una marca registrada es de alcance territorial limitado a la jurisdicción en la cual se solicita protección. Por ello, la marca deberá solicitarse para registro en cada uno de los países en los cuales desee utilizarse.

Registro del nombre de dominio

El nombre de dominio es el nombre único que se le asigna a un sitio web en Internet. Es lo que se encuentra después de "www" o ,en un mail, todo lo que se encuentra después de la arroba (@). Cada sitio web tiene un nombre de dominio que lo identifica y sirve para dirigir los visitantes. Es importante que el dominio sea simple y fácil de recordar, dado que ayuda a que las personas puedan encontrar más fácilmente el sitio web.

Dado que cada nombre de dominio es único, es importante registrarlo lo antes posible para que coincida con la marca y evitar que lo registre un tercero. También es importante, antes de efectuar el registro, asegurarse **de que el nombre de dominio elegido no coincida con una marca registrada por otra persona, empresa o proyecto.**

El organismo gubernamental que otorga los nombres de dominio es Nic Argentina. El registro de los nombres de dominio terminados con la extensión: com.ar; net.ar; tur.ar; gob.ar; gov.ar; org.ar; mil.ar; int.ar; musica.ar, .ar se realiza a través de su [sitio web](#).

El registro del nombre de dominio tiene vigencia de un (1) año con posibilidad de renovarlo por períodos sucesivos e idénticos en forma indefinida.

G. DATOS PERSONALES Y PRIVACIDAD

Si tu emprendimiento, negocio, o proyecto funciona en base a aplicaciones, puede resultar de interés conocer la "Guía de buenas prácticas en privacidad para el desarrollo de aplicaciones"⁶, un documento orientativo aprobado por la Disposición Nro. 18/2015 de la Agencia de Acceso a la Información Pública (la autoridad de aplicación de la Ley de Protección de Datos Personales Nro. 25.326).

Entre otros aspectos de interés, la Guía desarrolla los conceptos de "privacidad desde el diseño", o "privacy by design", y "privacidad por defecto", o "privacy by default", en virtud de los cuales se debe contemplar la privacidad como centro del desarrollo y por defecto, desde el inicio del diseño de la aplicación, sistema o dispositivo y durante todas las etapas del desarrollo.

Protección de activos intangibles relacionado a la entidad

Además de las marcas y los nombres de dominio, tu emprendimiento puede tener activos intangibles de gran valor para el proyecto que puede ser necesario proteger para garantizar la exclusividad en el uso de dicho activo y evitar imitaciones o usos no autorizados. Estos activos intangibles o derechos de propiedad intelectual pueden ser programas de computación (software), invenciones, obras artísticas, literarias, diseños, etc.

Es importante remarcar que el registro, como modo de protección de la propiedad intelectual, implica hacer público ese activo o propiedad intelectual. Si no se desea que el activo o propiedad intelectual se haga público, se puede optar por mantenerlo en secreto. En dicho caso, es necesario recibir el debido asesoramiento en la materia para evaluar cuál es el modo más conveniente para proteger el activo y hacer valer sus derechos.

⁶ El texto completo de la guía se encuentra disponible en <https://www.argentina.gob.ar/normativa/nacional/disposici%C3%B3n-18-2015-245973/texto>.

EJERCICIO DE AUTODIAGNÓSTICO

ESTRUCTURA JURÍDICA Y PUESTA EN MARCHA			
¿Registramos el emprendimiento ante la AFIP y obtuvimos la CUIT?			
¿Vinculamos la clave fiscal con las autoridades societarias ante la AFIP?			
¿Constituimos el domicilio fiscal electrónico ante la AFIP?			
¿Rubricamos los libros societarios y contables?			
¿Verificamos si existe una marca registrada igual o similar?			
¿Iniciamos el proceso de registro de la marca?			
¿Registramos el dominio?			
¿Tenemos otros activos intangibles que podrían requerir registro?			



Sí

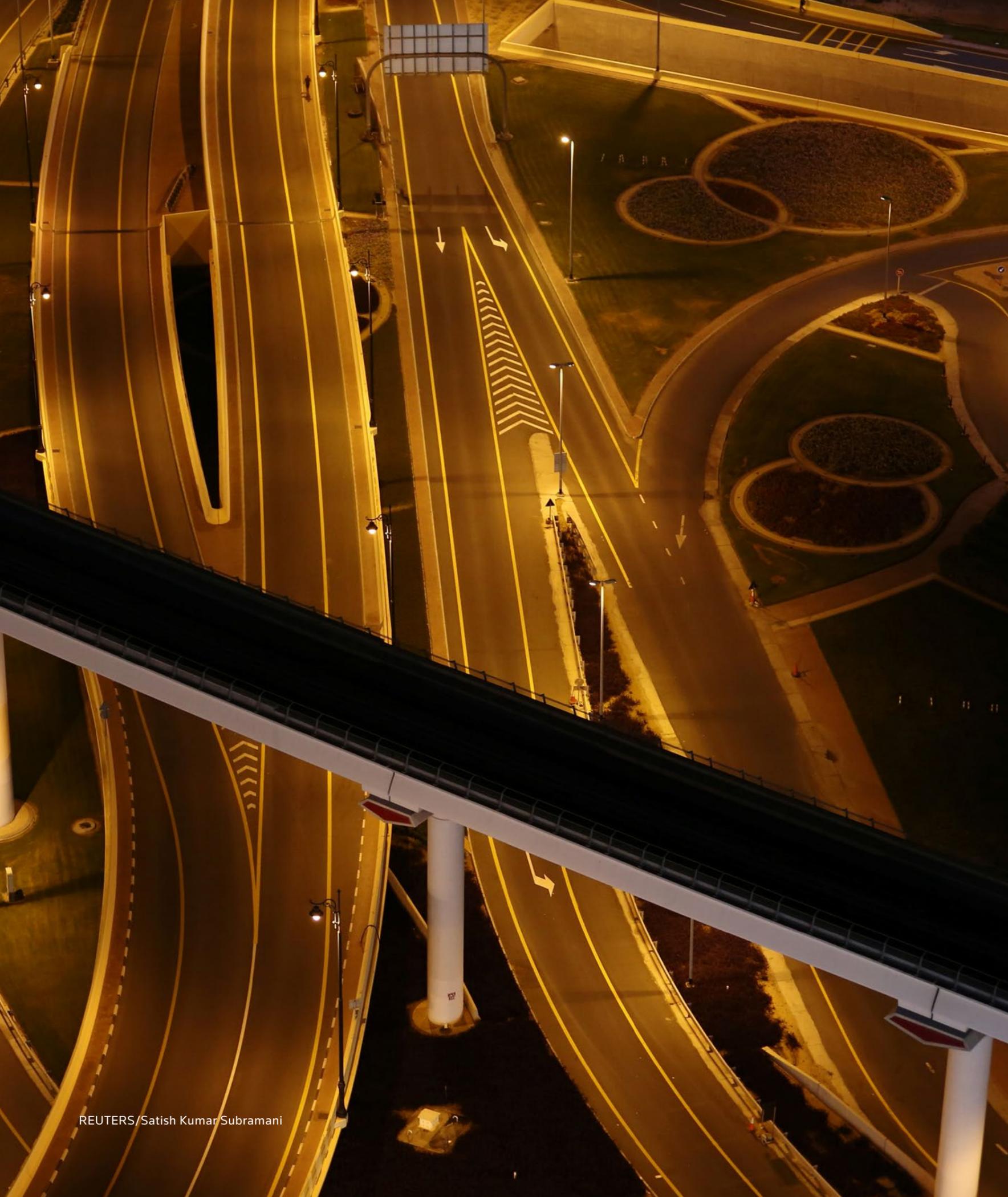


No



A desarrollar / pasar a la acción





■ CAPÍTULO 2: EQUIPO

1. FUNCIONAMIENTO SOCIETARIO

2. GOBERNANZA Y TRANSPARENCIA. ¿CÓMO SE EJECUTA LA ADMINISTRACIÓN DE LA ENTIDAD? FACTORES AMBIENTALES, SOCIALES Y DE GOBERNANZA

3. RESPONSABILIDAD PENAL EMPRESARIAL – VENTAJAS DE TENER UN PROGRAMA DE INTEGRIDAD

4. RELACIONES INTERNAS/EXTERNAS DE LAS ORGANIZACIONES. GRUPOS DE INTERÉS

5. FUERZA DE TRABAJO

6. RESPONSABILIDAD GENÉRICA DE LOS ADMINISTRADORES



1. FUNCIONAMIENTO SOCIETARIO

A. FUNCIONAMIENTO ORDINARIO

- ✓ Aprobación anual de Estados Contables
- ✓ Autoridades: Vigencias, designación y renunciaciones
- ✓ Reuniones a distancia
- ✓ Sede social

B. FUNCIONAMIENTO EXTRAORDINARIO

- ✓ Reformas de estatuto
- ✓ Reorganizaciones
- ✓ Transferencias de fondo de comercio
- ✓ Compraventa de las participaciones

A. FUNCIONAMIENTO ORDINARIO

Las figuras jurídicas que hayan sido adoptadas en cada caso por el emprendimiento social según su propio modelo de negocio, implican llevar a cabo distintas acciones que hagan a su funcionamiento y mantenimiento ordinario (habitual y que no implique cambios sustanciales en la entidad).

ATENCIÓN

Es importante tener presente y revisar los estatutos de la figura adoptada toda vez que se deberán respetar las disposiciones allí establecidas como así también considerar qué obligaciones aplica al negocio/ emprendimiento según este sea una figura con o sin fines de lucro.



De ese modo, en caso de que la figura sea con fines de lucro, podrá regir según el tipo adoptado la LGS o la Ley de Apoyo al Capital Emprendedor. Por otro lado, en caso de que la figura sea sin fines de lucro, regirá el Código Civil y Comercial de la Nación o la Ley de Cooperativas y La Ley de Mutuales, siempre conforme la figura adoptada.

Normalmente para la adopción de estas decisiones se establecen quórum y mayorías ordinarias, es decir no especiales o agravadas.

✓ Aprobación anual de Estados Contables

ATENCIÓN

Todas las personas jurídicas deben confeccionar y aprobar anualmente Estados Contables. La fecha de finalización del ejercicio económico estará establecida en el estatuto.

En caso en que la figura adoptada sea una sociedad encuadrada dentro del artículo 299 de la LGS o si fueran asociación civil o fundación, es importante tener en cuenta que todas estas figuras están sujetas a fiscalización permanente por parte del estado. Esto implica que se encuentran obligadas a presentar anualmente sus estados contables en el registro público que corresponda según la jurisdicción en donde se esté inscripto, de conformidad a los requisitos que cada registro establezca en su normativa.



ETAPAS PARA LA APROBACIÓN ANUAL DE ESTADOS CONTABLES

- 1**
 - ▶ El órgano de administración confeccionará y aprobará los Estados Contables anuales. Preparará también la memoria anual.
 - ▶ Si existiera un órgano de fiscalización este preparará un informe del ejercicio a aprobar para presentar ante la asamblea.
 - ▶ Luego de aprobados el órgano de administración deberá convocar a la asamblea para someterlos a su consideración.
- 2**
 - ▶ La convocatoria como también la celebración de todas las reuniones (quórum y mayorías) deberá realizarse en relación con las leyes que resulten aplicables según la figura adoptada y las disposiciones estatutarias.
- 3**
 - ▶ La asamblea deberá considerar y aprobar los Estados Contables anuales; el resultado del ejercicio y darle un destino; aprobar las gestiones de las autoridades y si correspondiera su remuneración*.
 - ▶ El destino del resultado del ejercicio económico variará en relación con si la figura persigue fines de lucro o no.

(*) Cabe señalar que aprobar una remuneración para las autoridades se encuentra sujeto a distintas variables. Una de ellas es la figura jurídica adoptada ya que en principio las autoridades de organizaciones sin fines de lucro no pueden percibir remuneración. Para las figuras con fines de lucro dependerá del resultado del ejercicio (ganancias o pérdida) y otros supuestos establecidos por la LGS

ATENCIÓN

**Todas las reuniones deben documentarse en actas que luego serán transcritas a los libros correspondientes de la entidad, y firmadas según quien corresponda y haya asistido al acto.
Recordamos que es siempre importante revisar el estatuto de la entidad.**



Autoridades: Vigencias, designación y renunciaciones.

El funcionamiento ordinario de una figura jurídica implica, dentro de las decisiones a llevar a cabo, la designación de sus autoridades.

La **conformación del órgano** de administración (número de miembros y cargo de las autoridades) **estará establecido en los estatutos** como así también su **mandato**.

La **designación de autoridades** se debe llevar a cabo al momento en que las autoridades vigentes hayan concluido su mandato. Normalmente el mandato se encuentra establecido por una cantidad determinada de ejercicios o años. Por tanto, al momento de aprobar los Estados Contables anuales la asamblea, si correspondiera, también deberá designar nuevas autoridades por un nuevo período.

Tanto al momento de designar, como también de aprobar renunciaciones, es importante señalar que se debe cumplir con los estatutos con relación al número de miembros del órgano de administración.

Se debe tener presente que **el cargo es personal e indelegable** por lo que las autoridades designadas deben proceder a aceptar o renunciar a ellos mediante su participación en el acto correspondiente o mediante nota dirigida a la entidad a tal efecto.

Un tercero o apoderado no puede aceptar o renunciar por una autoridad a su cargo.

En caso de que se comunicara la **renuncia de una autoridad a su cargo**, esta debe ser notificada a la entidad y sometida a consideración de la asamblea para su aprobación. En caso en que se designase a alguien en su reemplazo, la designación corresponderá al mandato en curso.

Señalamos que las reuniones del órgano de administración y de gobierno que impliquen designar autoridades o aprobar sus renunciaciones deben ser documentadas en actas, las que deben ser transcritas en los libros correspondientes y firmadas según quien corresponda.

ATENCIÓN

Tanto las designaciones de autoridades como las renunciaciones adoptadas por la asamblea deben ser inscriptas ante el registro público que corresponda según la jurisdicción adoptada y conforme los requisitos que en cada caso establezca el registro.



Reuniones a distancia

De conformidad con las disposiciones del Código Civil y Comercial de la Nación, las reuniones del órgano de administración como también las de asamblea pueden llevarse a cabo a distancia mediante medios virtuales que permitan la reproducción simultánea de audio y video.

Los requisitos para su celebración como así también su documentación varían conforme a la reglamentación que cada registro público haya realizado en cada jurisdicción, por lo que aplicará la normativa del registro correspondiente a la jurisdicción en donde la entidad se halle inscripta.

No obstante, entre algunos de los requisitos base que existen a la hora de celebrar reuniones a distancia podemos enumerar:

- I. Garantizar la libre accesibilidad de todos los participantes a la reunión.
- II. Realizar la reunión a distancia mediante una plataforma que permita la transmisión en simultáneo de audio y video.
- III. Grabar la reunión en soporte digital.
- IV. Conservar copia en soporte digital de la grabación de la reunión por el plazo que determine cada normativa.
- V. Garantizar que el acta de la reunión sea oportunamente transcrita al libro correspondiente.
- VI. Describir la forma de acceso a la misma en forma clara y sencilla.

Sede social

Todas las personas jurídicas al momento de su constitución deben determinar el domicilio que será fijado como sede social.

ATENCIÓN



La sede social es aquel domicilio en donde los terceros podrán realizar cualquier notificación a la entidad. Es importante tener presente que la sede social debe ser determinada en un domicilio dentro de la jurisdicción en donde la entidad se haya inscripto.

En caso que se quiera modificar la sede social, esto implica que se adopte una decisión en tal sentido. Normalmente dicha decisión es adoptada por el órgano de administración; no obstante, será importante revisar los estatutos de la entidad a fin de confirmar si se prevé algo distinto para estos casos.

La reunión que implique modificar la sede social debe ser documentada en acta, ser transcripta en el libro correspondiente y firmada según quien corresponda.

La decisión de modificar el domicilio de la sede social es un acto que requiere inscripción ante el registro público que corresponda según la jurisdicción adoptada en donde la entidad se halle inscrita.

B. FUNCIONAMIENTO EXTRAORDINARIO

Se conoce como resoluciones extraordinarias a aquellas **que implican o reflejan un cambio sustancial en la entidad** en que se adoptan.

Atento a su carácter extraordinario, estas resoluciones sólo pueden ser tomadas por el órgano de gobierno de la entidad.

Ejemplos de este tipo de resoluciones son:

- ✓ Reformas de estatuto
- ✓ Aumentos de capital, reducción y reintegro de capital
- ✓ Reorganizaciones societarias: fusión, transformación (entendida como la modificación a un nuevo tipo de persona jurídica), escisión
- ✓ Liquidación de la entidad
- ✓ Emisión de obligaciones negociables
- ✓ Cambios de jurisdicción
- ✓ Apertura de sucursales

Dada su trascendencia, tanto para la entidad como para terceros, dichas resoluciones deben ser aprobadas por el RPC. Serán oponibles a terceros una vez que la autoridad pertinente las apruebe. Es decir, su efectividad frente a terceros está sujeta a la aprobación de la autoridad de contralor.

Como se mencionó anteriormente, la toma de este tipo de resoluciones es competencia exclusiva del órgano de gobierno. Por ello, la administración deberá convocar a una reunión del órgano de gobierno con el propósito de someter a su consideración la posibilidad de tomar una resolución de carácter extraordinario. Luego, los socios/asociados o accionistas deliberarán en su reunión acerca de la conveniencia de concretar determinada resolución de carácter extraordinario.

ATENCIÓN

Todas las reuniones deben documentarse en actas que luego serán transcriptas a los libros correspondientes de la entidad, y firmadas según quien corresponda y haya asistido al acto.



¿Qué sucede frente a la existencia de un convenio de socios? A pesar de los mecanismos que establece la ley y el estatuto, los socios pueden estar vinculados por un convenio de socios o

accionistas. Estos convenios operan como un reglamento complementario al estatuto el cual regulará determinados aspectos específicos de la relación entre los socios.

Los convenios de socios o accionistas no deben ser aprobados por la autoridad de contralor, lo que permite establecer reglas para el funcionamiento de la sociedad que los terceros y la autoridad desconocen.

Previo a adoptar resoluciones extraordinarias se deberá revisar el convenio de socios o accionistas, en caso de que existiera.

Reformas de estatuto

El estatuto es un contrato al que adhieren o suscriben los integrantes de la entidad. Esto significa que sus cláusulas regulan el funcionamiento de la persona jurídica, estableciendo también los derechos y obligaciones de sus miembros y los órganos sociales de la entidad. En función del tipo de persona jurídica del que se trate, habrá mayor o menor libertad para establecer su contenido, en tanto todo debe enmarcarse en los límites que fija la ley.

Siendo este documento tan importante, su modificación requiere que el acto en que se resuelva cuente con mayorías especiales, en un acto convocado a tal efecto.



ATENCIÓN

El contenido de los estatutos debe ser aprobado por el RPC que corresponda.

Esto implica que, una vez reformado el estatuto, se deberá presentar para su inscripción la reforma del estatuto adoptada y el órgano de contralor deberá previamente aprobarla.

Las reformas de estatutos más frecuentes responden a las siguientes causas:

- Cambio de denominación de la entidad;
- Aumento o reducción de capital social;
- Cambio de fecha de cierre de ejercicio;
- Cambios en funcionamiento de órgano de gobierno (mayorías especiales para determinados asuntos);
- Cambios en funcionamiento de administración (limitación en actuación, modificación en cantidad de miembros, modificación en mandato);
- Actualización de texto tras cambio de normativa (por ejemplo, implementación de reuniones de órganos societarios por videoconferencia).

Variaciones en capital social

En sociedades comerciales, los socios o accionistas tienen la facultad de modificar el capital social de la sociedad. Esto se traduce en una variación de la cantidad de acciones o cuotas emitidas por la sociedad.

Mediante asambleas o reuniones de socios ordinarias, es posible aumentar el capital social, siempre y cuando el nuevo monto del capital social no exceda en quintuplo de aquel establecido en el estatuto, y allí estuviera así previsto.

Luego, la resolución de reducir el capital social o bien de aumentarlo a un monto que exceda el quintuplo del establecido en el estatuto, solo podrá ser resuelto por el órgano de gobierno mediante una reunión de carácter extraordinario. En caso de que el aumento tenga esta característica, también será necesario reformar la cláusula del estatuto referida al capital social, la cual deberá reflejar el monto resultante tras el nuevo aumento.

Una vez tomada la resolución de modificar el capital social, será necesario inscribirla en el Registro Público.

En caso de reducción de capital social, la autoridad de contralor podría requerir un balance especial que refleje la variación que hubo en el patrimonio de la sociedad tras la decisión de reducir el capital social. Adicionalmente, deberá cumplirse un plazo para que los acreedores puedan oponerse a la reducción.

EJERCICIO DE AUTODIAGNÓSTICO

FUNCIONAMIENTO SOCIETARIO			
¿Contamos con los libros societarios correspondientes según la figura adoptada?			
El lugar donde funciona actualmente nuestra sede social, ¿es efectivamente la que está registrada como tal en el registro público?			
¿Hemos aprobado los estados contables de los últimos ejercicios económicos? ¿Conocemos el procedimiento para hacerlo?			
¿Verificamos si las reuniones celebradas a distancia se celebraron conforme los requisitos establecidos por la normativa del registro de nuestra jurisdicción?			
¿Conocemos si corresponde presentar los Estados Contables ante el registro público correspondiente según la jurisdicción? ¿Estamos al día con nuestras presentaciones?			
¿Se adecuan las reuniones celebradas al quórum y mayoría establecidos en nuestros estatutos?			
¿Las actas de las reuniones celebradas se encuentran transcritas y firmadas según quién corresponda?			
¿Se encuentran nuestras autoridades vigentes debidamente inscriptas?			
¿Hemos inscripto todas las renunciaciones que la asamblea adoptó?			



Sí



No



A desarrollar / pasar a la acción

2. GOBERNANZA Y TRANSPARENCIA. ¿CÓMO SE EJECUTA LA ADMINISTRACIÓN DE LA ENTIDAD? FACTORES AMBIENTALES, SOCIALES Y DE GOBERNANZA

A. FUNCIONES DEL ÓRGANO DE ADMINISTRACIÓN

B. BUENAS PRÁCTICAS: ¿QUÉ DEBE TENERSE EN CUENTA PARA UNA BUENA GOBERNABILIDAD?

C. ENFOQUE HACIA LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE Y BUEN GOBIERNO CORPORATIVO. FACTORES AMBIENTALES, SOCIALES Y DE GOBERNANZA (“ASG”)

D. DEBERES Y DERECHOS DE LOS ADMINISTRADORES

A lo largo del tiempo se ha acrecentado la preocupación sobre la forma en que las entidades son gobernadas por sus responsables y el impacto que sus decisiones tienen en relación con diversos grupos de interés y el entorno en el que operan.

Esta preocupación por el comportamiento de los administradores no se reduce únicamente al cumplimiento de las leyes y regulaciones (es decir, a lo que es legal o ilegal según lo explicitado en las leyes y normas de entes reguladores), sino que incluye también al cumplimiento de ciertos estándares culturales y éticos en el desempeño de sus funciones.

