



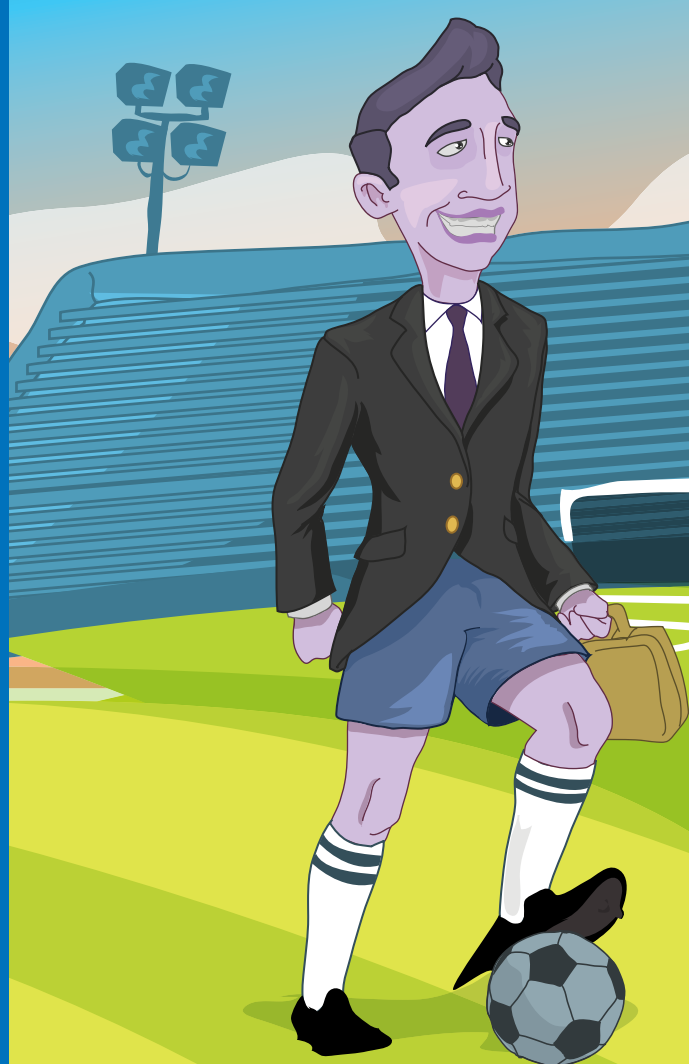
Entrevista:
Dr. Miguel Calelo.
Presidente del Club
A. Vélez Sarsfield



Claudio Morresi.
Secretario de De-
porte de la Nación



Dr. José Arnoletto.
Tesorero y expresi-
dente de Atenas de
Córdoba



consejo

Profesional de Ciencias Económicas de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

 **consejo** Profesional de Ciencias Económicas de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires AÑO V - Número 22 - Mayo 2012 - Buenos Aires, Argentina - ISSN 1851 - 6610

GESTIÓN DE ENTIDADES DEPORTIVAS

“Cuando la profesión y la pasión van de la mano”

LA COMPETITIVIDAD COMO EJE DEL PROGRESO

Estamos en vísperas de un nuevo Congreso de Economía, el noveno que organiza nuestra Institución. Se trata, una vez más, de uno de los eventos más importantes sobre la disciplina que se realizan en el país.

Consideramos que un evento de estas características debe estar al alcance de todos los profesionales, incluidos aquellos sectores que puedan tener mayores dificultades para acceder a él. Por tal razón, se han establecido aranceles accesibles para las distintas categorías de profesionales y al mismo tiempo el acceso será libre y gratuito para estudiantes universitarios y profesionales que se encuentren jubilados.

El momento para este 9° Congreso parece ser el más oportuno ante los nuevos desafíos que la ciencia económica comenzó a abordar desde que irrumpió con fuerza la última crisis de características globales y el cambio en las relaciones económicas a gran escala a la que viene dando lugar, en la que los estados nacionales adquieren un protagonismo mucho mayor en la organización económica del que tenían en la década anterior. En el ámbito interno, esta nueva dinámica acaba de alcanzar a la emblemática YPF.

En ese sentido, el Congreso de Economía sin duda echará luz sobre los posibles escenarios futuros que pueden presentarse ante las nuevas tendencias que comenzaron a desarrollarse en el contexto económico local e internacional, ya que allí se darán cita los principales exponentes de las distintas corrientes de pensamiento económico.