Más aún, nos encontramos en tiempos en que la conciencia de responsabilidad que la sociedad y las organizaciones tienen sobre el contexto social y con relación al cuidado del planeta sigue creciendo y se traduce en la necesidad de adoptar una perspectiva de triple impacto: es decir, que tome en cuenta no solamente la rentabilidad económica sino también aspectos sociales y ambientales al dirigir, gestionar y llevar adelante su actividad.

Nuevos movimientos económicos, hábitos de consumo, y sistemas regulatorios empiezan a avanzar hacia el enfoque de desarrollo sostenible, que cobra cada vez mayor importancia en el gobierno de las organizaciones en tanto es exigido por innumerables actores entre los cuales se encuentran: sus asociados, accionistas, inversores, proveedores, empleados y todo tipo de colaboradores, comunidades que las rodean y autoridades de control.

Es por ello que, a continuación, se profundiza sobre las funciones del órgano de administración; el desarrollo de los aspectos principales que hacen al cumplimiento de su deber y buenas prácticas de gobernanza; y el planteo de la estrategia contemplando los objetivos que plantea la [Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible \(ODS\)](#), teniendo en cuenta la interdependencia entre los sistemas naturales y sociales en los cuales operan las organizaciones que dirigen.

“...la gobernanza es fundamental porque nosotros somos una empresa que por propósito declara que solamente va a hacer proyectos de impacto, entonces si la gobernanza no está de acuerdo con eso o pretende hacer otro estilo de proyectos porque le conviene a nivel rentabilidad, ya empieza a irse del propósito...”

Manuel Saurí – Proyecto Agua Segura

A. FUNCIONES DEL ÓRGANO DE ADMINISTRACIÓN

A lo largo de la vida de una organización, es usual que los órganos vayan evolucionando en las prácticas aplicadas a través de procesos que se ajustan con el devenir de diferentes desafíos.

En numerosos casos, los primeros órganos de administración son meramente formales y sus miembros desconocen incluso las responsabilidades que pesan sobre ellos.

En otros, se da que los primeros miembros cumplen tanto funciones de dirección como de gestión (ejerciéndolas indistintamente, sin distinguirlas).

También existen organizaciones en que los administradores se desentienden del cuerpo ejecutivo y éste último asume ciertas funciones que son de dirección.

Para que el órgano de administración (que dependerá del tipo de persona jurídica adoptado, según los descripto en la [Parte: Funcionamiento societario](#)) cumpla con su fin, tiene que tener claras y presentes en todo momento sus principales funciones:

✓ El aseguramiento de la continuidad de la organización a lo largo del tiempo para que pueda cumplir con su propósito:

El órgano de administración debe desarrollar habilidades organizacionales en vistas a lograr el compromiso de integrantes que tengan las capacidades que se requieren según el fin; identificar y relacionarse de manera adecuada con sus grupos de interés; conocer y comprender el contexto en el que opera y acrecentar su adaptabilidad y predisposición a la innovación; prevenir escenarios de crisis y generar prácticas para enfrentarlas y/o extraer aprendizajes para que la organización continúe aportando valor a lo largo del tiempo.

✓ La Gobernanza:

Cuando hablamos de gobernabilidad, gobernanza o gobierno corporativo, nos referimos a un sistema de personas y procesos que mantienen a una organización encauzada, y permiten la toma de decisiones de alta importancia y calidad⁷. Se trata de la estructura y los roles que garantizan que la entidad pueda tomar las decisiones que necesita para funcionar.

⁷ “Prácticas de Gobernabilidad Corporativa en Instituciones con Capital Social”. Council of Microfinance Equity Funds (CMEF). Julio 2005.

El órgano de administración debe velar por el correcto desenvolvimiento del órgano de gobierno y colaborar con el órgano de fiscalización (en caso de existir). Tiene a su cargo la preparación y puesta a disposición de la información y documentación completa y adecuada para la toma de decisiones en nombre de la organización y con relación a ella.

A su vez, tiene un rol importante en la selección, seguimiento y reemplazo de quienes llevan adelante la gestión o ejecución de las actividades en función del presupuesto disponible. Debe intentar impedir que la actividad o gobierno de la entidad se vea interrumpido por situaciones de ausencia o vacancias, previendo mecanismos de contingencia o asumiendo posiciones ejecutivas cuando fuere necesario.

✓ Defensa de la misión o propósito y planteo de la estrategia:

El órgano de administración debe tener en cuenta el propósito de la organización y liderar el proceso de la formulación y comunicación de la estrategia que guiará el accionar de la organización para cumplir con su misión. Es responsable de que se identifiquen y protejan los objetivos de la entidad, manteniendo la coherencia con sus valores y estableciendo y revisando las políticas generales requeridas para ello (las cuales deben ser evaluadas y ajustadas cuando resulte necesario). Asimismo, tiene a su cargo la aprobación del presupuesto a partir del cual se ponen a disposición recursos para la ejecución de las actividades en vistas a las diferentes metas planteadas.



✓ Control e interacción con los cuerpos ejecutivos (o “de gestión”):

Cabe destacar el rol de supervisión financiero y contable, que puede estar también complementado por auditorías o revisiones externas. Más aún, el órgano de administración debe controlar al cuerpo ejecutivo (o “de gestión”) y al mismo tiempo ser su soporte en la toma de ciertas decisiones, sin dejar de respetar la autonomía que corresponda y convenga según el caso.



Para que el órgano de administración pueda cumplir con las funciones antedichas, el cuerpo ejecutivo debe colaborar con la gestión de manera responsable, implementando la estrategia aprobada y que le fuera comunicada; colaborando con planes de acción y ejecución del presupuesto; rindiendo cuentas y proveyendo de la información que le fuera requerida.

“... es un objetivo estratégico trabajar en redes y compartir saberes (...) la Fundación forma parte de foros de organizaciones que trabaja en temas de vivienda en redes de microcréditos, nuestra visión es que en Argentina ninguna familia esté sin un hogar donde vivir (...) entendemos que esto no lo hacemos solos, que tiene que ver con el trabajo en red y colaborativo de muchas otras organizaciones y stakeholders...”

Alejandro Besuschio – Fundación Sagrada Familia

B. BUENAS PRÁCTICAS: ¿QUÉ DEBE TENERSE EN CUENTA PARA UNA BUENA GOBERNABILIDAD?

Una buena gobernanza implica legalidad (cumplir la ley y estatutos); se ejecuta desde la autorregulación (hay principios y reglas que se adoptan de forma voluntaria); y se construye desde la transparencia (suministrando a todos los grupos de interés información precisa y confiable).

A continuación, enumeramos algunos aspectos que pueden analizarse para comenzar a aplicar buenas prácticas de gobernabilidad, que permiten orientar, controlar y responder a las necesidades institucionales de la organización, asegurando la satisfacción de los derechos y expectativas de los interesados internos y externos:

- ▶ Definición explícita y comunicación del propósito, los valores, visión y objetivos de la entidad.
- ▶ Nivel de conocimiento de la actividad, producción o aseguramiento de la existencia de información completa y confiable relativa a ella.
- ▶ Claridad en las atribuciones y número adecuado de miembros de los órganos y comités que se formen, asignación de responsables para temas puntuales de relevancia o relacionamiento con ciertas partes, estructuras claras de poderes.
- ▶ Previsión de mecanismos de identificación y tratamiento de conflictos entre miembros de un mismo órgano, comité o cuerpo ejecutivo.
- ▶ Establecimiento de procesos para la toma de decisiones: documentación y tiempo requerido para análisis, manejo de casos de empate en votos, priorización de proyectos en determinados períodos de tiempo, mayorías especiales o participación de determinadas personas para la aprobación de ciertas resoluciones.
- ▶ Generación de cultura de confianza, escucha activa, apertura al debate de posiciones, intercambio respetuoso, interacción y enriquecimiento a través de la diversidad de opiniones, de perfiles y de propuestas.
- ▶ Capacitación en habilidades clave para la actividad, así como en relación con competencias que facilitan las relaciones con otros, que potencian talentos, que capitalizan experiencias y que fomentan la formación de personas íntegras.

ATENCIÓN



Para lograr la aplicación y enraizamiento de las buenas prácticas de gobernanza, se recomienda fijarlas en instrumentos que pueden ser, desde declaraciones y códigos de conducta, hasta reglamentos (inscriptos o no), según la estructura, complejidad y estadio de evolución de la organización.

De esta manera, se pueden fomentar y/o exigir pautas de conducta positivas, limitar o clarificar la responsabilidad de los miembros del órgano respectivo; controlar la legalidad y procedencia de ciertas decisiones, estableciendo un adecuado equilibrio entre los diversos intereses comprometidos al gobernar la organización.

“...hemos incorporado a la toma de decisiones factores ambientales, sociales y de gobernanza y los incluimos en el estatuto por la certificación B (políticas) una de las cosas para lo cual nos sirve la certificación es para hacernos preguntas sobre nuestras políticas, donde señalamos nuestros compromisos y las damos a conocer a cada nuevo colaborador cuando ingresa a la compañía ...”

Gabriel P. Marcolongo - Yeeeu S.A. (Incluyeme.com)

BUENAS PRÁCTICAS DE GOBERNABILIDAD

Roles

- ▶ Definición de estructura organizacional clara
- ▶ Identificación de atribuciones y tareas concretas
- ▶ Designación de miembros competentes profesionalmente según las responsabilidades a asignarse, teniendo también en cuenta habilidades y aptitudes personales o experiencias relevantes
- ▶ Generalmente es útil delimitar el rol y atribuciones del Presidente y Secretario

Reuniones

- ▶ Estructuradas de manera eficiente y de acuerdo a planes anuales de trabajo
- ▶ Asignación de tiempo razonable según temas a tratar
- ▶ Participación de personas adecuadas para el tipo de decisiones que se requieren tomar
- ▶ Fechas pautadas con razonable anticipación según importancia y urgencia de temas a tratar
- ▶ Agenda clara y forma de convocatoria efectiva

Información y documentación

- ▶ Los datos, informes, balances y reportes deben encontrarse disponibles en tiempo oportuno
- ▶ La forma de exposición e idioma deben permitir que sean utilizados para la toma de decisiones
- ▶ Debe recurrirse a expertos o asesores cuando resulte necesario o conveniente para la interpretación y/o el análisis de la información

Registro

- ▶ Minutas de reunión para tomar notas y recabar posiciones y puntos importantes de las reuniones
- ▶ Hay resoluciones que deben emitirse formalmente, constando en actas y libros requeridos por ley o, en ciertos casos, también en registro digital
- ▶ El registro es importante para evidenciar resoluciones del órgano y también para un manejo prolijo y transparente de ciertos procesos relacionados a la toma de decisiones

C. ENFOQUE HACIA LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE Y BUEN GOBIERNO CORPORATIVO. FACTORES AMBIENTALES, SOCIALES Y DE GOBERNANZA (“ASG”).

Las organizaciones tienen grandes oportunidades para sumar esfuerzos frente a los desafíos económicos, sociales y ambientales que vivimos a nivel global. Es así que, en la construcción de la gobernanza de las organizaciones y en su toma de decisiones, integran a los factores ASG. Desde la mirada del inversor, éstos también evalúan hoy los riesgos ASG al momento de realizar sus inversiones e inclusive han comenzado a incorporar a la toma de decisiones de inversión dichos parámetros.

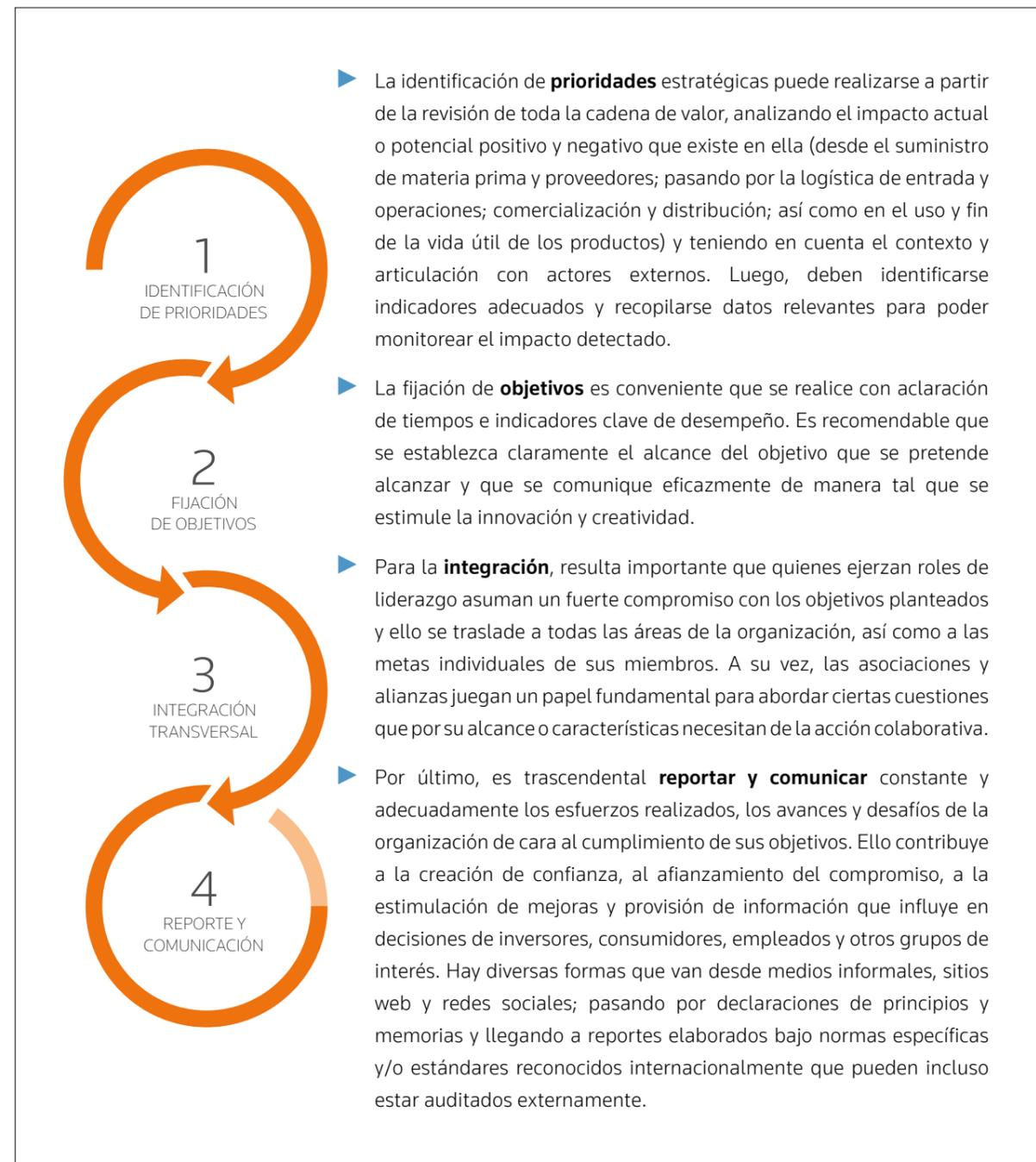
A través del marco global otorgado por los ODS, pueden establecerse modelos de acción para reducir sus impactos negativos y aumentar su contribución positiva al desarrollo sustentable de la sociedad y del medioambiente.



A su vez, pueden beneficiarse de las oportunidades de mercado que surgen para las organizaciones que dirigen sus esfuerzos hacia soluciones innovadoras y efectivas; aumentar su valor como consecuencia de la generación de su propia sostenibilidad corporativa; fortalecer vínculos con los grupos de interés como inversores y su licencia para operar; reducir riesgos legales y de reputación, entre otros.

Más allá de cuál sea el objeto social que se proponga realizar, una organización puede alinear sus propios objetivos y estrategia de acuerdo a la propuesta de los diferentes ODS <https://sdgcompass.org/>.

Proceso de la gobernanza: estrategia.



*“...es fundamental **hablar con otras organizaciones (...)** en nuestro caso estamos integrando la mesa de impulso a las empresas sociales porque ahora sabemos y creemos necesario que exista ese marco jurídico...”*

Brenda Pignol Ramos – Libertate

D. DEBERES Y DERECHOS DE LOS ADMINISTRADORES

La LGS requiere que los administradores y los representantes de la sociedad obren con lealtad y con la diligencia de un *buen hombre de negocios* (debe empeñarse en el ejercicio de sus funciones el cuidado y la diligencia que todo hombre activo acostumbra a emplear en la administración de sus propios bienes) y establece que, si faltaren a sus obligaciones, serán responsables, ilimitada y solidariamente, por los daños y perjuicios que resultaren de sus acciones u omisiones.

Bajo el enfoque de los ODS y el nuevo paradigma que ya no centra únicamente su atención en los accionistas y/o beneficiarios directos de la actividad de una entidad, sino en todos los grupos de interés de ella, se amplía y renueva el estándar de un *buen hombre de negocios*.

Lo que se espera de los administradores es que ejerzan sus funciones con una responsabilidad adicional a la de cumplir las leyes y normas aplicables: esto es, que su actuación con debida diligencia sea bajo un criterio que integre aspectos sociales y ambientales, contribuyendo al propósito no sólo económico sino también social y ambiental asumido por la entidad.

En suma, deberán abstenerse de generar daños en dichos aspectos, conocer y prevenir las consecuencias negativas relacionadas a su actividad, mitigar y reparar cualquier daño que pudiera ocurrir, y rendir cuentas de su gestión bajo esta perspectiva.

Para concretar la debida diligencia, se recomienda aplicar evaluaciones de impacto y realizar seguimiento de sus resultados; consultar a expertos en las distintas materias; implementar consultas con grupos potencialmente afectados por la actividad de la organización; integrar las conclusiones de las evaluaciones en la estructura, presupuesto y procedimientos, incluyendo la supervisión que sea necesaria; controlar la eficacia de las medidas adoptadas a través de indicadores cualitativos y cuantitativos convenientes; rendir cuentas con transparencia y comunicación eficaz, al público con el que se relaciona.

Algunos estándares y herramientas útiles tanto para el planteo de la estrategia en vistas a los ODS como para la administración, gestión, control del desempeño, trazabilidad de mejoras, comunicación efectiva, y reporte son:

- ▶ [SDG Ambition](#)
- ▶ [SDG Action Manager desarrollado por B Lab y el Pacto Mundial de las Naciones Unidas](#)
- ▶ [Guía para la acción en ODS](#) (SDG Compass)
- ▶ [SDG Impact Standards for Enterprise](#)
- ▶ [Evaluación de impacto B y Certificación B](#) (Sistema B)
- ▶ Guías de la norma ISO 26.000 de Responsabilidad Social
- ▶ Normas AA1000 de compromiso con grupos de interés

“...los parámetros para la medición de impacto se establecen con la Comisión Directiva, algunos tienen que ver con cuestiones más numéricas, con cantidad de personas que participan dentro de las capacitaciones, cantidad de egresados, nivel de deserción (...) hicimos todo un proceso para poder desarrollar algunos indicadores de aspectos más cualitativos...”

María Celina Malvazo – De La Nada Asociación Civil

EJERCICIO DE AUTODIAGNÓSTICO

GOBERNANZA Y TRANSPARENCIA			
¿Consideramos que en nuestra organización hay conocimiento de cuáles son las funciones principales que corresponden al órgano de administración?			
¿Consideramos que hay claridad respecto de quienes son los responsables últimos de velar por el aseguramiento de la continuidad del negocio; la gobernanza; la defensa de la misión, el propósito y estrategia; la representación y el control e interacción con los cuerpos ejecutivos?			
¿Existe en nuestra organización una declaración expresa del propósito, valores fundamentales, visión y objetivos?			
¿Conocemos las leyes y regulaciones estatutarias que aplican a nuestra organización? ¿Poseemos reglamentos y/o códigos de conducta con pautas de funcionamiento y organización?			
¿Consideramos que están delimitadas las tareas que corresponden al órgano de administración (dirección) y al cuerpo ejecutivo (gestión)? ¿Conformamos comités y/o consejos consultivos?			
Nuestros documentos de gobierno ¿Reflejan con precisión los poderes de los miembros del órgano de administración, los roles de cada uno de sus miembros y de soporte, y las políticas de remuneración? ¿Se encuentra documentada con claridad la forma de elección, evaluación y reemplazo del cuerpo ejecutivo?			
¿Hay pautas establecidas con relación a la convocatoria y definición de la agenda de las reuniones de los órganos? ¿Se encuentra establecida la forma de registrar las reuniones? ¿Conocemos qué tipo de decisiones requieren inscripción ante organismos públicos y/o comunicación a terceros?			
¿Qué capacidades consideramos fundamentales para la organización? ¿Consideramos que las personas que la lideran poseen las aptitudes que la organización requiere para su funcionamiento y los valores que pretende defender nuestra organización?			
¿Cuáles son los ODS que consideramos representan aspectos en los cuales nuestra organización tiene o puede tener un impacto positivo o negativo relevante? ¿Tiene nuestra organización un plan de prioridades y objetivos con indicadores adecuados para el monitoreo de su desempeño con relación a los ODS?			
¿Utilizó nuestra organización alguna de las herramientas enumeradas para la identificación de oportunidades estratégicas y seguimiento de la gestión bajo el enfoque de los ODS?			
¿Aplica nuestra organización mecanismos de control internos o externos con relación al estado de cumplimiento de los objetivos planteados bajo el criterio de los ODS? ¿Emitimos comunicaciones y/o reportes de sostenibilidad?			



Sí



No



A desarrollar / pasar a la acción

3. RESPONSABILIDAD PENAL EMPRESARIAL – VENTAJAS DE TENER UN PROGRAMA DE INTEGRIDAD

A. ¿POR QUÉ ES IMPORTANTE PREVENIR LA CORRUPCIÓN?

- ✓ Aplicación de la legislación
- ✓ Ventajas de contar con un Programa de Integridad
- ✓ Cómo desarrollar un Programa de Integridad
- ✓ Algunas claves para que el Programa de Integridad se mantenga “vivo”

B. PREVENCIÓN DEL LAVADO DE ACTIVOS Y FINANCIACIÓN DEL TERRORISMO

- ✓ Aplicación de la legislación
- ✓ Sujetos Obligados
- ✓ Deberes del sujeto obligado

A. ¿POR QUÉ ES IMPORTANTE PREVENIR LA CORRUPCIÓN?

La corrupción se puede definir como “el mal uso del poder encomendado para obtener beneficios privados o beneficios para la empresa de manera ilegal”. Sea pública o privada, generalmente provoca graves distorsiones socioeconómicas en un país. Además, en el ámbito específico de las empresas, genera, entre otras, las siguientes consecuencias:

- ▶ Falta de competencia libre y transparente.
- ▶ Falta de incentivos a la excelencia profesional o la calidad de bienes y servicios.
- ▶ Mayores costos para emprender o realizar negocios.
- ▶ Daños en la reputación de una empresa y pérdida de posibilidades de conseguir contratos.
- ▶ Sanciones penales.

(a) Aplicación de la legislación

La Ley de Responsabilidad Penal Empresarial (27.401) prevé sanciones para empresas que cometan directamente o a través de terceros (en nombre, interés o beneficio de la empresa) los siguientes delitos de corrupción:

- I. Cohecho y tráfico de influencias, nacional y transnacional. El cohecho se entiende como la entrega o aceptación de sobornos o dádivas para obtener un favor o beneficio.
- II. Negociaciones incompatibles con el ejercicio de funciones públicas.
- III. Concusión o exacciones ilegales. Sucede cuando un funcionario público, en uso de su cargo, solicita o exige una contribución, un derecho o cobrar más de lo que le corresponde por las funciones que realiza.
- IV. Enriquecimiento ilícito de funcionarios y empleados públicos.
- V. Balances e informes falsos agravados.



Para prevenir, detectar y remediar estos delitos, esta Ley sugiere a las empresas implementar Programas de Integridad. Si bien cada empresa debe diseñar su Programa a la medida de sus riesgos, dimensión y capacidad económica, la Ley establece contenidos mínimos y otros recomendables.

Así, dicho Programa de Integridad, para ser “adecuado” según esta Ley, deberá contener al menos los siguientes elementos:

- I. Un código de ética o de conducta, o la existencia de políticas y procedimientos de integridad aplicables a todos los directores, administradores y empleados, de forma tal de prevenir la comisión de los delitos contemplados en la Ley.
- II. Reglas y procedimientos específicos para prevenir ilícitos en el ámbito de concursos y procesos licitatorios.
- III. Extensión del Programa de Integridad a terceros o socios de negocios.
- IV. Capacitaciones periódicas sobre el Programa de Integridad a directores, administradores, empleados y terceros o socios de negocios.

LEY DE RESPONSABILIDAD PENAL DE LAS PERSONAS JURÍDICAS



Fuente: www.eticalab.com

Según la Oficina Anticorrupción, otros elementos son igualmente importantes. En particular, contar con un canal de denuncias que permita el anonimato y proteger de represalias a los denunciantes, y designar a un responsable interno del Programa.

Elementos de un Programa de Integridad



Fuente: Ministerio de Justicia y Derechos Humanos de la Nación. Oficina Anticorrupción. *Lineamientos para la implementación de programas de integridad. Ley N° 27.401 de Responsabilidad Penal de Personas Jurídicas.*

Tal como se mencionó más arriba y lo requiere la normativa, un Programa debe ser diseñado “a la medida” de la empresa. Es decir que uno nunca puede ser igual al otro. Dicho de otro modo, las políticas y procedimientos de la empresa u organización estarán adaptados a cada una.

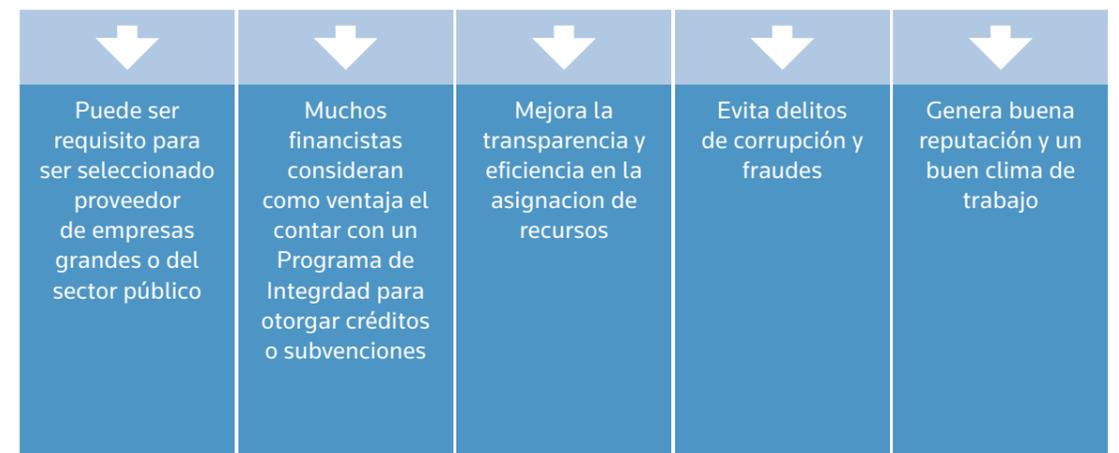
Así, por ejemplo, una organización sin fines de lucro que recibe donaciones con frecuencia y de diferentes orígenes, deberá necesariamente contar con procedimientos para aceptar donaciones de manera más detallada (el que podría contener, entre otras, especificaciones para aceptar a otra persona o entidad como un donante, reglas para aceptar donaciones y autorizaciones internas requeridas).

(b) Ventajas de contar con un Programa de Integridad



ATENCIÓN!

Tener un Programa de Integridad es obligatorio para celebrar ciertos contratos con el Estado Nacional.



(c) Cómo desarrollar un Programa de Integridad

Existen diversas guías que ayudan a las empresas a desarrollar un Programa de Integridad adecuado y eficiente. A nivel local, la Oficina Anticorrupción creó una [guía para ayudar a las empresas a diseñarlos e implementarlos](#) y, además, creó otra guía específica para las PyMEs. Estos documentos se basan en una propuesta del Pacto Global de Naciones Unidas y propone seguir seis pasos secuenciales:



1. Compromiso
2. Evaluación (inicial) de riesgos
3. Plan de acción
4. Implementación
5. Medición de impacto y mejora
6. Comunicación

Fuente: Naciones Unidas. Red del Pacto Global. Deloitte. *Modelo de gestión del Pacto Mundial de las Naciones Unidas. Marco para su implementación. Derechos Humanos. Estándares Laborales. Medioambiente. Anticorrupción.*

Como complemento, las empresas también pueden adoptar otras sugerencias de organismos que ayudan a emprendedores y PyMEs a mejorar su transparencia. Entre ellos están [Alliance for Integrity](#) y el [Pacto Global de las Naciones Unidas](#).

(d) Algunas claves para que el Programa de Integridad se mantenga “vivo”, ya que requieren de una constante adecuación a los riesgos y necesidades cambiantes de la empresa.

Claves a tener en cuenta:

- ▶ Mantener un compromiso visible de la alta gerencia con la tolerancia cero hacia la corrupción.
- ▶ Evaluar los riesgos con muchos integrantes de la empresa; por ejemplo, a través de brainstorming, entrevistas, o encuestas.
- ▶ Usar herramienta de autoevaluación de los avances de un Programa de Integridad; por ejemplo, la [Integrity App](#) de Alliance for Integrity.
- ▶ Vigilar que la integridad sea un tema presente en toda la empresa y fomentar una cultura abierta para poder hablar o denunciar sin temores cuando se sospeche o presencia incumplimientos al Programa de Integridad, a alguna norma legal o a un procedimiento interno.
- ▶ Reunirse con otros emprendedores del mismo sector (o también, de otros) para fomentar la integridad y la transparencia, darle más visibilidad a la temática, y excluir del mercado a emprendedores no alineados con los mismos estándares éticos.



B. PREVENCIÓN DEL LAVADO DE ACTIVOS Y FINANCIACIÓN DEL TERRORISMO

(a) Aplicación de la legislación

La prevención y represión del lavado de activos tiene como objetivo evitar que los criminales aprovechen o utilicen las ganancias mal habidas. Por esto, busca prevenir, detectar, y desalentar, la comisión de los delitos subyacentes (por ejemplo, el tráfico de armas, de estupefacientes o de personas). Además, uno de los principales fines de la prevención del lavado de activos es combatir el crimen organizado, y de allí su vinculación con la figura de la financiación del terrorismo.

En Argentina, el organismo encargado de prevenir y reprimir el lavado de activos y la financiación del terrorismo es la Unidad de Información Financiera (“UIF”).

En el marco de la lucha mundial contra el lavado de activos y la financiación del terrorismo, las leyes argentinas imponen obligaciones a ciertas personas y entidades que, por su actividad, pueden ser usadas para blanquear activos o financiar asociaciones terroristas (llamados “Sujetos Obligados”).

(b) Sujetos Obligados

Dentro del sector privado, el listado de Sujetos Obligados incluye a las personas jurídicas que reciben donaciones o aportes de terceros y a las asociaciones mutuales y cooperativas.

(c) Deberes del Sujeto Obligado

En Argentina, los Sujetos Obligados tienen tres obligaciones fundamentales:

- ✓ Reportar operaciones sospechosas a la UIF,
- ✓ Conocer a sus clientes, y
- ✓ Mantener la confidencialidad.

EJERCICIO DE AUTODIAGNÓSTICO

RESPONSABILIDAD PENAL EMPRESARIAL			
¿Tenemos un código de ética o Programa de Integridad?			
¿Contamos con normas internas o procedimientos para interactuar con funcionarios públicos?			
¿Evaluamos nuestros riesgos?			
¿Capacitamos a nuestros colaboradores sobre temas de integridad?			
¿Soy un sujeto obligado según la normativa antilavado?			



Sí



No



A desarrollar / pasar a la acción

4. RELACIONES INTERNAS/EXTERNAS DE LAS ORGANIZACIONES. GRUPOS DE INTERÉS

A. RELACIONES INTERNAS

- ✓ Convenios de socios
- ✓ Cómo asegurar y proteger el impacto social de una organización

B. RELACIONES EXTERNAS

- ✓ ¿Quién firma y representa a la organización?
- ✓ ¿Se pueden otorgar poderes a terceros?
- ✓ ¿Cuándo debemos suscribir un contrato?
- ✓ ¿Cuándo es importante suscribir convenios de confidencialidad?

C. RELACIONES CON EL ESTADO: CONTRATACIONES CON EL ESTADO (NACIONAL, PROVINCIAL Y MUNICIPAL)

D. RELACIONES CON LOS GRUPOS DE INTERÉS

- ✓ Grupos de interés
- ✓ Cadena de valor. Esfera de influencia

Las organizaciones se relacionan para llevar a cabo su actividad con terceros que son diversos actores del mercado (Estado, empresas, sociedad civil, etc.).

Dichas relaciones pueden ser por diferentes vínculos: (i) contratan con la organización (proveedores o clientes), (ii) articulan o participan de negocios/proyectos comunes; (iii) los distintos grupos de interés en los que influye la organización.

Asimismo, en la faz interna, los socios entre sí se relacionan a los fines de tomar las decisiones como se desarrolló en la [Parte: Gobernanza y transparencia. ¿Cómo se ejecuta la administración de la entidad?](#)

A. RELACIONES INTERNAS

En la faz interna de la organización y a los fines de poder llevar a cabo un buen gobierno corporativo los miembros de las organizaciones, sean éstas con o sin fines de lucro, deben tomar decisiones. Es el estatuto constitutivo de la organización (que puede ser modificado posteriormente) donde se prevén las formas en que se adoptan las decisiones.

En el caso de los emprendimientos llevados a cabo bajo la figura de sociedades comerciales se sugiere la suscripción de convenios entre los socios.

Convenios entre los socios

Estos acuerdos de socios no son oponibles a terceros, como sí lo son los estatutos, pero son necesarios a los fines de regular varias cuestiones del emprendimiento, como por ejemplo:

- ▶ Compromiso de los socios con la misión.
- ▶ Tipo de aportes de cada socio (ej. trabajo; aportes dinerarios) y forma de efectuarlo.
- ▶ Mayorías especiales agravadas para tomar ciertas decisiones en la administración y en el gobierno (ej. reformar el objeto social, disposición de ciertos bienes).
- ▶ Restricciones a las transferencias de participaciones (ej. limitaciones o procedimientos a seguir al momento de ceder cuotas/acciones).
- ▶ Políticas de financiamiento y endeudamiento.
- ▶ Políticas de distribución de utilidades.
- ▶ Políticas de remuneración de los administradores y empleados.
- ▶ Métodos de resolución de conflictos.

Cómo asegurar y proteger el impacto social de una organización

Existen tres aspectos principales que los socios de un emprendimiento social pueden considerar proteger con el fin de asegurar el impacto social de su organización. De ese modo cada uno de estos tres aspectos pueden ser protegidos por un "bloqueo" diferente.

IMPACTO A ASEGURAR	CONCEPTO	FORMA DE BLOQUEO O PROTECCIÓN
Desempeño del impacto	La organización cumple con la calidad, profundidad y escala de rendimiento de resultados pretendidos	Bloqueo del desempeño
Compromiso con el resultado y tipo de beneficiario	Actúa la organización de acuerdo con su misión y los resultados establecidos para sus beneficiarios determinados	Bloqueo de la misión
Distribución de utilidades	La organización distribuye el valor económico del negocio a los beneficiarios previstos	Bloqueo de distribución (total o parcial) de utilidades

Los socios al momento de la constitución del emprendimiento social o posteriormente deberán evaluar las formas en las cuales las cuestiones de impacto se aseguran y la forma en que deben hacerse de acuerdo con el tipo de figura jurídica adoptada sea esta con o sin fines de lucro. Así también pueden ser incluidas dentro de los estatutos de las entidades como así también en acuerdos de socios distintos mecanismos para asegurar el cumplimiento y procedimientos ante causales de incumplimiento.

"...la misión está protegida por estatuto (...) si yo no lo cumpla estoy defraudando la misión de la empresa..."

Gabriel P. Marcolongo - Yeeeu S.A. (Incluyeme.com)

B. RELACIONES EXTERNAS

Cuando la organización se vincula con terceros surgen distintas cuestiones a considerar.

¿Quién firma y representa a la organización?

Según la figura jurídica elegida se determinará quién es el que representa a la organización. El representante legal de la organización es quien obliga a la misma frente a los terceros.

En las sociedades comerciales la representación corresponde al Presidente o Vicepresidente del Directorio o al Gerente. En el caso de éstos últimos, los gerentes podrían tener actuación conjunta o individual e indistinta (cualquiera de los miembros puede firmar). Estos obligan a la sociedad por todos los actos que no sean notoriamente extraños al objeto de la sociedad.

En las organizaciones sin fines de lucro la representación corresponderá al Presidente del Consejo o Comisión Directiva.

El representante asume un rol de relacionamiento muy relevante (por ejemplo, con instituciones, cámaras u organismos públicos cuya incidencia puede ser importante para la entidad).

¿Se pueden otorgar poderes a terceros?

Las organizaciones pueden otorgar poderes facultando a miembros de esta o terceros a que actúen en su nombre y representación frente a terceros.

Los poderes pueden ser para realizar distintos actos de manera general o especial, se puede consignar un plazo de vencimiento como así también un régimen de firma conjunta o individual y limitarla a monto de cada transacción.

Entre algunos ejemplos destacamos:

FACULTADES DE LOS PODERES	DESCRIPCIÓN EJEMPLIFICATIVA
Bancario	Apertura y cierre de cuentas; Transacciones bancarias
Disposición y administración	Vender/comprar, administrar bienes, etc.
Trámites administrativos	Actuar ante AFIP, Registros varios, y otros organismos públicos o privados
Judicial	Representar en juicios
Laboral	Representar en reclamos laborales, Seclo
Contratos	Suscribir contratos en general con terceros
Marcas	Registro marcas, patentes

¿Cuándo debemos suscribir un contrato?

No todas las transacciones que realizan las organizaciones cuentan con un contrato escrito. Los contratos pueden ser verbales o escritos.

El análisis de cuándo se suscriben contratos escritos debe realizarse considerando distintos factores como, por ejemplo: celebrar un contrato relevante (con proveedores o clientes relevantes de la organización), desarrollo de un producto/plataforma, solicitar exclusividad, ejecutar/exigir una obligación, contar con garantías, determinar el monto de la transacción, entre otros.

ATENCIÓN

Es importante analizar en cada caso concreto la conveniencia de suscribir un contrato que regule la relación con el tercero.



La suscripción del contrato usualmente se realiza en formato de carta oferta a los fines de no grabar el contrato con el Impuesto de Sellos, aplicable a distintas jurisdicciones según el tipo de contrato que se suscriba.

¿Pueden realizarse contrataciones por medios electrónicos?

La ley permite que ciertos actos⁸ sean instrumentados por medios electrónicos. Esto puede ocurrir de varias formas, siendo las dos más relevantes: (i) firma digital o (ii) firma electrónica.

La firma digital requiere que el firmante cuente con un certificado digital vigente emitido por un [certificador licenciado](#), en el cual se atestigua que una clave pública pertenece a un determinado individuo o entidad. Su uso tiene varias ventajas:

⁸ Ciertos actos exigen la escritura pública por norma legal, fundamentalmente los asociados con actos de disposición y los relacionados con inmuebles, con lo cual la forma escrita y los escribanos no podrían ser totalmente obviados. En estos casos tampoco alcanzaría la firma digital.

- ✓ Se considera equivalente a la firma ológrafa.
- ✓ Cuenta con una presunción en su favor en cuanto a que la firma digital pertenece al titular del certificado digital que se usó y que el documento firmado no fue modificado desde el momento de su firma.
- ✓ Se puede probar con una pericia informática.

Usualmente se utiliza para trámites ante entidades públicas y privadas, declaraciones impositivas, operaciones bancarias, contratos a distancia, y documentos de comercio exterior e incluso prendas.

La firma electrónica también es emitida mediante un medio informático, pero, a diferencia de la firma digital, no cuenta con la presunción en su favor de autoría e integridad. No es equivalente a la firma ológrafa pero sí funciona como principio de prueba por escrito, que debe ser suplementado por otras pruebas para acreditarla.

Algunos ejemplos de uso de la firma electrónica son los siguientes:

- ✓ Intercambio de email con el texto de la oferta enviado desde una casilla del contratante y email con la aceptación (respondiendo tal oferta) enviada desde una casilla del otro contratante, más intercambio de documentación que acredite la personería del firmante.
- ✓ Intercambio de email con un archivo adjunto (la oferta, firmada y digitalizada) enviado desde una casilla del contratante y email de respuesta con un archivo adjunto (la aceptación, firmada y digitalizada) enviado desde una casilla del otro contratante, más intercambio de documentación que acredite la personería del firmante.
- ✓ Firma electrónica de los instrumentos a través de plataformas mundialmente reconocidas y acreditadas (Ej. DocuSign, AdobeSign, DocVerify).
- ✓ Otros de uso "masivo": aceptación mediante clic en aplicación móvil o web o firma manual en *sign pad*.

Finalmente, cabe mencionar que existen algunos mecanismos de validación de identidad que aportan elementos a ser utilizados para poder probar que la firma electrónica fue realizada por determinada persona. Como por ejemplo el [Sistema de Identidad Digital del Renaper](#), autenticación biométrica (fisiológica o de comportamiento), claves, tokens, pines, tarjetas de coordenadas, validación por PIN vía correo electrónico o SMS, entre otros.

¿Cuándo es importante suscribir convenios de confidencialidad?

Cuando la organización comparte información de sus productos, servicios o del negocio en general a terceros bajo diversas circunstancias es importante que suscriban previamente convenios de confidencialidad por el cual protejan la información que están compartiendo.

C. RELACIONES CON EL ESTADO: CONTRATACIONES CON EL ESTADO (NACIONAL, PROVINCIAL Y MUNICIPAL)

Cuando en un proceso de contratación está presente el estado –nacional, provincial o municipal– es muy importante tener en cuenta algunos aspectos fundamentales:

CONTRATO ADMINISTRATIVO	CONTRATO PRIVADO
Presencia del Estado	Partes privadas
La competencia es la excepción	La capacidad es la regla
Especiales solemnidades y procedimientos	Autonomía de la voluntad
Facultad unilateral de modificación	Base: igualdad de las partes

De acuerdo con el tipo de contrato del que se trate y de la entidad del estado que sea parte del procedimiento, es muy probable que sea necesario respetar determinados procedimientos y requisitos para contratar (por ejemplo, licitaciones).

ATENCIÓN

Es muy importante prestar especial atención a la normativa de contrataciones del sujeto estatal con el que estamos tratando.

El riesgo de no hacerlo es que nuestro contrato sea considerado nulo (no sea válido), y que nos arriesguemos a no percibir la contraprestación acordada.



D. RELACIONES CON LOS GRUPOS DE INTERÉS

Los grupos de interés son aquellas organizaciones y/o individuos que directa o indirectamente pueden ver afectados uno o más intereses por intervención de decisiones o actividades de una organización; así como aquellos que tienen la capacidad de influir en los resultados, ya sea de

forma positiva como también negativa. Estos incluyen, pero no se limitan, a los clientes, beneficiarios finales, la alta dirección de la organización, inversores, socios, proveedores, poblaciones y comunidades locales afectadas, ONGs, gobiernos locales, entre otros.⁹

Para la identificación de los grupos de interés de una organización es importante comprender cómo las decisiones y actividades de una organización pueden afectar a los grupos de interés, ya que ello facilita la identificación de los intereses que se establecen con ella.

Una vez identificado todo ello, se deberán clasificar, priorizar y preparar un plan de acción tendiente a abordar los grupos de interés y sus respectivos intereses.

ATENCIÓN



Hacer partícipe a los grupos de interés permite aumentar el impacto positivo de una organización y paralelamente minimizar los impactos negativos para todos ellos.

Involucrar a los grupos de interés implica:

- ✓ Un proceso de mejora continua entre una organización y quienes pueden verse potencialmente afectados para sus actividades y decisiones.
- ✓ Un rango de actividades y enfoques que deberían formar parte de las operaciones y actividades regulares.