Lo que en definitiva nos tiene que interesar de un encuentro de estas características es que allí se genere un marco apropiado para



SUMARIO



STAFF:

Director Responsable

Dr. Alberto Schuster

Director Redacción

Dr. Julio R. Rotman

Coordinación Periodística

Dr. Domingo J. Leto

Dr. Julio César Santoro

Dr. Carlos Quarracino

Diseño y Diagramación

Voz e Imagen

Impresión: IPESA



Instituto Verificador de
Comunicaciones

Consejo Profesional de Ciencias
Económicas de la Ciudad Autónoma
de Buenos Aires es una Publicación
del CPCECABA.

Registro Nacional de la Propiedad

Intelectual: N° 663220

ISSN 1851-6610

Viamonte 1549 (1055)

Buenos Aires - Argentina.

Tel. 6009-1600 (líneas rotativas)

Sitio Web:

www.consejo.org.ar

consejo@consejo.org.ar

Queda permitida la reproducción
total o parcial del contenido de esta
publicación citando la fuente.
El contenido de las notas y los
comentarios de colaboradores no re-
flectan necesariamente el pensamiento
y la filosofía del Consejo Profesional
de Ciencias Económicas de la Ciudad
Autónoma de Buenos Aires.

EDITORIAL

Pág. 4



AGENDA

CIPPEC — Políticas de Estado	Pág. 8
Comunicaciones - Internet para todos	Pág. 8
Vaca Muerta - El hallazgo en Neuquén	Pág. 9



NOTICIAS DEL CONSEJO

Mas sanatorios de elite en SIMECO	Pág. 10
DNI y Pasaporte: más servicios	Pág. 10
El Consejo integra el CEyS de la Ciudad	Pág. 12
Web del Consejo, con nuevo diseño	Pág. 12
Portal de empleo y orientación laboral	Pág. 12
Institucionales: El Dr. Horacio Roura en el Consejo	Pág. 14



TEMA CENTRAL - "Gestión de Entidades Deportivas"

Institucional	Pág. 18
Políticas Públicas	Pág. 22
Deportes Olímpicos	Pág. 24
Clubes de Barrio	Pág. 26
Fútbol	Pág. 29
Básquet	Pág. 36
Tenis	Pág. 38
Hockey	Pág. 41
Rugby	Pág. 42
Golf	Pág. 43
Billar	Pág. 45
Marketing Deportivo	Pág. 48
Management Deportivo	Pág. 50
Planeamiento	Pág. 52
Política Universitaria	Pág. 54



CLAUDIO MORRESI

Secretario de Deporte de
la Nación

Pág. 22



TRIBUTACIÓN

Columna de la AFIP	Pág. 58
Jurisprudencia Tributaria	Pág. 60
Consultorio Impositivo y Previsional	Pág. 62



PANORAMA ECONÓMICO

PANORAMA ECONÓMICO Pág. 68



CIRCULO DE BENEFICIOS
GOURMET



Buda Bar, en el corazón del Soho
NH Tango. Cocina mediterránea

Pág. 72

Pág. 73



TENDENCIAS

Fiat 500 Abarth llega al país

Pág. 74

Chevrolet Corvette. Edición aniversario

Pág. 74

Samsung actualiza sus tabletas

Pág. 75

Reloj Sony integrable con móviles Android

Pág. 75



HUMOR

Pág. 82



BON VIVANT

EL TAPÓN SINTÉTICO Y EL VINO

Pág. 76

ENZO BIANCHI GRAND CRU 2007

Pág. 76



CONSEJO KIDS

Pág. 78



SALA DE LECTURA

Pág. 80

SUMARIO

CIPPEC - POLÍTICAS DE ESTADO

El libro *100 políticas para potenciar el desarrollo*, publicado y editado por el think tank CIPPEC (Centro de Implementación de Políticas Públicas para la Equidad y el Crecimiento), es uno de los compendios más completos que existen sobre recomendaciones de políticas de Estado para los próximos años. “Las 100 propuestas de políticas que presentamos tienen la mirada puesta en que el nuestro se convierta en un país para todos, donde todos sean iguales en derechos y oportunidades, donde el Estado intervenga a favor de los que menos tienen y facilite, y no limite, el crecimiento con equidad”, comunicó la organización en un lanzamiento que reunió a más de 1.000 invitados.