Beneficios de involucrar a los grupos de interés:

↓	↓	↓	↓	↓	↓
Ayuda a identificar oportunidades para innovación o mejora	Mejora la gestión del riesgo	Contribuye a medir y entender el impacto generado	Puede ser utilizado para crear capital social	Puede utilizarse para garantizar que el modelo sea inclusivo	Puede utilizarse para movilizar y capitalizar el conocimiento local

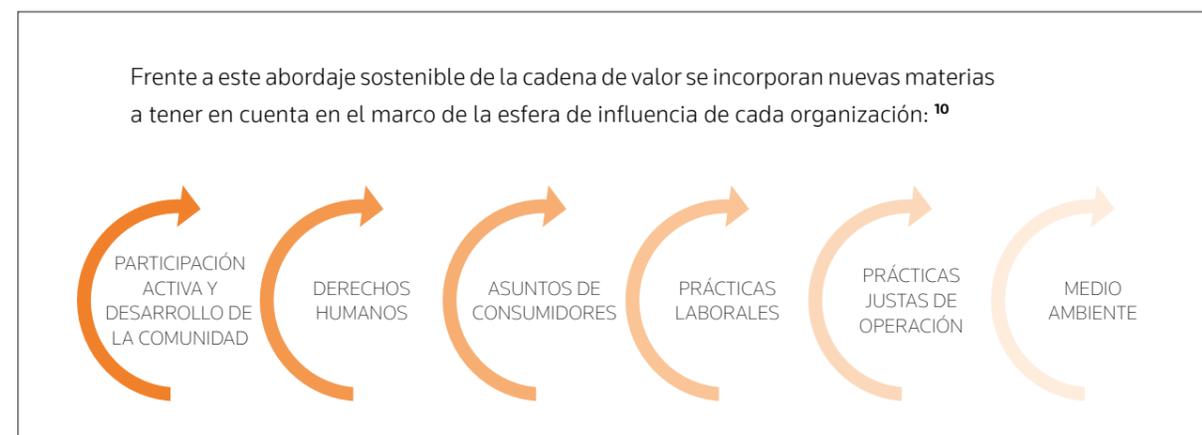
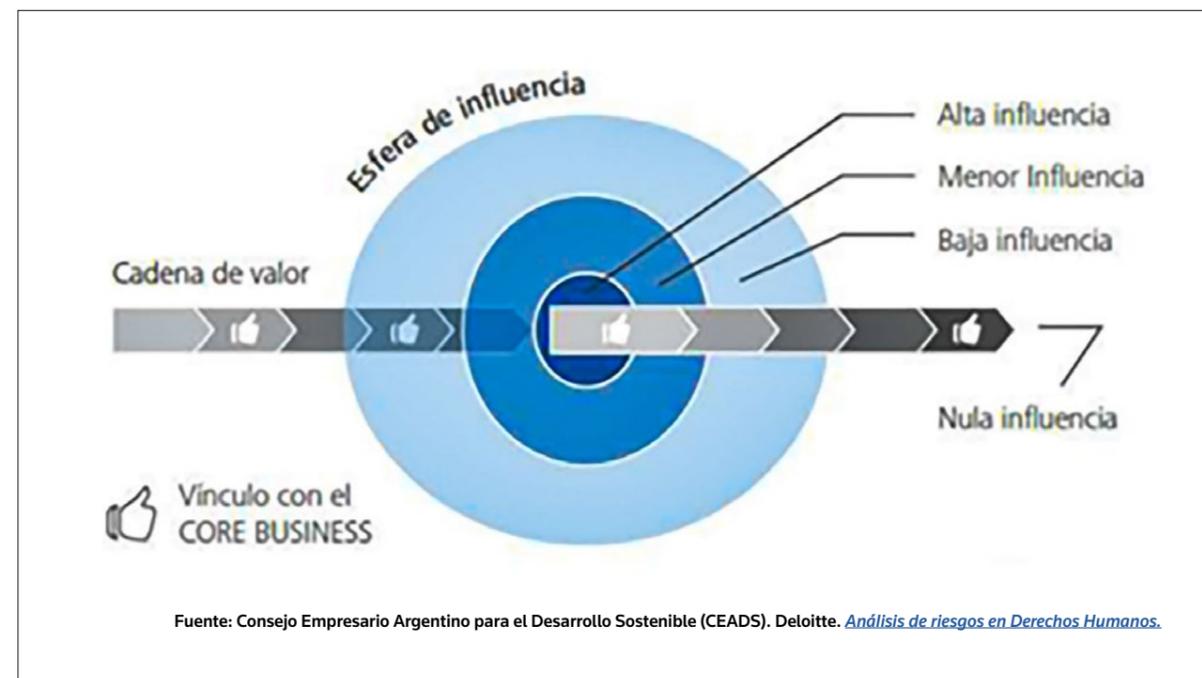
⁹ <https://impactmanagementproject.com/wp-content/uploads/Guidance-on-engaging-all-affected-stakeholders.pdf>

Cadena de valor. Esfera de influencia.

La cadena de valor de una organización es aquella secuencia de actividades o partes que proporcionan productos o servicios a esta.

Tratándose de emprendimientos sociales es importante incorporar a la cadena de valor un abordaje sostenible que puede traer aparejado distintas oportunidades toda vez que reconoce y maximiza la intersección de intereses entre el valor de los negocios y el del valor socioambiental.

El ámbito de actuación de una organización y el alcance de sus impactos estarán delimitados por su esfera de influencia, que consiste en el ámbito de una relación política, contractual, económica o de otra índole, a través de la cual ella tenga la capacidad de afectar las decisiones o actividades de individuos u organizaciones.



¹⁰ Norma Internacional ISO 26.000 Guía de responsabilidad social.

EJERCICIO DE AUTODIAGNÓSTICO

RELACIONES INTERNAS/EXTERNAS DE LAS ORGANIZACIONES			
¿Contamos con un acuerdo de socios? Este, ¿regula adecuadamente la relación entre los mismos?			
¿Se refleja en alguna forma y/o documento la misión presente que persigue la entidad y su impacto? ¿Se encuentra debidamente asegurado y protegida?			
¿Conocemos a los apoderados de la entidad? ¿Llevamos un relevamiento de las facultades con las que cuentan?			
El representante legal de la entidad ¿conoce sus funciones y su rol preponderante?			
¿Suscribimos contratos de confidencialidad? ¿Deberíamos pensar en hacerlo? ¿Existen contratos verbales celebrados que no estén escritos?			
¿Contratamos con el Estado en cualquiera de sus esferas? ¿Conocemos estas relaciones?			
¿Cuenta la organización con mecanismos de identificación de sus grupos de interés? ¿Contamos con sistemas para identificarlos e involucrarlos o deberíamos pensar en desarrollarlos?			
¿Conocemos la esfera de influencia de la organización? ¿Existen procesos que nos permitan identificarla o deberían desarrollarse?			



Sí



No



A desarrollar / pasar a la acción

5. FUERZA DE TRABAJO

A. REGISTRACIÓN DEL CONTRATO DE TRABAJO

B. PRINCIPALES ASPECTOS DE LA LEGISLACIÓN LABORAL

C. VOLUNTARIADO SOCIAL

D. CATEGORIZACIÓN COMO MIPYME

A. REGISTRACIÓN DEL CONTRATO DE TRABAJO

REGISTRACIÓN ANTE LOS ORGANISMOS DE LA SEGURIDAD SOCIAL

Toda nueva contratación y desvinculación debe ser informada a la AFIP a través de la página web del organismo, accediendo con la clave fiscal del empleador.

En el siguiente [link](#) pueden encontrar una guía del paso a paso.

LIBRO DE SUELDOS Y JORNALES

El artículo 52 de la Ley de Contrato de Trabajo (en adelante "LCT") establece que el empleador debe llevar un libro especial en donde se debe registrar determinada información del empleado y del empleador, los salarios y otros aspectos obligatorios.

Este libro debe estar registrado y rubricado en las mismas condiciones que se exigen para los libros de comercio (ver [Obtención de rúbricas de libros](#)).

Es de suma importancia llevar este libro conforme a la ley, dado que podría ser motivo de multas administrativas y también configurar una prueba en contra del empleador ante un posible juicio.

LIBRO DE SUELDOS Y JORNALES

La falta de registración total o parcial de un empleado ante los organismos fiscales y en los libros del empleador brinda derecho al empleado a reclamar multas derivadas de esta situación que incrementan exponencialmente los costos indemnizatorios.

Además, los organismos fiscales podrán reclamar el pago de los aportes y contribuciones omitidos, más intereses y multas.



ATENCIÓN

Los empleados que facturen por la prestación de sus servicios serán considerados trabajadores no registrados.

B. PRINCIPALES ASPECTOS DE LA LEGISLACIÓN LABORAL



ATENCIÓN

Para un mejor aprovechamiento de este capítulo, sugerimos la lectura conjunta de la [Guía legal para Emprendimientos Sociales en Argentina](#)



Jornada establecida por la LCT: ¿Cuál es la jornada establecida por la LCT?

La LCT establece límites a la jornada de trabajo de 9 horas diarias o 48 horas semanales. Si cualquiera de los máximos es excedido, se deben pagar horas extra, las que se calculan con un recargo del 50% cuando son realizadas durante los días de semana o sábados hasta la 1pm, o del 100% si se trabajan durante los días sábados después de la 1 pm, domingos o feriados. Los directores y gerentes están excluidos de las normas sobre limitaciones a la jornada de trabajo.

Sueldos: ¿Cómo se determinan y se pagan los sueldos?

(b)

Los salarios mínimos serán fijados por los Convenios Colectivos que puedan ser de aplicación al empleador. En caso de empleados fuera de convenio, las partes pueden pactar el salario voluntariamente, debiendo respetar solamente el Salario Mínimo, Vital y Móvil que se encuentre vigente en ese momento.

ATENCIÓN

La necesidad de regirse por un Convenio Colectivo de Trabajo es obligatoria si la actividad del empleador está alcanzada por su ámbito de aplicación.



Los sueldos pueden ser fijados de forma mensual, diaria, semanal o quincenal y deben pagarse dentro del cuarto día posterior al mes o quincena correspondiente, o tres días posteriores si el pago se efectuase semanalmente.

El empleador deberá registrar todos los montos que se abonen en sus registros y deberá confeccionar el recibo de sueldo correspondiente en doble ejemplar: el original será firmado por el empleado y conservado por el empleador, mientras que el duplicado debe ser entregado al empleado.

Aguinaldo: ¿Qué es y cómo se calcula el aguinaldo?

(c)

El aguinaldo o Sueldo Anual Complementario es un pago obligatorio que debe realizarse el 30 de junio y el 18 de diciembre de cada año y que es equivalente al 50% de la mejor remuneración devengada durante el semestre correspondiente.

Si un empleado es desvinculado por cualquier motivo, tendrá derecho al pago proporcional al tiempo trabajado del Sueldo Anual Complementario.

Régimen de vacaciones: ¿Cuál es el régimen de vacaciones previsto por la LCT?

(d)

Los empleados tienen derecho a un período de vacaciones anual que se determina en función de su antigüedad, según el siguiente detalle:

- ✓ 14 días cuando la antigüedad no exceda de 5 años.
- ✓ 21 días cuando la antigüedad sea mayor a 5 años y no exceda de 10 años.
- ✓ 28 días cuando la antigüedad sea mayor a 10 años y no exceda de 20 años.
- ✓ 35 días cuando la antigüedad sea superior a 20 años.

Los Convenios Colectivos de Trabajo pueden establecer períodos de vacaciones adicionales. Para calcular el “plus vacacional” se debe dividir el salario mensual del empleado en 25 y multiplicar ese resultado por la cantidad de días de vacaciones. Este pago debe hacerse de forma previa al inicio de las vacaciones.

Si el empleado es desvinculado por cualquier motivo, tiene derecho a que se le abonen las vacaciones proporcionales al tiempo trabajado.

(e)

Licencias: ¿Cuál es el régimen de licencias?

Los empleados tienen derecho a gozar de las siguientes licencias pagas:

- ✓ Por nacimiento de hijo, dos días corridos.
- ✓ Por matrimonio, diez días corridos.
- ✓ Por fallecimiento del cónyuge o conviviente, de hijo o de padres, tres días corridos.
- ✓ Por fallecimiento de hermano, un día.
- ✓ Para rendir examen en la enseñanza media o universitaria, dos días corridos por examen, con un máximo de diez días por año calendario.

El pago de estas licencias debe calcularse del mismo modo que las vacaciones.

Algunos Convenios Colectivos de Trabajo extienden los plazos de licencia, y/o establecen licencias adicionales, por lo que por lo que sugerimos verificar qué establece el Convenio Colectivo aplicable.

Por otra parte, las empleadas mujeres tienen derecho a una licencia por maternidad de 45 días antes y 45 días después de la fecha probable de parto. Durante estos períodos, la empleada percibirá una asignación familiar abonada por ANSES.

Finalmente, en caso de enfermedades o accidentes inculpables, los empleados tendrán derecho a una licencia paga por un período de 3 a 12 meses dependiendo de la antigüedad del empleado y si tiene o no cargas de familia (familiares a cargo) por cada enfermedad o accidente.

(f)

Formas de terminación de una relación de trabajo: ¿Cuáles son las formas de terminación de una relación de trabajo y qué conceptos deben abonarse a los empleados?

La relación de trabajo puede finalizar por:

Despido sin causa: en caso de contratos por tiempo indeterminado, el empleador podrá disponer su finalización en cualquier momento. En este supuesto, el empleador deberá abonar:

- I. Indemnización por antigüedad: equivalente a un sueldo mensual por año de servicio trabajado o fracción mayor de tres meses, tomando como base de cálculo la mejor remuneración mensual, normal y habitual devengada durante el último año. La base de cálculo no podrá exceder el equivalente de tres veces el promedio de las remuneraciones establecidas por el Convenio Colectivo Aplicable. De acuerdo con el

criterio jurisprudencial, la aplicación del tope en ningún caso podrá implicar una reducción mayor al 67% de la base de cálculo. Sugerimos consultar el Convenio Colectivo de Trabajo aplicable.

- II. Preaviso: El empleador debe otorgar preaviso de la terminación de la relación con la siguiente anticipación: (a) 15 días en período de prueba; (b) 1 mes cuando la antigüedad del empleado sea menor a 5 años; y (c) 2 meses cuando la antigüedad del empleado sea mayor a 5 años. La omisión de otorgar preaviso derivará en la obligación del empleador de abonar las remuneraciones que hubieran correspondido al empleado durante aquellos períodos. Además, se deberá pagar el Sueldo Anual Complementario sobre el preaviso, equivalente a un 8.33% de su valor.
- III. Integración del mes de despido: Si el despido no coincide con el último día del mes y el preaviso no fue otorgado, el empleador deberá abonar al trabajador los días faltantes hasta la finalización del mes en el que el despido se llevó a cabo. Además, se deberá pagar el Sueldo Anual Complementario sobre la integración del mes, equivalente a un 8.33% de su valor.

Despido con justa causa: la relación de trabajo podrá terminarse con justa causa en el caso en que el empleado hubiera incurrido en un incumplimiento de magnitud tal que no admita que el vínculo continúe. En tal caso no se deben abonar indemnizaciones al empleado, pero el empleador tiene que probar la causal de despido. El juez laboral es quien tiene las facultades para determinar si la causa ha sido lo suficientemente grave como para justificar el despido con causa del empleado. El empleado puede considerarse despedido si el empleador incurre en un incumplimiento grave que no permita la prosecución del vínculo. Si la causa del despido indirecto se acredita y el juez entiende que justificó la decisión del empleado de terminar la relación de trabajo, el empleador será condenado a pagar las indemnizaciones por despido.

Despido indirecto: el empleado puede considerarse despedido si el empleador incurre en un incumplimiento grave que no permita la prosecución del vínculo. Si la causa del despido indirecto se acredita y el juez entiende que justificó la decisión del empleado de terminar la relación de trabajo, el empleador será condenado a pagar las indemnizaciones por despido.

Renuncia: el empleado puede renunciar a su puesto de trabajo en cualquier momento, con la única obligación de otorgar un preaviso de 15 días. La renuncia se debe comunicar mediante el envío de un telegrama de renuncia que se envía de forma gratuita desde Correo Argentino. En este caso, no se deben indemnizaciones al empleado.

Mutuo acuerdo: ambas partes pueden dar por terminado el contrato, en cualquier momento, por mutuo acuerdo de partes. Este acuerdo debe ser formalizado mediante escritura pública o ante la autoridad administrativa del trabajo. En este caso no se deben indemnizaciones al empleado, pero usualmente se negocia una gratificación extraordinaria por cese.

Incapacidad del empleado: la relación de empleo puede finalizar por la incapacidad total y permanente del empleado. En este supuesto, el empleador deberá abonar una indemnización equivalente a la indemnización por antigüedad prevista en el art. 245 de la LCT.

Jubilación: la relación de empleo puede finalizar cuando el empleado obtiene el beneficio de jubilación ordinaria. Los trabajadores pueden jubilarse cuando cumplan 65 años de edad en el caso de hombres y 60 años en el caso de mujeres, y computen 30 años de aportes a la seguridad social. En caso de no hacer los trámites jubilatorios de forma voluntaria, los empleadores podrán intimar a

los empleados a hacerlo una vez que hayan cumplido los 70 años de edad. En este caso, la relación se extinguirá después de un año de efectuada la intimación o una vez que el empleado obtenga el beneficio, lo que suceda primero. En este caso no se debe abonar indemnizaciones al empleado.

Muerte del empleado: en caso de que el contrato de trabajo finalice por la muerte del empleado, el empleador deberá abonar a sus derechohabientes¹¹ una indemnización especial equivalente al 50% de la indemnización por antigüedad.

C. VOLUNTARIADO SOCIAL

aplicable solo a organizaciones sin fin de lucro:

A nivel nacional, el voluntariado social tiene su propia reglamentación a través de la [Ley N° 25.855 de Voluntariado Social](#), la que se reglamentó mediante el [Decreto 942/17](#).



ATENCIÓN

Algunas provincias tienen sus propias normas que regulan la materia, por lo que sugerimos verificar este punto antes de sumar voluntarios a la organización.

(a). ¿Quiénes son voluntarios?	La ley define a los voluntarios sociales como aquellas personas que llevan delante de manera gratuita, solidaria y altruista tareas de interés general en organizaciones sociales, sin recibir por ello ningún tipo de salario ni prestación económica.
(b). ¿Cuáles son las organizaciones que pueden tener voluntarios?	Organizaciones públicas o privadas, sin fines de lucro, cualquiera sea su forma jurídica, que participen en programas o proyectos que tengan objetivos propios del bien común y del interés general.
(c). ¿Cuáles son los requisitos establecidos por la ley en relación al voluntariado?	<p>Las organizaciones que deseen tener voluntarios deberán solicitar su inscripción ante el CENOC (Centro Nacional de Organizaciones de la Comunidad), completando un formulario de inscripción.</p> <p>Una vez inscripta, la organización deberá presentar el certificado de vigencia o subsistencia de persona jurídica, otorgada por la IGJ o el organismo provincial pertinente, por correo postal o presentándolo personalmente en la oficina del CENOC, sita en Misiones 71 Piso 5, CABA.</p> <p>Por otra parte, la organización deberá contar con un libro rubricado por CENOC en el que se registren a los voluntarios. Para iniciar este libro se deberá completar y presentar ante CENOC una nota de solicitud de rúbrica.</p> <p>Una vez obtenida la rúbrica, se deberá firmar un acuerdo básico con los voluntarios, y la organización deberá entregar una credencial a los mismos que acredite su condición de tales.</p>



ATENCIÓN

Los voluntarios deben desarrollar sus tareas de modo gratuito y altruista. La organización, podría únicamente efectuar reintegro de gastos, informándolo de manera previa al voluntario. Si el voluntario recibe una contraprestación por sus servicios podría ser considerado un empleado no registrado.



D. CATEGORIZACIÓN COMO MIPYME

Las Pequeñas y Medianas Empresas tienen su regulación específica a través de la [Ley N° 24.464](#)

(a) ¿Qué es una MyPyME?

Una MiPyME es una micro, pequeña o mediana empresa que realiza sus actividades en el país, en alguno de estos sectores: comercial, servicios, comercio, industria, minería o agropecuario. Para formar parte del Registro de Empresas MiPyMEs se establecen categorías, de acuerdo con las ventas totales anuales, la actividad declarada, el valor de los activos o la cantidad de empleados, según rubro o sector de la empresa.

No serán consideradas Micro, Pequeñas ni Medianas Empresas, aquellas que realicen alguna de las actividades excluidas que se detallan a continuación:

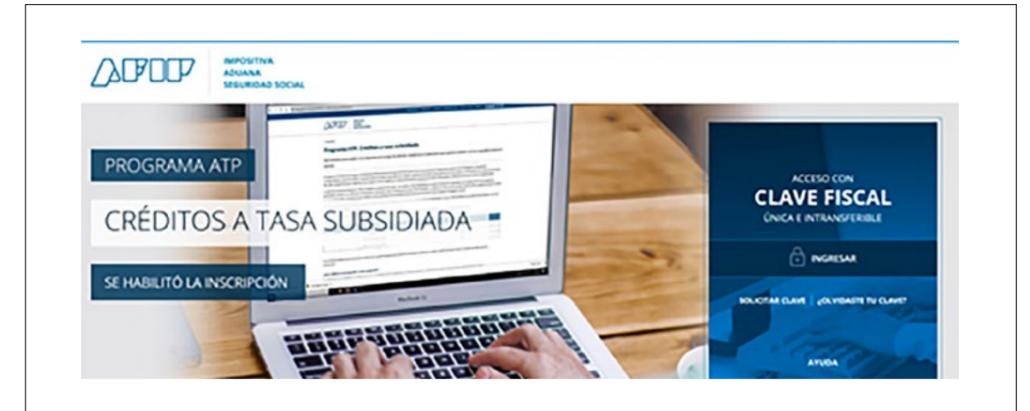
- ✓ Servicios de hogares privados que contratan servicio doméstico.
- ✓ Servicios de organizaciones y órganos extraterritoriales.
- ✓ Administración pública, defensa y seguridad social obligatoria.
- ✓ Servicios relacionados con juegos de azar y apuestas.

Consultar información detallada sobre el Registro de Empresa MiPyMEs y requisitos para inscribirse [aquí](#).

(b) ¿Cómo solicitar la inscripción en el Registro de Empresas MiPyME?

La solicitud de inscripción al Registro de Empresas MiPyMEs puede realizarse en cualquier momento, siguiendo los siguientes pasos:

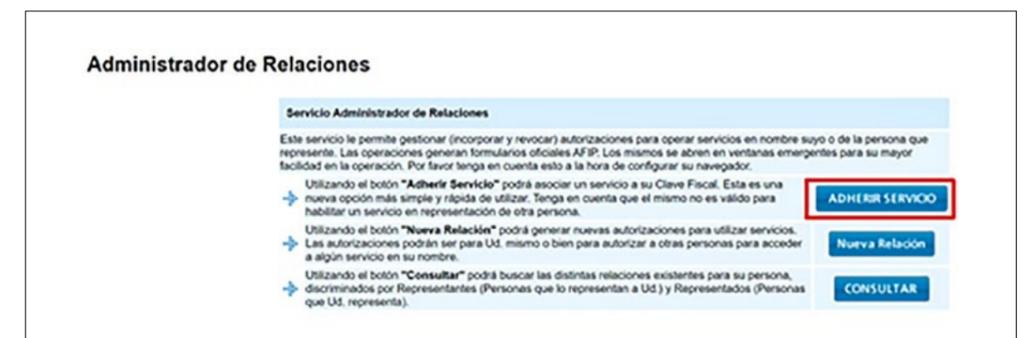
1. Acceder al [sitio web](#) de la AFIP con la CUIT y Clave Fiscal.



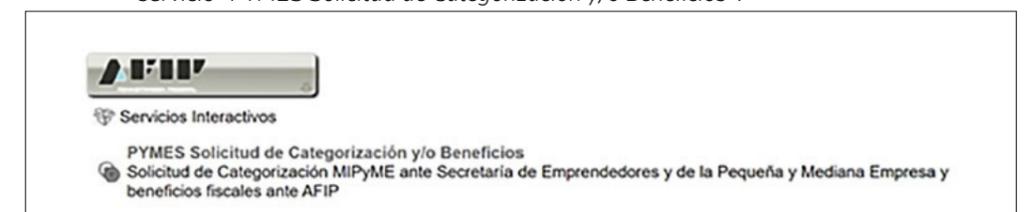
2. Ingresar al Administrador de Relaciones de Clave Fiscal.



3. Hacer clic en la opción "Adherir Servicio".



4. Seleccionar el logo de la AFIP y, en Servicios Interactivos, buscar y seleccionar el servicio "PYMES Solicitud de Categorización y/o Beneficios".



5. Hacer clic en "Confirmar".

Incorporar nueva Relación

Autorizante (Dador) [Redacted]

Representado [Redacted]

Servicio: PYMES Solicitud de Categorización y/o Beneficios (Nivel de seguridad mínimo requerido 2) [BUSCAR]

Representante: [Redacted] (Clave Fiscal Nivel 3) [BUSCAR]

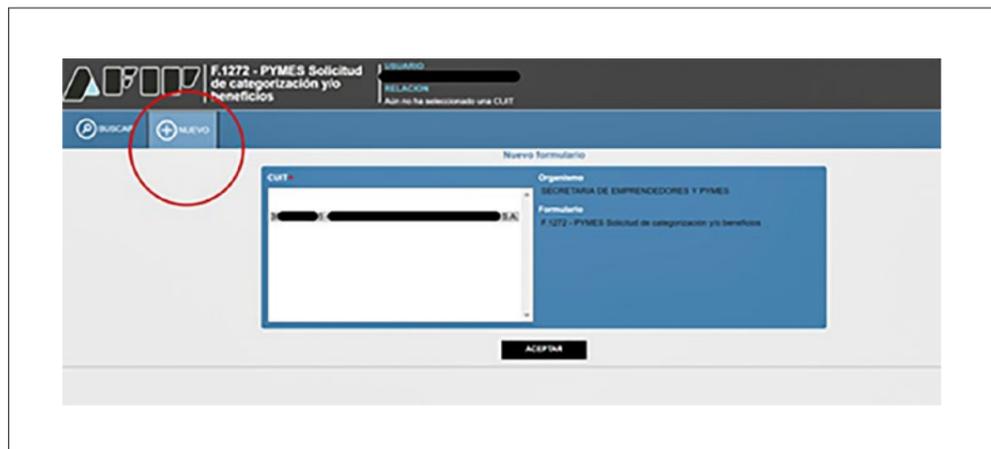
[CONFIRMAR]

6. Para que el servicio aparezca en el menú de opciones, es necesario cerrar la sesión y volver a ingresar con la CUIT y Clave Fiscal.

7. Entrar al servicio "PYMES Solicitud de Categorización y/o Beneficios".



8. Hacer clic en "Nuevo", hacer clic en "Aceptar" y completar el Formulario N°1272 que se desplegará a continuación.



9. La respuesta a la solicitud de inscripción en el Registro de Empresas MiPyMEs se podrá ver en el Domicilio Fiscal Electrónico de la AFIP y se recibirá el Certificado MiPyME en la bandeja de notificaciones de TAD (Trámites a Distancia). En caso de no recibirlo, se puede descargar [aquí](#), ingresando el número de transacción que surge del formulario F. N°1272 presentado.

Sec. de Emprendedores y PYMES	CUIT N° [Redacted]	Establecimiento: 0
PYMES Solicitud de categorización y/o beneficios	Apellido y Nombre o Razón Social [Redacted]	
	Fecha de Presentación: 22/05/2019	Hora: 13:00
F. 1272	Versión 600	Nro. de Transacción: 6645753
	Periodo: 2019	MDS [Redacted]
		Secuencia: ORIGINAL

Datos de las ventas anuales	
Total de Ventas neto de impuesto incluido 25% de exportación	Total
Período Fiscal 2016	[Redacted]
Período Fiscal 2017	[Redacted]
Período Fiscal 2018	[Redacted]

SOLICITUD DE CATEGORIZACION EN MICRO, PEQUEÑA O MEDIANA EMPRESA TRAMO 1 Y 2	[Redacted]
SOLICITUD OPCION IVA DIFERIDO	[Redacted]
VINCULACION SOCIETARIA NACIONAL	[Redacted]
VINCULACION SOCIETARIA INTERNACIONAL	[Redacted]
EMPLEADOR	[Redacted]

Declaro que los datos consignados en este formulario son correctos y completos y que he confeccionado la presente Declaración Jurada, sin omitir ni falsear dato alguno que deba contener, siendo fiel expresión de la verdad.

La confección de dicha Declaración Jurada implica la manifestación expresa y veraz del administrado respecto de los datos proporcionados y su consentimiento para que los mismos sean transmitidos para su utilización por la SECRETARÍA DE EMPRENDEDORES Y DE LA PEQUEÑA MEDIANA EMPRESA y el MINISTERIO DE PRODUCCIÓN y sus dependencias, en cumplimiento de las competencias propias establecidas por la normativa aplicable, e incorporados al Registro de Empresas MiPyMEs previsto en el artículo 27 de la Ley N° 24.467 y sus modificatorias y reglamentarias, y en el Registro Único del Ministerio de Producción (R.U.M.P.) creado por la Resolución N° 442/2016 del MINISTERIO DE PRODUCCIÓN. Asimismo, el administrado declara que los datos proporcionados son coincidentes con los suministrados a la ADMINISTRACIÓN FEDERAL DE INGRESOS PÚBLICOS, mediante las Declaraciones Juradas presentadas por los Impuestos al Valor Agregado y a las Ganancias.

(c) ¿Cuál es el plazo de vigencia del Certificado MiPyME?

El "Certificado MiPyME" tendrá vigencia desde su emisión y hasta el último día del cuarto mes posterior al cierre del ejercicio fiscal de la empresa solicitante.

(d) ¿Cómo es el procedimiento para renovar el Certificado MiPyME?

A los fines de realizar la renovación automática de la vigencia del "Certificado MiPyME" y, por lo tanto, la reinscripción de la empresa en el "Registro de Empresas MiPyMEs", la AFIP transmitirá a la Secretaría de Emprendedores y de la Pequeña y Mediana Empresa del Ministerio de Producción y Trabajo -en adelante, la "SECPYME"-, durante el cuarto mes posterior al cierre del ejercicio fiscal de cada empresa, la información actualizada de los campos del Formulario N° 1272, declarada por la empresa ante la AFIP.

A tales efectos, la AFIP enviará una notificación al domicilio fiscal electrónico de la empresa y pondrá a su disposición, desde el primer día hábil del cuarto mes posterior al cierre de su ejercicio fiscal y durante 20 días corridos, la información correspondiente a los campos del Formulario N° 1272, a fin de que pueda ser verificada por la empresa.

En caso de que la empresa detecte inconsistencias en dicha información, deberá subsanarla rectificando las declaraciones juradas presentadas ante el organismo recaudador.

El primer día hábil posterior al vencimiento de dicho plazo, la AFIP transmitirá la información a la SECPYME.

Para la "renovación automática", será requisito indispensable haber presentado las declaraciones juradas del IVA (Impuesto al Valor Agregado) y todas las declaraciones juradas de la seguridad social de los últimos 3 meses, de corresponder.

En caso de incumplimiento por parte de la empresa de la presentación de declaraciones juradas, la AFIP enviará, dentro de los primeros 5 días hábiles del cuarto mes posterior al cierre de su ejercicio fiscal, una notificación al domicilio fiscal electrónico de la empresa informando la imposibilidad del envío automático de la información. En este caso, la empresa, a efectos de la renovación automática del "Certificado MiPyME", deberá subsanar los incumplimientos a fin de permitir la transmisión de la información.

Cuando los incumplimientos se subsanen con posterioridad al plazo indicado anteriormente, la empresa deberá efectuar la respectiva solicitud de renovación mediante la presentación de un nuevo Formulario N° 1272.

(e) ¿Qué particularidades tiene la calificación como MiPyME en materia laboral?

Las MiPyMEs abonan las contribuciones patronales aplicando una alícuota del 18% (recordamos que las empresas del sector privado no categorizadas como MiPyMEs, cuya actividad principal esté encuadrada en el sector "Servicios" o en el sector "Comercio", están sujetas a una alícuota del 20,4%)¹².

¹² A los efectos de la aplicación de la alícuota de contribuciones del 18%, las empresas cuya actividad principal encuadre en los sectores "Servicios" o "Comercio", deberán contar con el Certificado MiPyME vigente a la fecha de vencimiento de las respectivas obligaciones -conf. Resolución General (AFIP) N°4706/2020-.

EJERCICIO DE AUTODIAGNÓSTICO

FUERZA DE TRABAJO			
¿Tenemos empleados que no estén registrados ante AFIP como tales?			
¿Tenemos contratistas independientes que trabajen de forma permanente para la organización?			
¿Llevamos el libro de sueldos y jornales?			
¿El libro de sueldos y jornales está al día?			
¿Verificamos si hay un Convenio Colectivo de Trabajo que sea aplicable a nuestra actividad?			
¿Pagamos los salarios de acuerdo con las escalas salariales del Convenio Colectivo aplicable?			
¿Pagamos las licencias con el recargo establecido por la Ley?			
¿Tenemos a los voluntarios sociales inscriptos en el libro correspondiente?			
¿Firmamos con nuestros voluntarios el acuerdo básico de voluntariado?			
¿Efectuamos pagos a los voluntarios distintos al reintegro de gastos?			



Sí



No



A desarrollar / pasar a la acción

6. RESPONSABILIDAD GENÉRICA DE LOS ADMINISTRADORES

Los administradores deben actuar con lealtad y cumplir con el deber de diligencia de un *buen hombre de negocios*.

Este obrar con diligencia y de acuerdo con la ley y los estatutos, deberá ponderarse en **cada oportunidad** frente a las distintas actividades realizadas por la organización.

La responsabilidad de manera genérica la agrupamos en la perspectiva societaria, laboral y tributaria (entre otras), que imponen, básicamente, la obligación de reparar o indemnizar los perjuicios ocasionados o pagar la deuda ajena (en el caso de la responsabilidad tributaria).

En estos casos, en cualquier acto realizado por la organización en violación a la ley por parte de esta podría eventualmente imputarse responsabilidad solidaria e ilimitada a los administradores de la organización.

Por ello es muy importante la actuación individual de los administradores al momento de ponderar la responsabilidad que le cabe. El administrador disconforme con cualquier decisión, debe dejar constancia de su protesta y en su caso denunciar la violación de la ley.

Es importante destacar que, ante la hipótesis de reclamos, independientemente de la situación económica y financiera de la sociedad, es probable que las demandas sean dirigidas tanto a la organización como al administrador. No está de más aclarar que aún ante una condena solidaria en su contra, el deber de reparar de los administradores se hará efectivo en la medida en que la organización codemandada no pudiera hacer frente a toda la condena.

Ahora bien, también cabe aludir a la responsabilidad penal en que pueden incurrir los administradores de las organizaciones y cuya consecuencia será una sanción de naturaleza punitiva, consistente en una sanción pecuniaria (multa) o privativa de la libertad (prisión) según el caso. En tal sentido, siendo que la imputación penal es eminentemente subjetiva, para atribuir (culpar) a un administrador de una organización por la comisión de un delito será necesario probar su "culpabilidad", ya sea mediante un actuar doloso o, en los casos que expresamente lo prevé la ley, por haber desplegado una conducta ilícita de manera imprudente y/o negligente.

Específicamente, en materia cambiaria, tributaria y aduanera, la ley prevé que cuando en el seno de una persona jurídica se cometan delitos de esa naturaleza, los directores, gerentes y /o administradores serán responsables de los delitos que cometan en el ejercicio de sus funciones.

Finalmente, cabe destacar que la responsabilidad penal de la empresa, separada de la de los directores y/o administradores, aplica también en diversos supuestos como los mencionados precedentemente. Adicionalmente, como mencionamos en el [capítulo tercero](#), hoy está vigente la Ley de Responsabilidad Penal Empresarial (27.401) que prevé sanciones para las empresas por la comisión de delitos de corrupción.

ATENCIÓN

En la medida que la figura jurídica lo permita, los administradores pueden requerir una carta de indemnidad por parte de los accionistas/fundadores de la organización, a los efectos de cubrir cualquier costo y/o atender cualquier reclamo, (siempre que el obrar del administrador sea dentro del marco de la ley), recibiendo así por parte de los accionistas/fundadores todo el apoyo en cuanto a asistencia legal y/o asistencia pecuniaria necesaria para hacer frente a dichos reclamos.

Este tipo de indemnidad se encuentra también cubierta por algunas pólizas globales denominadas D&O (Directors and Officers) en la que, si bien el beneficiario de dicha póliza es generalmente la organización, muchas veces se utiliza dicho beneficio para hacer frente a cualquier reclamo que se realice contra el administrador.



EJERCICIO DE AUTODIAGNÓSTICO

RESPONSABILIDAD GENÉRICA DE LOS ADMINISTRADORES			
¿Los administradores de la organización conocen sus deberes y la relación de estos con la responsabilidad de su cargo?			
¿La organización conoce los tipos de responsabilidad que existen para sus administradores y para ella también?			
¿Han sido otorgadas cartas de indemnidad a favor de los administradores? ¿Sería conveniente analizar esta posibilidad a futuro?			



Sí



No



A desarrollar / pasar a la acción

■ CAPÍTULO 3

1. ASPECTOS TRIBUTARIOS

2. HABILITACIONES

1. ASPECTOS TRIBUTARIOS

A. IMPUESTOS

- ✓ Principales impuestos nacionales y exenciones
- ✓ Principales impuestos provinciales y exenciones
- ✓ Tributos municipales

B. ALGUNOS BENEFICIOS TRIBUTARIOS ESPECÍFICOS

C. TRANSFERENCIA DE TECNOLOGÍA



A. IMPUESTOS

✓ (a) Principales impuestos nacionales y exenciones

Los pasos a seguir para solicitar el alta de impuestos nacionales, pueden consultarse [aquí](#).

I. Impuesto a las ganancias

Las empresas (sociedades anónimas, sociedades anónimas unipersonales, sociedades de responsabilidad limitada, sociedades por acciones simplificadas, etc.) se encuentran sujetas al impuesto a las ganancias desde la fecha de su constitución. La alícuota aplicable será del 25%, del 30% o del 35%, dependiendo de la ganancia neta anual de la empresa.

Distribución de utilidades

Al distribuir utilidades a los socios/accionistas deberán practicar una retención en concepto del impuesto a las ganancias, aplicando una alícuota del 7% (esta retención no aplica en el caso de que los beneficiarios de los dividendos o utilidades sean sociedades locales, gravadas conforme lo antes descripto).

Deducción de gastos

Como regla general, los gastos incurridos por sociedades locales serían deducibles a los efectos del impuesto a las ganancias siempre que: (i) se hayan efectuado para obtener, mantener y conservar ganancias gravadas de la sociedad; y (ii) exista una clara vinculación entre el gasto y la ganancia, debidamente respaldada por la documentación correspondiente. No obstante, existen algunas limitaciones para la deducción de ciertos gastos -aun cuando aquellos cumplan las condiciones apuntadas precedentemente- (ej.: honorarios de directores, pagos por asesoramiento técnico-financiero o de otra índole prestado desde el exterior, intereses de deudas de carácter financiero contraídas con sujetos vinculados, etc.).

Exenciones

La [Ley de Impuesto a las Ganancias](#) (artículo 26, inciso f) y su decreto reglamentario establecen una exención para las ganancias que obtengan las asociaciones, fundaciones y entidades civiles de asistencia social, salud pública, caridad, beneficencia, educación e instrucción, científicas, literarias, artísticas, gremiales y las de cultura física o intelectual, siempre que tales ganancias y el patrimonio social se destinen a los fines de su creación, y en ningún caso se distribuyan, directa o indirectamente, entre los socios. Se excluyen de esta exención aquellas entidades que obtienen sus recursos, en todo o en parte, de la explotación de espectáculos públicos, juegos de azar, carreras de caballos y actividades similares, así como actividades de crédito o financieras -excepto las inversiones financieras que pudieran realizarse a efectos de preservar el patrimonio social-, entre las que quedan comprendidas aquellas realizadas por los Colegios y Consejos Profesionales y las Cajas de Previsión Social, creadas o reconocidas por normas legales nacionales y provinciales.

No obstante, dicha exención no resulta de aplicación en el caso de fundaciones y asociaciones o entidades civiles de carácter gremial que desarrollen actividades industriales o comerciales, excepto cuando las actividades industriales o comerciales tengan relación con el objeto de tales entes y los

ingresos que generen no superen el 30% de sus ingresos totales. En caso de superar el porcentaje establecido, la exención no será aplicable a los resultados provenientes de esas actividades.

Asimismo, dicha exención no será de aplicación para aquellas instituciones que durante el período fiscal abonen a cualquiera de las personas que formen parte de los elencos directivos, ejecutivos y de contralor de las mismas (directores, consejeros, síndicos, revisores de cuentas, etc.), cualquiera fuere su denominación, un importe por todo concepto, incluido los gastos de representación y similares, superior en un 50 % al promedio anual de las tres mejores remuneraciones del personal administrativo. Tampoco será de aplicación la citada exención, cualquiera sea el monto de la retribución, para aquellas entidades que tengan vedado su pago por las normas que rijan su constitución y funcionamiento.

ATENCIÓN



Esta exención no es de aplicación automática, sino que debe ser requerida a la AFIP, siguiendo el procedimiento establecido en la Resolución General (AFIP) N°2681/2009. Para encontrar información detallada acerca del procedimiento y requisitos para solicitar la exención ingresar [aquí](#).

El Micrositio [Ganancias y Bienes Personales](#) de web la AFIP brinda información y conceptos básicos para el cálculo y liquidación del impuesto.

Deducción de donaciones realizadas a ciertas entidades sin fines de lucro

Como regla general, las donaciones no resultan deducibles a los efectos del impuesto a las ganancias. Sin embargo, las donaciones efectuadas a entidades sin fines de lucro exentas del gravamen serán deducibles hasta el límite del 5% de la ganancia neta del ejercicio del donante, siempre que el objetivo principal de tales entidades sea:

- ▶ La realización de actividad de asistencia social u obra médica asistencial de beneficencia, sin fines de lucro, incluidas las actividades de cuidado y protección de la infancia, vejez, minusvalía y discapacidad.
- ▶ La investigación científica y tecnológica, aun cuando la misma esté destinada a la actividad académica o docente, y cuenten con una certificación de calificación respecto de los programas de investigación, de los investigadores y del personal de apoyo que participen en los correspondientes programas, extendida por la Secretaría de Ciencia y Tecnología dependiente del Ministerio de Cultura y Educación.
- ▶ La investigación científica sobre cuestiones económicas, políticas y sociales orientadas al desarrollo de los planes de partidos políticos.
- ▶ La actividad educativa sistemática y de grado para el otorgamiento de títulos reconocidos oficialmente por el Ministerio de Cultura y Educación, como asimismo la promoción de valores culturales, mediante el auspicio, subvención, dictado o

mantenimiento de cursos gratuitos prestados en establecimientos educacionales públicos o privados reconocidos por los Ministerios de Educación o similares, de las respectivas jurisdicciones.

En el [sitio web de la AFIP](#), introduciendo la CUIT de la entidad donataria, los donantes pueden consultar si su donación puede ser o no deducida a los efectos del impuesto a las ganancias.

II. Impuesto sobre los bienes personales (acciones y participaciones societarias)

Las sociedades regidas por la Ley General de Sociedades deben actuar como responsable sustituto, liquidando e ingresando el gravamen, por las acciones o participaciones societarias cuyos titulares sean personas humanas o sucesiones indivisas (residentes en el país o en el exterior) o cualquier entidad del exterior. La alícuota aplicable es del 0,50% sobre el valor patrimonial proporcional que surja del último balance cerrado al 31 de diciembre del ejercicio que se liquida.

Las asociaciones civiles y fundaciones no están alcanzadas por el impuesto sobre los bienes personales (acciones y participaciones societarias), por no tratarse de sociedades regidas por la Ley N° 19550⁷.

III. Impuesto al valor agregado (IVA)

El IVA grava las ventas de cosas muebles situadas o colocadas en el territorio del país; las obras, locaciones y prestaciones de servicios realizadas en el país; las importaciones definitivas de cosas muebles y las importaciones de servicios -con algunas particularidades-.

Se liquida mensualmente, mediante la utilización de un sistema de créditos (IVA facturado por los proveedores) y débitos (IVA facturado a los clientes). Si los créditos son mayores que los débitos, se generará un “saldo técnico” a favor que podrá ser computado contra futuros débitos que se generen en períodos siguientes. Si los débitos son mayores que los créditos, esa diferencia se deberá ingresar al Fisco. La alícuota general es del 21% (existe una alícuota reducida del 10,5% y una agravada del 27%, aplicable a ciertos supuestos).

Los servicios prestados por instituciones, entidades y asociaciones comprendidas en el inciso f) del artículo 26 de la Ley de Impuesto a las Ganancias (t.o. 2019), se encontrarán exentos siempre que tales servicios se relacionen en forma directa con sus fines específicos.

IV. Impuesto sobre los débitos y créditos

Este impuesto aplica sobre los créditos y débitos en cuentas corrientes bancarias argentinas (alícuota general: 0,6% para los créditos; 0,6% para los débitos), como así también sobre los movimientos de fondos realizados a través de sistemas de pago organizados, sustituyendo el uso de cuentas bancarias (alícuota general: 1,2%).

Las alícuotas serán del 0,25% (para débitos y créditos) y 0,5% (para el supuesto de movimientos realizados a través de un sistema de pago organizado), cuando se trate de sujetos que concurrentemente tengan exenta y/o no alcanzada en el IVA la totalidad de las operaciones que

realizan y resulten exentos del Impuesto a las Ganancias. A efectos de gozar de la reducción de alícuota, los interesados deberán inscribirse en el “Registro de Beneficios Fiscales en el Impuesto sobre los Créditos y Débitos en Cuentas Bancarias y otras Operatorias”. En este [link](#) se encuentran detallados los requisitos y pasos para este trámite.

Cuando se lleven a cabo extracciones en efectivo de cuentas bancarias argentinas, bajo cualquier forma (excepto para el caso de cuentas cuyos titulares sean personas humanas o personas jurídicas que revistan y acrediten la condición de Micro y Pequeñas Empresas), los débitos efectuados estarán sujetos al doble de la tasa vigente.

El 33% del impuesto abonado (20% cuando se trate de alícuotas reducidas) podrá computarse como pago a cuenta del impuesto a las ganancias. Las Micro o Pequeñas Empresas podrán computar el 100% del impuesto abonado como pago a cuenta del impuesto a las ganancias y las industrias manufactureras consideradas “medianas -tramo 1-”, el 60%.

✓ (b) Principales impuestos provinciales y de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, y exenciones

I. Impuesto sobre los ingresos brutos (IIBB)

Este impuesto grava el ejercicio habitual de actividades con fin de lucro, en el ámbito territorial de cada jurisdicción local.

Sobre dicha base, cada jurisdicción local (las 23 provincias y la Ciudad Autónoma de Buenos Aires) establece sus propias regulaciones para definir la forma de cálculo del impuesto y las alícuotas aplicables.

En el supuesto de desarrollarse la actividad en un único lugar, deberá solicitarse la inscripción en el impuesto como “contribuyente local”, siguiendo el procedimiento estipulado por esa jurisdicción.

En caso de que la actividad se desarrolle en múltiples jurisdicciones, se deberá tributar bajo el mecanismo del “Convenio Multilateral” (sistema mediante el cual se distribuye la base imponible entre las jurisdicciones en donde se realiza la actividad con el propósito de evitar la múltiple imposición). La inscripción en el Impuesto Sobre los IIBB en la categoría Convenio Multilateral se realiza a través del Sistema “Padrón Web”, disponible en la web de la AFIP, ingresando con la CUIT y clave fiscal.

Exenciones

Deberá consultarse la normativa de cada jurisdicción local. Así, por ejemplo:

- ✓ La Provincia de Mendoza establece que las empresas de impacto social o ambiental y/o de economía social, que sean reconocidas como tales por el Ministerio de Economía, Infraestructura y Energía, se encontrarán exentas de tributar el Impuesto sobre los IIBB por las actividades que desarrollen.
- ✓ La CABA prevé una exención para los ingresos provenientes de las operaciones realizadas por las fundaciones, las asociaciones, entidades o comisiones de

⁷ Criterio convalidado por la AFIP y publicado [aquí](#).

beneficencia, de bien público, asistencia social, científicas, artísticas, culturales y deportivas -todas estas sin fines de lucro- siempre que cuenten con la exención del impuesto a las ganancias y los ingresos obtenidos sean destinados exclusivamente al objeto previsto en sus estatutos sociales, acta de constitución o documento similar y en ningún caso se distribuyan directa o indirectamente entre los socios.