CIPPEC dio a conocer el trabajo en su habitual cena anual, donde reúne a políticos, empresarios, académicos y periodistas. Este año volvieron a encontrarse en el Hotel Hilton. Las autoridades de la organización explicaron que el libro condensa doce años de análisis e investigaciones en áreas clave de políticas públicas y suma la mirada de los equipos de Fundación Pro Vivien-

da Social, Vida Silvestre y Poder Ciudadano. “Con *100 políticas* no pretendemos marcar un único camino hacia el crecimiento con equidad, sino aportar evidencia para enriquecer las discusiones y trazar rumbos que nos acerquen a un mejor país para todos”, explicó el director ejecutivo de CIPECC, Fernando Straface. “La capacidad de un país de administrar los disensos y apuntalar un rumbo estratégico demanda un sistema político consolidado, plural y con vocación de acompañar el posicionamiento ideológico con evidencia sobre el sentido de las políticas públicas”.

El libro está dividido en 16 capítulos: Educación, Salud, Protección Social, Vivienda, Seguridad Social, Política Fiscal, Política Monetaria, Integración Global, Transporte, Energía, Desarrollo Sustentable, Justicia, Transparencia, Procesos Electorales, Presidencia y Desarrollo Local. “El objetivo es que la Argentina deje de ser un país que funciona en dos velocidades, donde unos corren y crecen, y otros apenas si caminan”, explicó Straface.

COMUNICACIONES - INTERNET PARA TODOS

En la Argentina hay 8,2 millones de accesos residenciales a Internet. Esto se traduce en un incremento de 53% con respecto al mismo mes de 2010. Dentro de esta fracción, las cuentas con abono representaron un 99% del total y el resto queda para los usuarios gratuitos.

En diciembre de 2011, las conexiones de banda ancha se incrementaron 58% en comparación con el mismo mes de 2010. Este crecimiento se explicó, básicamente, por la expansión que tuvieron los servicios de *wireless* satelital y otras conexiones, que registraron una variación interanual de 102%. Además, por primera vez se llegó a superar las 800.000 cuentas. “Esto es reflejo del creciente uso *del modem wireless* y de *smartphones*”, conclu-

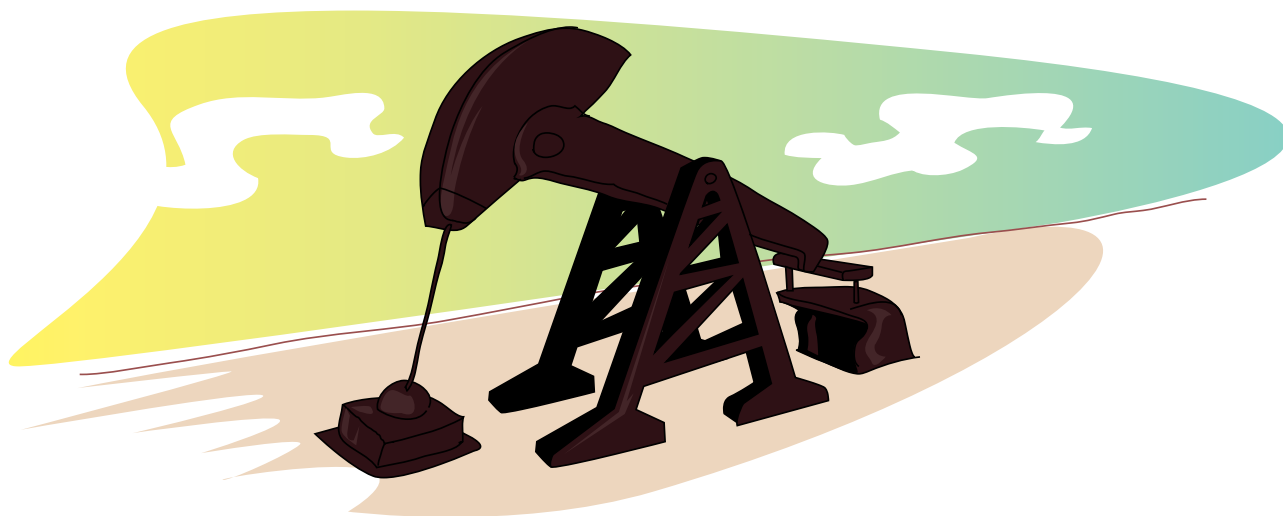
ye la consultora abeceb.com en un informe sobre comunicaciones.