II. Impuesto de sellos

El impuesto de sellos es un tributo local que aplican las provincias y la CABA sobre (i) la celebración de acuerdos onerosos en su territorio; y, (ii) acuerdos onerosos celebrados fuera de su territorio, que producen efectos en él (por ejemplo, porque involucra bienes situados en dicha jurisdicción). En general, la base imponible es el valor económico del acuerdo.

La alícuota aplicable varía según la jurisdicción y el objeto del contrato. No obstante, las alícuotas generales, usualmente, oscilan entre el 1% y el 1,5%.

De acuerdo con la jurisprudencia de la Corte Suprema de Justicia de la Nación, los acuerdos celebrados bajo el mecanismo de “carta-oferta” (envío de una propuesta firmada únicamente por el oferente, seguida de la aceptación de la contraparte en forma tácita, por acto positivo o por escrito -mediante una nota firmada únicamente por el aceptante, que no reproduzca ni refiera al contenido de la propuesta-), no se encuentran alcanzados por el impuesto de sellos, por no ser “autosuficientes”.

✓ (c) Tributos municipales

Si bien deberá analizarse la normativa de cada municipio en cuestión, usualmente, los tributos más relevantes son:

- ▶ *Contribución que incide sobre la publicidad y propaganda:* generalmente, se aplica por el servicio municipal de verificación de toda clase de publicidad y propaganda realizada en el municipio. Usualmente, se calcula teniendo en cuenta las dimensiones y lugar de colocación de la publicidad o propaganda.
- ▶ *Tasa por Servicio de Inspección de Seguridad e Higiene:* generalmente, se aplica por los servicios municipales de inspección destinados a preservar las condiciones de seguridad, de salubridad y de higiene de las instalaciones y locales, establecimientos, oficinas y otros espacios donde se lleve a cabo el ejercicio de cualquier actividad comercial, industrial o de otra índole, a título oneroso. Usualmente, se calcula teniendo en cuenta los ingresos brutos obtenidos por la actividad dentro del municipio.

B. ALGUNOS BENEFICIOS TRIBUTARIOS ESPECÍFICOS

✓ Régimen de Promoción de la Economía del Conocimiento

Promueve varias actividades, entre las que se destacan las de software y servicios informáticos y digitales, producción y posproducción audiovisual, biotecnología, neurotecnología e ingeniería genética, servicios geológicos, de prospección y relacionados con la electrónica y comunicaciones; servicios profesionales, en tanto sean de exportación; nanotecnología y nanociencia, industria aeroespacial y satelital, ingeniería para la industria nuclear, inteligencia artificial, robótica e internet industrial, internet de las cosas, realidad aumentada y virtual. Los interesados deben inscribirse en un Registro Nacional de Beneficiarios y cumplir con determinados requisitos.

Entre otros beneficios, los beneficiarios de este régimen -que estará vigente hasta el 31 de diciembre de 2029- tendrán una reducción de un porcentaje respecto del monto total del impuesto a las ganancias correspondiente a la/s actividad/es promovida/s, determinado en cada ejercicio, de acuerdo con el siguiente esquema: (i) 60% para micro y pequeñas empresas, (ii) 40% para empresas medianas y (iii) 20% para grandes empresas.

✓ Beneficios para MiPyMEs

Además de los beneficios mencionados anteriormente, existen algunos beneficios específicos derivados de la categorización como MiPyME (ej.: diferimiento para el pago del IVA), que se encuentran detallados [aquí](#).

C. TRANSFERENCIA DE TECNOLOGÍA

Se trata de la inscripción de aquellos actos jurídicos a título oneroso que tengan por objeto la transferencia, cesión o licencia de tecnología o marcas por personas domiciliadas en el exterior, a favor de personas humanas o jurídicas domiciliadas en el país. Dicha registración habilitará a la aplicación de alícuotas de retención del impuesto a las ganancias diferenciales, sobre los pagos que se efectúen al exterior en relación con dicho acuerdo.

La registración de dichos acuerdos se efectúa ante el INPI. Se deberá abonar un arancel equivalente al 0,25% del monto total de la tecnología que se adquiere y un arancel de monto fijo (actualmente de AR\$2000) para la emisión del certificado de inscripción.

Los pasos y demás requisitos para realizar esta registración se encuentran detallados [aquí](#).

EJERCICIO DE AUTODIAGNÓSTICO

ASPECTOS TRIBUTARIOS			
¿Contamos con todo lo necesario para obtener la CUIT de nuestra empresa y vincularla con la clave fiscal del representante?			
¿Constituimos domicilio fiscal electrónico ante la AFIP para desbloquear la constancia de inscripción del negocio/ emprendimiento?			
¿Nuestra empresa califica como MIPyME?			
¿Podemos solicitar la inscripción al Registro de Empresas MIPyME?			
¿En qué impuestos debemos inscribir nuestra empresa?			
Sólo para entidades sin fines de lucro, ¿cumplimos con los requisitos para solicitar la exención en el Impuesto a las Ganancias? ¿Cumplimos con los parámetros necesarios para que autoricen a nuestros donantes a deducir las donaciones que efectúen a la entidad?			
¿En qué jurisdicción(es) local(es) desarrollaremos nuestra actividad?			
¿Podemos acceder a los beneficios del Régimen de Promoción de la Economía del Conocimiento?			



Sí



No



A desarrollar / pasar a la acción

2. HABILITACIONES

De acuerdo con el tipo de actividad de que se trate y la forma en la que ésta se lleve adelante, es muy posible que se necesite la obtención de alguna habilitación, permiso o autorización emitida por la autoridad competente en la jurisdicción y la materia. Estos procedimientos son propios de cada actividad, por lo que cada jurisdicción y organismo podrá requerir la documentación que considere necesaria. Generalmente, se debe presentar documentación que acredite la existencia de la sociedad o figura jurídica, su situación impositiva y la actividad que se desarrolla.

Por ejemplo, en la Ciudad de Buenos Aires, si se quiere tener un espacio destinado a oficinas o a la venta de productos, será necesario obtener una habilitación municipal para esos rubros ante la **Agencia Gubernamental de Control**, organismo actualmente facultado para ello. El trámite se realiza online a través de la creación de un usuario especial en su sitio web.

Lo más importante, en este punto, es considerar que la forma en que se desarrolle la actividad y el lugar en que se haga va a tener incidencia directa en los permisos, habilitaciones o autorizaciones que se puedan necesitar.

ATENCIÓN

Desde el punto de vista regulatorio, lo más importante que debemos considerar cuando nos enfrentamos a las autorizaciones, permisos o licencias que nuestro negocio puede llegar a necesitar es responder las siguientes preguntas:

1

“¿QUÉ HAGO?”

2

“¿CÓMO LO HAGO?”

3

“¿DÓNDE LO HAGO?”

La mayor cantidad de detalles que podamos identificar para responder estas preguntas, ¡mejor!. Ello siempre que cada actividad y cada forma de llevarla adelante puede implicar variaciones en los permisos, licencias y autorizaciones que vamos a necesitar.

Es por ello que, cuando nos acerquemos a un organismo ya sea nacional, provincial o municipal o a cualquier sujeto que vaya a ayudarnos con el enfoque legal y/o regulatorio de nuestro negocio, es importante que le aportemos todos los datos que tengamos respecto de las preguntas anteriores.



EJERCICIO DE AUTODIAGNÓSTICO

ASPECTOS TRIBUTARIOS/HABILITACIONES			
¿Revisamos si, de acuerdo a nuestra actividad, debemos contar con alguna autorización, permiso o habilitación?			
Si tenemos oficinas (propias o alquiladas) ¿Revisamos cuál es la habilitación municipal requerida?			



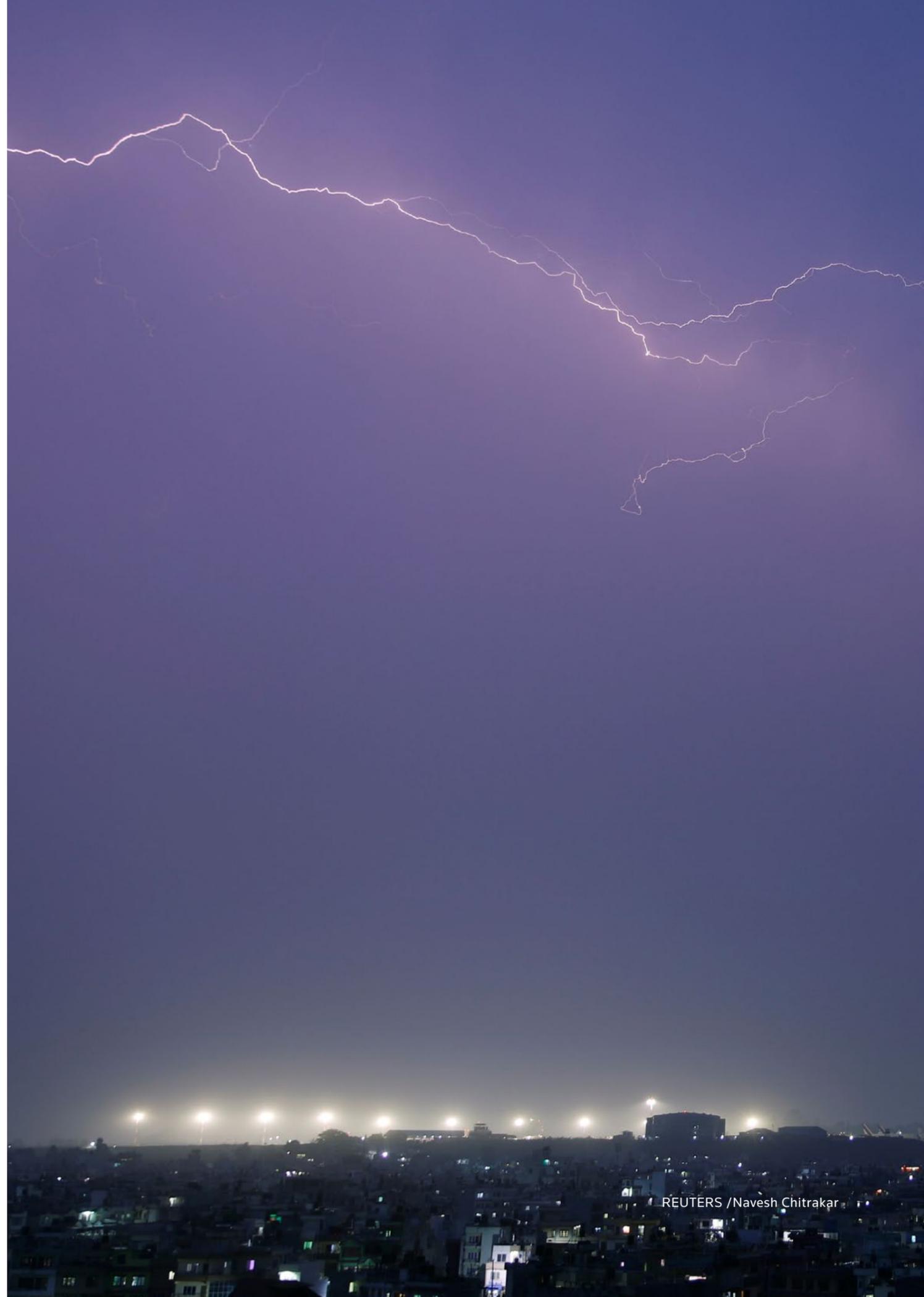
Sí



No



A desarrollar / pasar a la acción





■ CAPÍTULO 4

1. PROPIEDAD INTELECTUAL

2. PROTECCIÓN DE DATOS PERSONALES

3. INTERMEDIARIOS EN INTERNET



1. PROPIEDAD INTELECTUAL

A. MARCAS Y DESIGNACIONES

¿Qué productos y/o servicios se van a distinguir con la marca?

Las marcas se solicitan por clase, dependiendo de los productos o servicios que se pretenden distinguir con el signo. Para ello, se utiliza un “Nomenclador Marcario Internacional”, que agrupa en 45 clases los distintos productos y servicios; las clases 1 a 34 agrupan productos y las clases 35 a 45 agrupan servicios.

ATENCIÓN

Al momento de definir las clases en las cuales se solicitará el registro de la marca hay que considerar los siguientes aspectos:

Clase/s de principal interés: Definir la clase en la cual se encuentra el producto o servicio que se pretende distinguir con la marca.

Clase/s relacionadas o secundarias: Son aquellas clases que no comprenden el producto o servicio que se pretende distinguir con la marca pero que incluyen productos o servicios que pueden tener relación con el producto o servicio de principal interés.



El registro de la marca en clases relacionadas sirve a efectos defensivos, con el objeto de obstaculizar la solicitud de marcas idénticas o similares para distinguir productos o servicios relacionados.

ATENCIÓN

Aconsejamos consultar a un experto dado que una labor adecuada de clasificación requiere de ciertos conocimientos que son clave para poder realizar un registro de marca correctamente.



¿Qué tipo de marcas existen?

Existen tres tipos clásicos de marcas que se pueden presentar a registro ante el INPI:

TIPOS DE MARCAS	
Marca denominativa	<ul style="list-style-type: none">✓ Compuesta únicamente por palabras, letras, números o sus combinaciones.✓ Otorga a su titular derechos sobre la palabra o conjunto de palabras solicitadas en su mayor extensión, ya que, una vez concedida la marca, su titular podrá utilizar la palabra o conjunto de palabras, letras o números y sus combinaciones, sin limitaciones de elementos gráficos, tipografía ni colores.
Marca mixta	<ul style="list-style-type: none">✓ Compuesta por una parte denominativa y elementos gráficos o figurativos (tipografía, dibujos y/o colores, entre otros) o elementos nominativos con una tipografía particular.✓ Bajo la marca mixta, por ejemplo, se protegen los isologos, las etiquetas, así como los empaques de productos siempre y cuando lleven aplicados elementos nominativos.
Marca figurativa	<ul style="list-style-type: none">✓ Reivindica derechos sobre un diseño, símbolos gráficos y dibujos sin elementos denominativos.✓ Se utilizan, por ejemplo, para proteger diseños de empaques, botellas o formas aplicadas a objetos sin elementos nominativos, así como isotipos

Puede también solicitarse el registro de marcas tridimensionales (forma de los productos o parte de ellos), olfativas y táctiles (aromas y texturas), auditivas o sonoras (acordes o melodías distintivos que puedan representarse gráficamente, es decir, por notas musicales en un pentagrama), secuenciales (desplazamiento o recorrido de objetos), entre otras.

Por ejemplo, Beccar Varela utiliza la marca denominativa “Beccar Varela”. Además, utiliza como marca figurativa un símbolo desprovisto de letras y números como es el isotipo de la pluma: e incluso utiliza una marca mixta que combina elementos denominativos y figurativos: .



ATENCIÓN



Análisis de registrabilidad

Si bien no es obligatorio, es aconsejable que – antes de solicitar el registro de la marca – se verifique que no exista una marca igual o similar registrada o solicitada por un tercero para cubrir los mismos productos o servicios que se distinguirá con nuestro producto, servicio, negocio o proyecto.

¿Qué protección otorga una marca registrada?

- ▶ Tiene un alcance territorial limitado al país en el cual se conceden.
- ▶ Cuenta con vigencia durante diez (10) años contados desde la concesión del registro por parte del INPI y puede renovarse en forma indefinida por períodos de diez (10) años siempre y cuando haya sido utilizada dentro de los cinco (5) años previos a su fecha de vencimiento.

¿Qué es una marca colectiva?

Una marca colectiva es una marca destinada a identificar productos o servicios de agrupaciones que desarrollen un emprendimiento social conformado por al menos tres integrantes. Pueden ser emprendedores sociales, fundaciones, asociaciones civiles sin fines de lucro, cooperativas o personas que desarrollen un emprendimiento de carácter familiar. La agrupación titular debe redactar un reglamento de uso de la marca colectiva de que se trate.

El Ministerio de Desarrollo Social apoya a los emprendedores en la consolidación de sus marcas, los acompaña en el diseño de su imagen y les brinda asesoramiento legal.¹⁵

¿Qué es una designación comercial?

La designación comercial, también conocida como nombre comercial, es el nombre o signo que identifica una actividad con o sin fines de lucro. A diferencia de las marcas, la propiedad de un nombre comercial se adquiere por su uso público, ostensible y pacífico por más de un año. La propiedad se adquiere sólo en relación con el ramo de actividad en el que se utiliza el nombre comercial, siempre que éste no sea confundible con los nombres comerciales preexistentes en el mismo ramo.

El derecho sobre un nombre comercial expira con la terminación de la actividad así designada.

¿Qué es una patente?

Una patente es el título que se le otorga a quien registra un invento que resuelve un problema o propone una solución técnica específica que resulta novedosa. La patente le concede a su titular el derecho exclusivo sobre la invención. Esto lo faculta a decidir si la invención puede ser utilizada por terceros y, en ese caso, de qué forma.

La invención patentable puede ser de producto o de procedimiento, como por ejemplo una máquina para fabricar un objeto o un método para modificar la brotación lateral de una planta. En todos los casos, debe cumplir con tres requisitos de patentabilidad:

Novedad	Implica que la invención no haya sido explotada ni divulgada en el país ni en ningún otro país del mundo ¹⁶ .
Actividad inventiva y aplicación industrial	Implica que la invención no sea obvia para una persona especialista en la materia de la que trate la invención. La aplicación industrial implica que la invención conduzca a la obtención de un resultado o de un producto industrial, entendiendo al término "industria" como comprensivo de la agricultura, la industria forestal, la ganadería, la pesca, la minería, las industrias de transformación propiamente dichas, y los servicios.
-No estar comprendida dentro de las exclusiones de patentabilidad¹⁷	

¹⁵ Para mayor información, se debe acudir al Ministerio de Desarrollo Social de la Nación, Dirección de Desarrollo y Posicionamiento de Marca Colectiva, Delfín Huergo 131, Ciudad de Buenos Aires, 3752-2136/ 2119 / 2139 / 2140, marcacolectiva@desarrollosocial.gob.ar.

¹⁶ La divulgación de una invención no afectará su novedad, cuando dentro de un año previo a la fecha de presentación de la solicitud de patente el inventor haya dado a conocer la invención por cualquier medio de comunicación o la haya exhibido en una exposición nacional o internacional, siempre que al presentar la solicitud incluya la documentación comprobatoria.

¹⁷ Se excluyen de patentabilidad, por ejemplo, los descubrimientos, las teorías científicas y los métodos matemáticos, los planes, reglas y métodos para el ejercicio de actividades intelectuales, para juegos o para actividades económico-comerciales, los programas

Plazo: De cumplir con los requisitos que establece la ley, las patentes **se conceden por un plazo de 20 años, cuya particularidad es que se cuentan, no desde la fecha de la concesión por parte del INPI, sino desde el momento de la solicitud de registro.** Esto implica que cuanto más demore la patente en ser concedida, menor será el tiempo de vigencia de la patente para su titular.

Al finalizar el plazo de vigencia de la patente, la invención pasa al dominio público, de modo que cualquiera puede explotarla. **Esto quiere decir que, a diferencia de las marcas, las patentes no pueden ser renovadas.**

¿Qué es un modelo de utilidad?

Similar a la patente, el modelo de utilidad es el derecho exclusivo que se le otorga al titular de una mejora o disposición o forma obtenida o introducida en una herramienta, instrumento de trabajo, utensilio, dispositivo u objeto conocido que se preste a un uso práctico, siempre y cuando genere una mejor utilización en su función.

A diferencia de la patente, el modelo de utilidad no requiere necesariamente una actividad inventiva pero sí se exige que sea novedoso y que tenga aplicación industrial al igual que la patente.

Plazo: El modelo de utilidad se concede por un plazo de 10 años por única vez, pasando al dominio público una vez finalizado dicho plazo. Al igual que con las patentes, el plazo de 10 años cuenta desde el momento de la concesión del modelo y no desde su solicitud.

B. MODELOS Y DISEÑOS INDUSTRIALES

Se protege como diseño industrial la forma o apariencia de los productos industriales, que les otorgue carácter ornamental, independientemente de su funcionalidad. Mientras que los modelos industriales son productos tridimensionales como un automóvil o una silla, entre otros. Los diseños industriales son productos bidimensionales como los patrones, estampas, diseños textiles, entre otros.

Los modelos y diseños industriales mejoran un producto o lo hacen más atractivo, aumentando su valor, y se aplican a una amplia variedad de productos. Para que su registro sea admisible, los modelos y diseños deben ser nuevos y originales, lo que implica que no hayan sido explotados ni publicados en el país ni en el resto del mundo¹⁸. Por lo tanto, antes de solicitar el registro de un modelo es importante que no se haya hecho público en ningún lugar del mundo un modelo o diseño igual.

Plazo: Los modelos y diseños industriales tendrán una vigencia de cinco (5) años contados a partir de la fecha de solicitud, pudiendo ser renovado por dos (2) períodos consecutivos de más de cinco (5) años cada uno.

de computación, las formas de presentación de información, los métodos de tratamiento quirúrgico, terapéutico o de diagnóstico aplicables al cuerpo humano y los relativos a animales, toda clase de materia viva y sustancias preexistentes en la naturaleza, las plantas, animales y los procesos esencialmente biológicos para su reproducción, la materia viva y las sustancias preexistentes en la naturaleza.

¹⁸ No será impedimento para registrar un modelo o diseño industrial el hecho de haberlo exhibido, por sí o por medio de una persona autorizada, en exposiciones o ferias realizadas en la Argentina o en el exterior, a condición de que el respectivo depósito se efectúe dentro del plazo de seis meses contados desde la inauguración de la exposición o feria.

C. DERECHO DE AUTOR

La protección del derecho de autor comprende a las obras científicas, literarias, artísticas o educativas, independientemente de los procedimientos utilizados para su reproducción. Algunas obras que pueden ser protegidas por el derecho de autor son las pinturas, esculturas, libros y otros escritos, revistas, dibujos, diseños de ropa, diseños de muebles, compilaciones, obras fotográficas, obras cinematográficas y audiovisuales, bases de datos, programas de computación, entre otras.

Las obras se consideran protegidas desde el momento de su creación por el autor sin necesidad de ser registradas para obtener protección legal, excepto las que se editan como los libros y las revistas, que deben ser necesariamente registradas por su editor. Sin perjuicio de esto, el registro de la obra ante la Dirección Nacional de Derecho de Autor¹⁹ es útil para el autor ya que se presume que quien hizo el registro es su autor y ofrece una prueba de la fecha de registro. Por lo anterior, el registro de la obra puede ser útil en caso de uso no autorizado o infracciones a la obra.

Las ideas en sí mismas no están protegidas, pero la forma en que esas ideas se materializan sí lo están.

Plazo: El plazo genérico de protección de una obra para su autor es durante toda su vida. Para sus herederos, el plazo es de 70 años contados desde el 1ro. de enero siguiente a la fecha de fallecimiento del autor. Sin embargo, hay ciertas obras que tienen un plazo de protección especial, como por ejemplo las obras fotográficas (cuyo plazo de protección es de veinte años desde su publicación) o las obras cinematográficas (cuyo plazo de protección es de cincuenta años desde el 1ro. de enero siguiente a la fecha de fallecimiento del último colaborador).

2. PROTECCIÓN DE DATOS PERSONALES

La protección de datos personales en nuestro país se rige por la Ley No. 25.326, (“Ley de Datos Personales”) y que se encuentra vigente desde el año 2000.

La Ley de Datos Personales es reglamentada y complementada por el Decreto de Protección de Datos Personales No. 1558/2001 (“Decreto Reglamentario”) y por otras normas que dicta periódicamente la autoridad de aplicación de la Ley de Datos Personales (actualmente la autoridad de aplicación en la materia es la Agencia de Acceso a la Información Pública (“Agencia”).

La Ley de Datos Personales junto con el Decreto Reglamentario y aquellas otras normas que dicta la Agencia conforman la normativa de protección de datos personales (“Normativa de Datos Personales”).

En principio, la Normativa de Datos Personales se aplica a cualquier procesamiento de datos personales que tenga lugar en el país. En este sentido, si una acción aislada relacionada con datos personales tiene lugar en Argentina (como por ejemplo la recolección o transferencia de

datos personales), la Normativa de Datos Personales se aplicará a esa acción individual, incluso cuando el resto del procesamiento de los datos personales tenga lugar en otro país y se rija por una ley diferente.

No obstante, recientemente la Agencia ha interpretado, a través de la Resolución No. 69/2020, que la Ley de Datos Personales contiene disposiciones que son imperativas de orden público que se aplican a todo el territorio de la República y, por tanto, dicho organismo y los tribunales federales tienen jurisdicción en todo el país sobre aquellos responsables de bases de datos que tengan alcance interjurisdiccional, nacional o internacional, en la medida en que se traten datos de titulares argentinos o que, de cualquier otro modo, el tratamiento de datos conecte o produzca efectos en la República.

Existen seis conceptos básicos para tener en cuenta:

- ▶ **¿Qué es un dato personal?** Es información de cualquier tipo referida a personas (humanas y jurídicas) determinadas o determinables. Esto significa que si el dato no permite de manera directa o indirecta identificar a una persona, será un dato anónimo y no estará comprendido en el alcance de la Ley de Datos Personales.

Un dato personal puede ser:

- ✓ Nombre y apellido, DNI, CUIT o CUIL, ocupación, fecha de nacimiento y domicilio, teléfono, correo electrónico;
- ✓ Datos de salud;
- ✓ Datos biométricos (reconocimiento facial, huella digital, reconocimiento de voz, otros);
- ✓ Orientación sexual;
- ✓ Datos bancarios o de pago;
- ✓ Ubicación geográfica (geolocalización);
- ✓ Datos recolectados por sitios web, plataformas de Internet o aplicaciones mediante cookies o tecnologías similares;
- ✓ La imagen y la voz;
- ✓ Asociación sindical;
- ✓ Estado civil;
- ✓ Convicciones filosóficas, morales o políticas; religión, etnia, raza.

- ▶ **¿Qué significa procesamiento de datos personales?** Este un concepto amplio que incluye cualquier operación y procedimiento sistemático, electrónico o no, que permita la recolección, conservación, ordenación, utilización, divulgación, almacenamiento, modificación, relacionamiento, evaluación, bloqueo, destrucción, cesión o transferencia de los datos personales con otras personas o entidades.

- ▶ **¿Qué es una base de datos?** Se le llama así al conjunto organizado de datos personales que sean objeto de procesamiento, electrónico o no, cualquiera que fuere la modalidad de su formación, almacenamiento, organización o acceso.

- ▶ **¿Qué es un responsable de bases de datos?** Es el titular de la base de datos que procesa los datos a su arbitrio y decide las finalidades y los medios de procesamiento.

¹⁹ Dirección Nacional de Derecho de Autor. Moreno 1228, Ciudad de Buenos Aires. Sitio web: <https://www.argentina.gob.ar/justicia/derechodeautor>

- ▶ **¿Qué es un procesador de bases de datos?** Es quien procesa los datos por cuenta y orden del responsable de la base de datos y siguiendo sus instrucciones.
- ▶ **¿Qué es un titular de datos personales?** Es toda persona humana o jurídica con domicilio legal o delegaciones o sucursales en el país (empresas), cuyos datos personales sean procesados.

D. DERECHOS DE LOS TITULARES DE LOS DATOS

La Ley de Datos Personales reconoce ciertos derechos a los titulares de los datos:



En el caso de solicitar y obtener información sobre qué datos personales suyos están incluidos en la base de datos personales de un tercero, el responsable de la base de datos deberá proporcionar la información solicitada dentro de los diez (10) días calendario posteriores a la solicitud.

Además, los titulares de los datos pueden solicitar la corrección, actualización y, en algunos casos limitados, la supresión de sus datos personales almacenados en una base de datos de un tercero. El responsable de los datos deberá tomar todas las medidas necesarias dentro de un máximo de cinco (5) días hábiles después de recibir la solicitud del interesado o la información sobre el error o la falsedad de los datos.

Si las solicitudes mencionadas anteriormente no se cumplen debidamente, el titular del dato tendrá derecho a presentar acción de protección de los datos personales (habeas data) y el responsable de la base de datos podría ser sancionado.

E. PRINCIPIO GENERAL. CONSENTIMIENTO

ATENCIÓN



El principio general es que, previo todo procesamiento de datos el responsable debe conseguir el consentimiento o autorización del titular de los datos, salvo algunas excepciones limitadas previstas en la Ley de Datos Personales.

La Ley de Datos Personales exige que el consentimiento del titular del dato sea:

- ▶ **Previo:** el responsable de la base de datos debe obtener el consentimiento del titular antes de recolectar sus datos personales.
- ▶ **Expreso:** por escrito o por otros medios que puedan equipararse a la escritura, de acuerdo con las circunstancias. Actualmente muchas veces el consentimiento se brinda de manera electrónica.
- ▶ **Informado:** el responsable de la base de datos debe informar al titular del dato como mínimo lo siguiente:
 - ✓ Qué datos se recolectan y para qué finalidades de procesamiento; es decir para qué serán utilizados los datos personales que se recolectan
 - ✓ Quiénes pueden ser sus destinatarios o clase de destinatarios
 - ✓ La existencia de la base de datos y los datos del responsable de ella
 - ✓ Si la provisión de los datos es obligatoria o voluntaria
 - ✓ Cuáles son las consecuencias de proporcionar los datos, de la negativa a hacerlo, o de la inexactitud de ellos
 - ✓ Los derechos del titular del dato indicando el mecanismo para ejercer dichos derechos, por ejemplo, consignando una casilla de correo electrónico o número telefónico

ATENCIÓN



La Política de Privacidad de los sitios web, aplicaciones y otras plataformas sirve para proveer al titular del dato la información mínima requerida y para obtener su consentimiento. Cuando el consentimiento del titular del dato se obtiene a través de medios electrónicos se debe producir y registrar evidencia suficiente para que pueda demostrarse que el consentimiento fue efectivamente prestado por el titular del dato.

¿Tengo que registrar las bases de datos? ¿Cómo es el procedimiento?

Sí, todas las personas (sean humanas o jurídicas, es decir, empresas) que formen o creen bases de datos están obligados a inscribirlas en el Registro de Bases de Datos de la Agencia, excepto que las bases de datos sean de uso exclusivamente personal (por ejemplo, agendas personales, direcciones de amistades en computadoras personales, etc.).

El registro de bases de datos es un trámite completamente online y gratuito. El trámite se debe hacer mediante la plataforma de [Trámites a Distancia](#) (TAD). Para ello, el responsable deberá ingresar a TAD con su CUIT y clave fiscal nivel 2 o superior de la AFIP y seguir los siguientes pasos:

1. inscribirse como responsable de bases de datos y
2. registrar cada una de las bases de datos mediante la plataforma de TAD.

ATENCIÓN

Consideraciones a tener en cuenta:

No existe la obligación de registrar los datos personales que están en la base de datos, sino que se debe registrar determinada información descriptiva de cada base (por ejemplo: nombre de la base de datos, qué finalidad tiene esa base de datos, qué tipo de datos incluye y cómo se recolectan, si esos datos se transfieren a otros países, etc.).

El trámite de registro de bases de datos no requiere renovación anual. Sin embargo, sí será obligatorio denunciar cualquier actualización o modificación en los datos del responsable y/o de las bases de datos y quedará en manos del responsable cumplir con este deber, ya que la inscripción tiene carácter de declaración jurada.

Las empresas registran habitualmente las bases de datos de Empleados, Clientes, Proveedores y Marketing -si lo efectuaran-. Asimismo, es importante tener en cuenta el registro de la base de datos de videovigilancia, en caso de contar con cámaras de seguridad en el establecimiento/oficinas.



¿Puedo contratar a un proveedor para que se encargue del procesamiento de los datos personales?

Si bien la Ley de Datos Personales no lo establece ni regula expresamente, es aceptado que el responsable de la base de datos pueda contratar un proveedor para que procese los datos personales. Los proveedores de servicios de procesamiento de datos pueden ser, a modo de ejemplo, la empresa que liquida los sueldos, la que gestiona una aplicación móvil, la que hace mantenimiento de los sistemas, el proveedor de alojamiento en la nube, entre otros.

El responsable de la base de datos no necesita obtener el consentimiento del titular del dato para poder contratar servicios de procesamiento de sus bases de datos. No obstante, sí será necesario que el responsable de la base de datos y el proveedor celebren un acuerdo donde se deberán prever ciertas obligaciones, el Proveedor deberá:

- ▶ Seguir las instrucciones del responsable de la base de datos, es decir, que deberá procesar los datos conforme lo indique el responsable;
- ▶ Cumplir con las obligaciones de seguridad y confidencialidad de los datos que vaya a procesar para la prestación de los servicios;
- ▶ Una vez cumplida la prestación, deberá destruir los datos, salvo que medie autorización expresa del responsable cuando se presuma la posibilidad de ulteriores encargos, en cuyo caso se podrá almacenar con las debidas condiciones de seguridad por un período de hasta dos años.

El proveedor no deberá:

- ▶ Usar los datos para ningún otro propósito que no sea el establecido en el contrato de prestación de los servicios;
- ▶ Compartir los datos con otros terceros, ni siquiera para fines de almacenamiento.

¿Qué es una transferencia internacional de datos personales? ¿Cuáles son los requisitos para transferir datos personales a otro país?

Una transferencia internacional de datos se produce cuando los datos personales que son tratados por un responsable en el territorio de Argentina son enviados a un tercer país u organización internacional, o accedidos desde allí, fuera de dicho territorio.

En principio, la Normativa de Datos Personales prohíbe la transferencia de datos a países que no presentan niveles de protección adecuados. A la fecha, a criterio de la Agencia, los siguientes países otorgan niveles adecuados de protección a los datos personales: estados miembros de la Unión Europea y miembros del Área Económica Europea, Reino Unido de Gran Bretaña e Irlanda del Norte, Suiza, Guernsey, Jersey, Isla de Man, Islas Feroe, Canadá (solo para el sector privado), Principado de Andorra, Nueva Zelanda, República del Uruguay y el Estado de Israel (solo para los datos que reciben procesamiento automatizado) ("Países Adecuados"). Si bien la transferencia de los datos personales a cualquier país que no esté comprendido en el listado de Países Adecuados se encuentra prohibida, la Normativa de Datos Personales establece que la prohibición no es aplicable en los siguientes casos:

- ✓ si el titular de los datos ha dado su consentimiento expreso para dicha transferencia;
- ✓ si los datos se transfieren a un tercero que prestará servicios de procesamiento de datos al responsable de la base y las partes firman un acuerdo de transferencia internacional de datos en virtud del cual este último se compromete a cumplir con la Normativa de Datos Personales, entre otras obligaciones;

- ✓ si los datos se transfieren entre empresas de un mismo grupo económico que han suscripto normas corporativas vinculantes con los requisitos mínimos establecidos por la Agencia.

Ahora bien, debemos distinguir si la transferencia se hace (a) para fines de prestación de servicios de procesamiento de datos o (b) en caso de cesión de datos.

(a) Prestación de servicios de procesamiento de datos	<p>En caso de que los datos se transfieran a otro país para fines de prestación de servicios de procesamiento de datos, quien recibe los datos no puede procesarlos a su arbitrio, sino que lo hace por cuenta y orden del responsable de dichos datos personales.</p> <p>No es necesario el consentimiento de los titulares de los datos, aunque sí será necesario un acuerdo de transferencia internacional de datos para transferir datos a países que no tienen un nivel de protección adecuado.</p>
(b) Cesión de datos	<p>Implica que quien recibe los datos personales pasa a ser también responsable de dichos datos personales, pudiendo procesarlos a su arbitrio y definiendo las finalidades y los medios de procesamiento.</p> <p>A diferencia de la transferencia para prestación de servicios, en este caso, en principio se requiere el consentimiento de los titulares de los datos (con algunas excepciones previstas por la Ley de Datos Personales). Sin embargo, la Agencia considera a la ejecución de un acuerdo de transferencia internacional de datos como una “buena práctica” si la transferencia se realiza a un país que no tiene un nivel de protección adecuado.</p>

ATENCIÓN

La Normativa de Datos Personales también considera que: (i) compartir datos personales con compañías del mismo grupo es lo mismo que compartir datos con terceros absolutamente independientes; y (ii) el almacenamiento en la nube se considera una transferencia internacional de datos.



¿Necesito el consentimiento del titular del dato para mandar emails o hacer llamadas de marketing directo?

No resulta necesario que el responsable obtenga el consentimiento de los titulares de los datos para mandar emails o hacer llamadas de marketing directo. No obstante, deben tener en cuenta los siguientes requisitos:

- ▶ **Emails de marketing directo: de acuerdo con la Normativa de Protección de Datos**, todas las comunicaciones de marketing en Argentina deben incluir:
 - ✓ un aviso que informe al titular del dato sobre los derechos de retiro o bloqueo total o parcial de su nombre de la base de datos (es decir, el *opt-out* o más conocido como la opción de DESUSCRIBIRSE);
 - ✓ el mecanismo que se ha previsto para ejercer la DESUSCRIPCIÓN, y la inclusión de leyendas obligatorias (transcripción del artículo 27, inciso 3, de la [Ley de Datos Personales](#) y el párrafo tercero del artículo 27 del Decreto).

Además, las comunicaciones no solicitadas o no consentidas deben evidenciar su naturaleza de “publicidad” de manera notoria, por ejemplo, incluyendo en el encabezado del email la palabra “PUBLICIDAD”.

- ▶ **Llamadas de marketing:** En cuanto a las llamadas o mensajes telefónicos de marketing directo, existe el [Registro Nacional No Llame](#) el cual reúne los números telefónicos de las personas que no quieren recibir llamadas publicitarias.

La Ley del Registro No Llame establece que todos los titulares de una línea telefónica que expresen su intención de no recibir llamadas publicitarias pueden inscribirse en el Registro Nacional No Llame. Una vez que se registra un número de teléfono dentro de dicho registro, se prohibirá a las empresas que los contacten para publicitar bienes o servicios.

Como consecuencia, las empresas que publiciten, oferten, vendan o regalen bienes o servicios, están obligadas a consultar por lo menos cada TREINTA (30) días corridos, las líneas incluidas en el REGISTRO NACIONAL ‘NO LLAME’, en forma previa al procedimiento de contacto.

Por último, es importante destacar que hoy en día la mayoría de las sanciones impuestas por la Agencia son por incumplimientos al Registro No Llame.

¿Qué debo hacer si mi empresa tuvo un incidente de seguridad?

Ejemplos de un incidente de seguridad pueden ser:

- ✓ un acceso no autorizado;
- ✓ el robo de contraseñas o de información;
- ✓ la introducción de código malicioso en la infraestructura tecnológica de una entidad (virus, troyanos, gusanos, malware en general).

El ejemplo más común podría ser el caso de un empleado que envía accidentalmente un correo electrónico a un tercero ajeno a la empresa con información confidencial de la misma.

Frente a lo que debe hacer una empresa en estos casos, la Ley de Datos Personales no establece una obligación en particular. No obstante, existen medidas que son recomendadas por la Agencia.

Esto quiere decir que, si bien no son medidas obligatorias, la Agencia va a tener en consideración al momento de evaluar una posible sanción (ya sea iniciada a través de una denuncia de un particular o por una investigación de oficio), si la empresa tomó las medidas adecuadas ante la ocurrencia de un incidente de seguridad.

ATENCIÓN

La Agencia recomienda ciertas medidas que están previstas en la Resolución No. 47/2018:

Primero: previo a que ocurra un incidente de seguridad, siempre será necesario establecer responsabilidades y procedimientos dentro de la empresa. Para ello se recomienda:

- ▶ elaborar un procedimiento de gestión ante incidentes de seguridad y designar una persona responsable de la comunicación.

Segundo: una vez que ocurra el incidente se deberá elaborar un informe que contenga como mínimo:

- ▶ la naturaleza de la violación;
- ▶ categoría de datos personales afectados;
- ▶ identificación de usuarios afectados;
- ▶ medidas adoptadas por el responsable para mitigar el incidente;
- ▶ medidas que se aplicarán para evitar futuros incidentes.

Tercero: enviar una notificación por correo electrónico a la Agencia.



¿Cuáles son las sanciones por incumplir la Ley de Datos Personales?

- ▶ Advertencias
- ▶ Suspensiones
- ▶ Cláusula de las bases de datos
- ▶ Multas: Estas pueden variar entre AR\$1.000 (pesos mil) y AR\$100.000 (pesos cien mil) por cada infracción dependiendo su gravedad. Además, cuando una sanción incluye más de una multa por idéntica conducta, las multas se multiplican con un tope máximo de AR\$ 5.000.000 (pesos cinco millones).

Los titulares de los datos pueden presentar denuncias ante la Agencia e iniciar demandas civiles por procesamiento ilegal de datos personales (habeas data), pudiendo reclamar adicionalmente los daños y perjuicios que puedan corresponder.

3. INTERMEDIARIOS EN INTERNET

¿QUÉ ES UN INTERMEDIARIO EN INTERNET?

Aquellas entidades o empresas que ponen a disposición plataformas de Internet o aplicaciones que facilitan el contacto, intercambio de información y transacciones entre usuarios. Entre otros intermediarios en Internet, encontramos:

Marketplaces:		
Motores de búsqueda:		
Redes sociales:		
Streaming:		
Colaborativas:		
Mensajería:		

¿Cómo están regulados los intermediarios de Internet en Argentina?

Actualmente, no existe en Argentina una ley que regule especialmente la actividad de los intermediarios de Internet ni su responsabilidad por las actividades de los usuarios en sus plataformas, aplicaciones o sitios de Internet, por lo que se rigen por el derecho común.

En base al derecho común, tribunales en Argentina han resuelto casos que involucran a intermediarios de Internet y han ido delineando criterios y parámetros que hay que tener en cuenta a la hora de hablar de su responsabilidad.

¿Qué responsabilidad tengo como intermediario de Internet en Argentina?

Principio general.

En principio, un intermediario de Internet no sería considerado responsable por las actividades o contenidos ilícitos o ilegales de sus usuarios en sus plataformas, aplicaciones o en el marco de la prestación de sus servicios, excepto que:

(I) Asuma un "rol activo": esto es, cuando el intermediario haya asumido una participación relevante y necesaria para la perpetración de las actividades ilegales o dañinas que fueron llevadas a cabo por usuarios a través de sus servicios. Si bien como dijimos no hay una ley que regule especialmente la actividad de los intermediarios, en los precedentes judiciales se ha considerado como rol activo el hecho de que el intermediario controle o edite contenidos o publicaciones de usuarios, fije tarifas por los productos o servicios, promueva los productos o servicios de los usuarios y/u obtenga alguna ganancia en proporción con las ventas, entre otros.

(II) Tenga conocimiento efectivo de la actividad o contenido ilícito y no actúe de forma diligente: dependiendo del caso se podrá requerir que el intermediario sea notificado por orden de un juez, y en ciertos supuestos podría entenderse que la notificación de la persona afectada debiera considerarse suficiente conocimiento por parte del intermediario.

Así, si el intermediario tiene conocimiento efectivo de la actividad ilícita y no adopta en forma diligente las medidas pertinentes para hacer cesar la infracción, o si desempeña un "rol activo", podría ser responsabilizado por la actividad en su plataforma.

Por lo anterior, si se proyecta lanzar una plataforma de intermediación o una aplicación para el mismo fin, sugerimos asesorarse con un abogado especialista en la materia.

ATENCIÓN

Términos y Condiciones:

Previo a lanzar una aplicación, plataforma o sitio web, elaborar términos y condiciones de uso adecuados para informar a los usuarios sobre las reglas de uso de la plataforma y la utilización de los servicios que presta el intermediario de Internet.



EJERCICIO DE AUTODIAGNÓSTICO

PROPIEDAD INTELECTUAL/PROTECCIÓN DE DATOS PERSONALES/ INTERMEDIARIOS EN INTERNET			
¿Solicitamos el registro de la marca?			
En caso de que utilicemos un sitio web o necesitemos una dirección de correo electrónico con la extensión de nuestra, ¿registramos el nombre del dominio?			
¿Desarrollamos en el marco de nuestro negocio algún activo intangible para el cual pueda ser necesario solicitar protección? (diseños, invenciones, modelos y diseños industriales, obras artísticas, software, dibujos, etc).			
¿Tenemos presente que muchos de los activos intangibles, para ser protegibles, no tienen que haber sido explotados ni divulgados previo a su registro? (patentes de invención, modelos de utilidad, y los modelos y diseños industriales).			
¿Contamos en nuestra plataforma, aplicación y/o sitio web con una política de privacidad simple y clara? ¿Tenemos en cuenta que los usuarios deben aceptar esa política antes de que empecemos a recolectar sus datos personales? ¿Iniciamos el proceso de registro de la marca?			
¿Tenemos registradas nuestras bases de datos personales ante la Agencia?			
En caso de que hayamos contratado a un proveedor para que procese datos personales, ¿el contrato prevé las obligaciones mínimas que debe cumplir el proveedor para con los datos personales procesados?			
En caso de que transfiramos datos personales al exterior para su procesamiento o alojamiento, ¿verificamos que se trate de un país incluido en la lista de Países Adecuados o que cumplimos con los requisitos exigidos para transferir datos a un país no incluido en dicha lista?			
Las publicidades y newsletters que enviamos por mail, ¿incluyen la posibilidad de desuscribirse, el mecanismo de ejercicio de los derechos y el texto obligatorio del Art. 27 del Decreto 1558/2001?			
En caso de que realicemos llamadas de publicidad para ofrecer productos, ¿verificamos que los números de teléfono de los destinatarios no estén incluidos en el Registro No Llame?			
Nuestra plataforma, aplicación y/o página web, ¿tienen términos y condiciones de uso claras para los usuarios y/o visitantes?			





■ CAPÍTULO 5

1. ESCALABILIDAD

2. INVERSIONES DE IMPACTO

3. OTROS INSTRUMENTOS DE FINANCIAMIENTO SOSTENIBLE



1. ESCALABILIDAD

A los fines de complementar la lectura de este capítulo sugerimos la lectura del [Manual Emprender con Impacto](#).

Una de las maneras de escalar de las organizaciones es a través de la obtención de financiamiento:

Inversión de capital (pura y dura) (notas convertibles)
Deuda
Inversiones de cuasi capital (ej. préstamos convertibles)
Garantías - Otros

Las estructuras para realizar el financiamiento son muy variadas y debe revisarse en cada caso:

ESTRUCTURAS TRADICIONALES	ESTRUCTURAS MODERNAS
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Fondos Públicos ✓ Aportes Privados ✓ Deuda Bancaria Bilateral 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Sindicación Bancaria ✓ Organismos multilaterales ✓ Mercado de Capitales ✓ Fideicomisos ✓ Project Financing ✓ Participación Pública Privada (PPP) ✓ Crowdfunding ✓ Bonos Verdes, sociales y sustentables

2. INVERSIONES DE IMPACTO

Las inversiones de impacto son inversiones realizadas en compañías, organizaciones y fondos con la intención de generar impacto social, medioambiental y retorno financiero.

Las inversiones de impacto pueden ser realizadas tanto en mercados desarrollados como emergentes y tienen como objetivo un rango de retornos que van desde valores de mercado hasta por debajo de mercado, dependiendo de las circunstancias.

Características de las inversiones de impacto:

- I. **Intencionalidad:** este tipo de inversiones está marcada por un deseo intencional de contribuir a un beneficio social o ambiental mensurable. En este sentido los inversores

de impacto tienen como objetivo resolver problemas y abordar oportunidades. Esta característica es fundamental a la hora de diferenciar otros tipos de inversiones que puedan incorporar consideraciones de impacto.

- II. **Inversiones con expectativas de retorno:** en las inversiones de impacto existen expectativas de obtener un retorno sobre el capital o, al menos, el retorno del capital.
- III. **Rango de expectativas de retorno y clases de activos:** la inversión de impacto tiene como objetivo obtener un retorno financiero, el que puede ir desde debajo de la tasa del mercado, a la tasa de mercado ajustada por riesgo. Asimismo, se puede realizar en todas clases de activos.
- IV. **Medición del impacto:** en este tipo de inversiones existe el compromiso del inversor en medir e informar el desempeño social y ambiental como también el progreso de inversiones subyacentes, asegurando la transparencia y rendición de cuentas al tiempo que informa la práctica de la inversión del campo y construye su campo.

“... nosotros podemos medir el impacto a nivel de cambio de ingresos y de vida de un montón de personas, desde que empezamos hasta hoy pasaron hasta 500 mujeres que en algún momento tuvieron una necesidad, a las que se les dio en un momento un ingreso extra o el ingreso para que pueda subsistir (...) nos gustaría contar con una persona especializada para medir el impacto y poder acceder a inversiones de esa naturaleza...”

A. Lorena Coria - La Rañatela



“...en el caso de inversiones de impacto una de las cosas **que nos ayudó mucho fue ser empresa B** y nos dijeron ‘listo’ (...) **tenés una muy buena validación de lo que estás haciendo**, ahora contame de tu negocio y cómo podemos potenciarte”

Gabriel P. Marcolongo - Yeeeu S.A. (Incluyeme.com)

3. OTROS INSTRUMENTOS DE FINANCIAMIENTO SOSTENIBLE

Bonos temáticos

Bonos verdes		Instrumentos de deuda cuyos recursos son aplicados exclusivamente al financiamiento o refinanciamiento en parte o en su totalidad de proyectos que generan impactos ambientales positivos.
Bonos sociales		Instrumento de deuda dirigidos a abordar o mitigar un problema social específico y/o buscan lograr resultados socioeconómicos positivos.
Bonos sustentables		Instrumento de deuda con una combinación de doble impacto entre proyectos verdes y proyectos sociales, que conlleva beneficios sociales como también ambientales.

Bonos ODS

Categoría amplia de instrumentos de financiación que incluye el uso de fondos, bonos de propósito general y vinculados a los ODS²⁰. Los bonos vinculados a los ODS y el uso de dichos fondos se relacionan con los [Estándares de garantía de práctica para bonos ODS](#).

²⁰ <https://sdgimpact.undp.org/assets/SDG-Impact-Standards-for-Bonds-First-Public-Consultation-Draft.pdf>

EJERCICIO DE AUTODIAGNÓSTICO

ESCALABILIDAD / INVERSIONES DE IMPACTO / OTROS INSTRUMENTOS DE FINANCIAMIENTO SOSTENIBLE			
¿Conocemos los modos de acceso al financiamiento?			
¿Se encuentra la organización en un estadio para poder ser atractiva para recibir financiamiento? ¿Deberíamos prepararnos o hacer una revisión previa para intentar acceder a ello?			
La figura jurídica del emprendimiento, ¿permite recibir financiamiento? ¿Conocemos las estructuras mediante las cuales podría recibirlo? ¿Es compatible con mi figura? ¿Deberíamos analizar las implicancias de la persona jurídica que adoptó el emprendimiento?			
¿Conocemos las implicancias de las inversiones de impacto y sus ventajas con respecto a la escalabilidad de la organización?			
¿Tenemos presente el impacto que genera la organización? ¿Lo gestionamos, medimos y reportamos? ¿Deberíamos pensar en comenzar a desarrollar la gestión del impacto a través de métricas e indicadores? ¿Reconocemos la importancia de medir el impacto de cara a poder recibir inversiones de impacto?			





■ CAPÍTULO 6

DEFENSA DEL CONSUMIDOR

A. NORMATIVA Y AUTORIDAD DE APLICACIÓN

B. PRINCIPALES OBLIGACIONES DEL PROVEEDOR

C. ASPECTOS RELEVANTES EN MATERIA DE PUBLICIDAD Y OFERTAS

D. RESPONSABILIDAD Y SANCIONES DEL PROVEEDOR



DEFENSA DEL CONSUMIDOR

A. NORMATIVA Y AUTORIDAD DE APLICACIÓN

Los derechos de los consumidores se encuentran regulados por:

- ▶ La Constitución Nacional.
- ▶ El Código Civil y Comercial de la Nación.
- ▶ La Ley 24.240 de Defensa del Consumidor (“LDC”) y sus normas reglamentarias.
- ▶ Otras normas complementarias en materia de lealtad comercial: Decreto 274/19 de Lealtad Comercial (“LLC”) y varias resoluciones de la autoridad de aplicación, que regulan, entre otros, aspectos vinculados al etiquetado de productos y la publicidad de bienes y servicios.

A nivel nacional, la autoridad de aplicación de la normativa de defensa del consumidor y lealtad comercial es la Secretaría de Comercio Interior (“SCI”) dependiente del Ministerio de Desarrollo Productivo de la Nación. La SCI – además de emitir una gran cantidad de regulaciones- cuenta con amplias y diversas facultades que incluyen atribuciones para la resolución de conflictos entre proveedores y consumidores y para la imposición de sanciones por incumplimiento a esta normativa.

A nivel local también se han dictado normas en materia de defensa del consumidor y publicidades. Por lo tanto existen autoridades tanto a nivel provincial como municipal que aplican todas estas leyes y sancionan los incumplimientos tanto a las normas nacionales como locales.

B. PRINCIPALES OBLIGACIONES DEL PROVEEDOR

Las principales obligaciones de los proveedores de bienes o servicios que establece la LDC son:

- (i) Deber de Información.** La principal obligación del proveedor es la de suministrar al consumidor en forma cierta, clara, detallada y gratuita todo lo relacionado con las características esenciales de los bienes y servicios que provee, y las condiciones de su comercialización.
- (ii) Deber de seguridad en la salud e integridad física del consumidor.** Los bienes y servicios deben ser suministrados o prestados en forma tal que, utilizados en condiciones previsibles o normales de uso, no presenten peligro alguno para la salud o integridad física de los consumidores o usuarios. A su vez, establece un deber de seguridad más riguroso para los casos en los cuales los bienes o servicios supongan un riesgo para la salud o integridad de los consumidores. En estos casos, deben comercializarse observando los mecanismos, instrucciones y normas establecidas para garantizar su seguridad (ej. entregando un manual en idioma nacional sobre el

uso, la instalación y mantenimiento del bien o servicio de que se trate y brindarle adecuado asesoramiento pre y post venta).

(iii) Deber de brindar un trato digno. Los proveedores deberán garantizar condiciones de atención, trato digno y equitativo a los consumidores, evitando la discriminación. En este sentido, deberán abstenerse de desplegar conductas que coloquen a los consumidores en situaciones vergonzantes, vejatorias o intimidatorias.

(iv) Otras obligaciones generales en materia de comercialización de bienes y servicios. El proveedor debe:

- ✓ Respetar en todo momento los términos, condiciones y modalidades conforme a los cuales ha ofrecido o convenido con el consumidor la entrega del bien o la prestación del servicio.
- ✓ Cumplir con el deber de *garantía legal* en caso de que los bienes comercializados tengan defectos de cualquier índole que puedan afectar el correcto funcionamiento del producto por los plazos que establece la LDC (6 meses en caso de productos nuevos y 3 meses en caso de productos usados, siempre contados desde la entrega). En este supuesto, el proveedor (que incluye a los fabricantes, importadores, distribuidores y vendedores) deberá brindar un servicio técnico adecuado y asegurar el suministro de partes o repuestos.

C. ASPECTOS RELEVANTES EN MATERIA DE PUBLICIDAD Y OFERTAS

Son muchas las normas que regulan la publicidad y oferta de bienes y servicios (tanto a nivel nacional como local) e incluso existen normas específicas adicionales que regulan la publicidad en ciertas industrias (ej. productos para la salud, alimentos, productos o servicios financieros, entre muchas otras). Por ello, es importante realizar un análisis caso por caso de la oferta o publicidad en particular.

Algunos aspectos clave a tomar en consideración:

- (i) Obligatoriedad de la oferta.** Como regla general, la oferta o publicidad emitida por un proveedor a consumidores potenciales obliga a quien la emite durante el tiempo en que se realice, debiendo contener la fecha precisa de comienzo y de finalización (incluido el stock de unidades disponibles) especificando sus modalidades, condiciones o limitaciones. Además, todas las manifestaciones incluidas en las publicidades se consideran parte de la oferta, lo que obliga al proveedor a su estricto cumplimiento.
- (ii) Conceptos importantes respecto del contenido de las publicidades:** (a) *Publicidad engañosa.* La información contenida en las publicidades no debe inducir a ningún tipo de error, engaño o confusión a los consumidores respecto de las características de los bienes o servicios ofrecidos, es decir, la publicidad engañosa está prohibida y es pasible de sanción por parte de la SCI; (b) *Publicidad abusiva.* Tampoco debe

incurrirse en publicidad abusiva, discriminatoria o que induzca al consumidor a comportarse de forma perjudicial o peligrosa para su salud o seguridad; (c) *Publicidad comparativa*. La publicidad comparativa en algunos casos – si no cumple con los parámetros específicos exigidos por la LLC - también puede ser considerada ilícita.

(iii) Aspectos formales que deben ser tenidos en cuenta a la hora de realizar publicidades de bienes o servicios:

- ✓ la obligatoriedad de incluir ciertos legales o leyendas en ciertas industrias (ej. bebidas alcohólicas, tabaco, juego, medicamentos, etc.).
- ✓ la obligación de consignar cierta información cuando se exhiben precios (ej. informar el precio contado, el país de origen del bien, el costo financiero total, etc.).
- ✓ la inclusión de links obligatorios en ciertos casos (ej. link a la página de la dirección nacional de defensa del consumidor, botón de arrepentimiento, etc.).
- ✓ la obligación de que la información esté en castellano y conforme al sistema de pesos y medidas regulado por la SCL.
- ✓ la forma de presentación de la información o leyendas legales en las publicidades que varía dependiendo del medio a través del cual se difunde (ej. tamaños de letra, colores y contrastes, cantidad de segundos de permanencia en pantalla, etc.).

(iv) Ventas a distancia. Existen muchas normas que regulan las ventas por internet -a través de páginas web o aplicaciones- y otros medios a distancia (ej. correo postal, telefónicamente, etc.). Algunos puntos importantes a tener en cuenta para esta modalidad de venta son los siguientes:

- ✓ *Deber de información.* Es necesario redactar términos y condiciones de uso de la página web o aplicación para informar al usuario los aspectos relevantes de ella y cuidar que sus cláusulas no resulten abusivas, es decir, que impliquen un desbalance de la relación contractual en perjuicio del consumidor. Ejemplos de estas cláusulas serían aquellas que limitan la responsabilidad del proveedor, que implican renunciaciones de los derechos del consumidor o que permitan al proveedor -en forma unilateral- modificar o rescindir el contrato.
- ✓ *Contenido mínimo de información a incluir en la página web institucional, en ubicación de fácil visualización y previo a la formalización del contrato:* (i) *Datos de contacto del proveedor* como la razón social (y nombre comercial), CUIT y domicilio físico y electrónico; (ii) correo electrónico y número telefónico de servicio de atención al consumidor; (iii) características esenciales del producto o servicio, incluidos los riesgos para la salud y la seguridad de los consumidores; (iv) precio, incluidos los impuestos y una discriminación de cualquier costo adicional o accesorio, tales como costos de entrega o seguro; (v) modalidades de pago detallando la cantidad de cuotas, su periodicidad y el costo financiero total de la

operación, para el supuesto de ventas a plazo; (vi) términos, condiciones y/o limitaciones de la oferta y disponibilidad del producto o servicio; (vii) condiciones a que se sujetan la garantía legal y/o contractual del producto o servicio; (viii) cualquier otra condición o característica relevante del producto o servicio que deba ser de conocimiento de los consumidores; (ix) en caso de recolección de datos personales: incluir la política de privacidad aplicable a los datos personales e informar el nivel de seguridad utilizado para la protección permanente de los datos personales.

- ✓ *Contratos de adhesión.* Quienes presten servicios o comercialicen productos mediante la celebración de contratos de adhesión, deben publicar en su sitio web un ejemplar del modelo de contrato a suscribir. El contrato por adhesión es aquel mediante el cual un usuario adhiere a cláusulas generales predispuestas unilateralmente por el proveedor (o por un tercero), sin que el usuario haya participado en su redacción (un ejemplo serían los términos y condiciones de uso de la página web o app).
- ✓ *Derecho de Retracto.* El consumidor tiene a su favor el derecho de retracto o arrepentimiento de la compra durante el plazo de 10 días corridos contados a partir de la fecha en que se entregue el bien sin responsabilidad alguna para el consumidor. Los gastos de devolución están a cargo del proveedor. Los proveedores deberán tener publicado en su página institucional o aplicación móvil, un link denominado "BOTÓN DE ARREPENTIMIENTO" para que el consumidor pueda solicitar la revocación de la aceptación del producto comprado o del servicio contratado.
- ✓ No se puede cobrar al consumidor por bienes o servicios que no fueron requeridos por él previamente y que generen un cargo automático en cualquier sistema de débito o que obliguen al consumidor a manifestarse por la negativa para que dicho cargo no se efectivice (ej. si se le ofrece un bien o servicio gratis, comúnmente de prueba por ciertos meses, para empezar a cobrarle después, el consumidor lo tiene que consentir expresamente).

(iv) Concursos, sorteos y operatorias promocionales.

Conforme a la normativa de lealtad comercial, está prohibido promover u organizar concursos, certámenes o sorteos de cualquier naturaleza, en los que la participación esté condicionada en todo o en parte a la adquisición de un producto o a la contratación de un servicio. Sin embargo, la normativa prevé que se lleven adelante estas operatorias en la medida que se cumplan ciertas condiciones entre las que se encuentran:

- (a) Establecer un mecanismo alternativo de participación gratuita, a fin de no atar la participación a la contratación del bien o servicio (por ejemplo, enviando un dibujo);
- (b) Confección de bases y condiciones con toda la información para participar (la normativa reglamentaria establece el mínimo de información que deben contener las bases y condiciones);

- (c) Las piezas publicitarias que se realicen en el marco de la operatoria deben cumplir con ciertos requisitos específicos (ej. incluir la frase: "SIN OBLIGACIÓN DE COMPRA", entre otros) además de los genéricos de toda publicidad.
- (d) Cumplir con la Ley 25.326 con relación a los datos personales recolectados a los fines del sorteo (ej. contar con el consentimiento previo, expreso e informado de los participantes);

Es importante destacar que los juegos de azar (en los que se incluyen operatorias promocionales como concursos y sorteos en los que intervenga el azar -total o parcial- para la determinación de ganadores), se encuentran también regulados por la normativa local de cada provincia. En este sentido, los concursos, certámenes o sorteos que se lleven a cabo a nivel nacional, deberán contar con la autorización de la autoridad de aplicación correspondiente a cada provincia (en general las Loterías o Institutos del Juego de las provincias) y cumplir con los requisitos previstos con la normativa de cada provincia (ej. algunas provincias requieren una "autorización anual" vigente y una "autorización particular" por cada sorteo previo a su lanzamiento). Los proveedores que no cuentan con estas autorizaciones al lanzar las operatorias promocionales son pasibles de sanciones (ej. imposición de multas por realizar juegos de azar no autorizados).

D. RESPONSABILIDAD Y SANCIONES DEL PROVEEDOR

Bajo las normas de defensa del consumidor, el proveedor es responsable tanto del cumplimiento de la oferta realizada a los consumidores como de los daños que estos sufran con motivo o en ocasión de la utilización de los bienes o prestación de los servicios.

Con respecto a los daños causados al consumidor, además del proveedor, responden solidariamente frente al consumidor el productor, el fabricante, el importador, el distribuidor, el vendedor y quien haya puesto su marca en el bien o servicio. El transportista responde por los daños a la cosa con motivo o en ocasión del servicio.

Los reclamos de los consumidores pueden ser presentados por los consumidores tanto en sede administrativa como en sede judicial, indistintamente.

En sede administrativa, **las sanciones por incumplimiento a la normativa de defensa del consumidor (LDC)** son las siguientes: a) apercibimiento; b) multa de hasta AR\$ 5.000.000; c) decomiso de las mercaderías y productos objeto de la infracción; d) clausura del establecimiento o suspensión del servicio por hasta 30 días; e) suspensión de hasta 5 años en los registros de proveedores que posibilitan contratar con el estado; f) pérdida de concesiones, privilegios, regímenes impositivos o crediticios especiales; g) publicación de la resolución condenatoria en un diario de gran circulación.

Adicionalmente, la autoridad administrativa puede fijar una indemnización a favor del consumidor para reparar aquellos daños susceptibles de apreciación pecuniaria ocasionados de manera inmediata sobre sus bienes o persona, como consecuencia de la acción u omisión del proveedor de bienes o del prestador de servicios (*daño directo*).

Es importante señalar que el consumidor damnificado (y/o las asociaciones de consumidores)

podrían iniciar acciones judiciales por daños derivados de la infracción a la normativa de defensa del consumidor. En el marco de esas acciones judiciales - además de la indemnización que le corresponda al consumidor-, el juez podrá fijar una multa civil a su favor de hasta un máximo de AR\$5.000.000 (*daño punitivo*).

Por último, **las sanciones por incumplimiento a la normativa de lealtad comercial (LLC)** -que es la que regula cuestiones sobre etiquetado, publicidades, concursos y promociones- son las mismas que a la LDC, con las siguientes excepciones: (i) el daño directo y daño punitivo no se aplican en estos casos; y (ii) la multa máxima puede ascender a 10.000.000 de Unidades Móviles.

Finalmente, se podrá imponer la sanción administrativa de rectificación de publicidad al infractor que, a través de la información o publicidad, hubiera incurrido en prácticas engañosas o abusivas.

EJERCICIO DE AUTODIAGNÓSTICO

DEFENSA DEL CONSUMIDOR			
¿Conocemos las leyes de defensa del consumidor que aplican a nuestro emprendimiento?			
¿Comprendemos nuestras principales obligaciones como proveedores de bienes y servicios?			
¿Conocemos los aspectos relevantes a tener en cuenta al vender productos u ofrecer servicios online?			
¿Tenemos presente las normas aplicables al publicitar nuestros productos/ servicios?			
¿Comprendemos las implicancias para organizar concursos o sorteos para los consumidores?			
¿Conocemos quién debe responder frente al consumidor por el cumplimiento de la oferta o contrato? ¿Y quién debe responder si el consumidor sufre un daño?			
¿Comprendemos las sanciones que podemos recibir si incumplimos las leyes de defensa del consumidor? ¿Y si incumplimos las leyes que regulan las publicidades y ofertas?			



Sí



No



A desarrollar / pasar a la acción

CONSEJO LEGAL DE UN EMPRENDEDOR SOCIAL A OTRO

Manuel Saurí Proyecto Agua Segura	<i>"... lo más importante es estar asesorado y ponerte metas anuales a nivel legal. El problema de eso es que es caro y lleva tiempo, entonces mi propuesta a los emprendedores es: pónganlo dentro del plan (...) es una forma de disminuir riesgos y escalar rápido cuando lo necesitas. Y lo otro es que no intenten ser abogados los que no son abogados..."</i>
Alejandro Besuschio Fundación Sagrada Familia	<i>"...que tengan muy claro cuáles son los pilares fundacionales de su proyecto y que sean fieles a estos pilares, que sean fieles a la misión, que construyan cultura alrededor de eso y que evalúen el largo plazo (...) pensar bien la figura para no estar atado después y tener dificultades a lo largo del desarrollo del tiempo..."</i>
Brenda Pignol Ramos Libertate	<i>"...estar bien asesorados y asesoradas (...) darse el tiempo para pensar eso, hablar con otras organizaciones ..."</i>
Gabriel P. Marcolongo Yeeeu S.A. (Incluyeme.com)	<i>"...en temas legales le diría que primero está el entender el impacto que estás buscando y la forma legal que adoptes tiene que venir como consecuencia de eso y estar muy alineada una cosa y la otra..."</i>
A. Lorena Coria La Rañatela	<i>"...lo que yo puedo llegar a decir desde lo legal es que nada es imposible mi propósito siempre fue claro y simple: queríamos conformar la Cooperativa para que la persona encontrara una forma más digna de poder llegar a sus objetivos..."</i>
María Celina Malvazo De La Nada Asociación Civil	<i>"...lo legal es algo sobre lo que tenés que estar siempre muy atento y tiene que acompañar al corazón de tu emprendimiento de impacto. No tenemos que perder nunca de vista nuestros objetivos. Resalto también el articular en red con otros como un camino de ida y vuelta para generar oportunidades"</i>

CONTACTOS

Esta guía es el resultado del trabajo realizado por:

ENI DI TELLA
Espacio de Negocios Inclusivos

[Equipo de Espacio de Negocios Inclusivos de la Escuela de Negocios de la Universidad Torcuato Di Tella](#)


**BECCAR
VARELA**
[Beccar Varela](#)


KEIDOS
IMPACTO LEGAL
[Keidos Impacto Legal](#)

 THOMSON REUTERS
FOUNDATION

TrustLaw

[TrustLaw, Thomson Reuters Foundation](#)

[¿DUDAS O CONSULTAS SOBRE ESTA GUÍA?](#)



REUTERS/ David W Cerny



TrustLaw