Los servicios de Internet que ofrecen las empresas de comunicaciones tuvieron un incremento interanual del 54%, también traccionados por las conexiones de banda ancha. Las provincias que registraron el mayor ritmo de crecimiento fueron Chaco (126%) y Formosa (109%), mientras que las provincias de Buenos Aires (25,4%) y Santa Cruz (26,5%) fueron las menos dinámicas. El 80% de los accesos residenciales estuvo concentrado



Para el final, un pronóstico de la consultora **abceeb**. com: se espera que con la sanción de la portabilidad numérica, que se hizo efectiva a partir del mes de marzo, se incrementa la competencia entre las operadoras de celulares, lo que tenderá a una mayor oferta de promociones y descuentos, y ello su vez acelerará la tendencia hacia los *smartphones*.

Reservas probadas son aquellas sobre las cuales existe una razonable certeza, al menos de 90% de confianza (por ello, los especialistas las llaman P90), las que pueden recuperarse bajo condiciones económicas y políticas factibles, y con la tecnología existente.



Más sanatorios de elite en la red de prestadores de SIMECO

Cumpliendo con el permanente compromiso de agregar valor y calidad a los servicios de salud que el Consejo ofrece a los matriculados y su grupo familiar, el Consejo suscribió el pasado miércoles 9 de mayo un convenio con Swiss Medical Group (SMG).

De esa manera, ingresan a la red de SIMECO instituciones de prestigio, como la Clínica y Maternidad Suizo Argentina, el Sanatorio Los Arcos, el Sanatorio Agote y el resto de los sanatorios, clínicas y centros de SMG que se habiliten en el futuro.

El convenio alcanza también a los Centros Ambulatorios ubicados en distintos puntos de la CABA:

- Swiss Medical Center: Av. Gral. Juan M. de Pueyrredón 1441 - CABA y Av. Santa Fe 2479/ 81 - CABA
- Swiss Medical (Microcentro): 25 de Mayo 264 - CABA
- Centro Médico San Luis: San Martín de Tours 2980 - CABA
- Centro Médico Junín: Junín 1191 - CABA



DNI y Pasaporte: Ampliamos el servicio a familiares y grupo de afinidad

A partir de ahora, los matriculados podrán reservar turnos para que cualquier familiar o integrante de su grupo de afinidad pueda realizar el trámite del nuevo DNI o el Pasaporte en las instalaciones del Consejo.

Desde su puesta en marcha a principios de 2011, ya se llevan tramitados en el Consejo más de 20.000 documentos, y actualmente hay turnos disponibles a siete días. Esto permitió a la Institución ampliar el servicio para poder llegar a más miembros de la comunidad.

Para poder acceder al servicio, el matriculado deberá reservar el turno a través de la Web institucional, ingresando con su usuario y clave. Luego el interesado deberá acercarse en el día y horario seleccionados con toda la documentación requerida.



El Consejo integra el Nuevo Consejo Económico y Social de la Ciudad

El martes 8 de mayo se llevó a cabo en la Procuraduría de la Manzana de las Luces la presentación del Consejo Económico y Social (CEyS) de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. El Consejo Profesional de Ciencias Económicas se sumó a las distintas instituciones que integran este importante espacio plural de consulta pública y participación cívica.

El nuevo organismo asumirá el desafío de instalar temas en la agenda pública y parlamentaria a partir de acuerdos que incorporen múltiples sectores y puntos de vista, en una clara apuesta a la pluralidad.

Además del Consejo Profesional,

cuya silla será ocupada por el Dr. Roberto Destéfano (consejero titular de nuestra entidad), el CEyS está integrado por los representantes de otras instituciones de fuerte inserción en la comunidad, como las más prestigiosas universidades, asociaciones profesionales, empresarias, sindicales y religiosas, entre otras.

La representación de nuestro Consejo Profesional en el Consejo Económico y Social se completa con la participación del Dr. Julio César Santoro.

En esta primera etapa, el CEyS será presidido por el ex legislador de la Coalición Cívica, Sergio Abrevaya;

su conformación está contemplada en el artículo 45 de la Constitución local y está reglamentado por la Ley 3.317. El organismo cuenta con autonomía orgánica y funcional respecto a sus fines, que son, entre otros, constituirse en enlace de participación de actores sociales y económicos para la planificación y formulación de políticas socioeconómicas y laborales; proyectarse como canal de diálogo, deliberación y articulación entre esos mismos actores; establecerse como foro de consulta para la comunidad, organizaciones y organismos gubernamentales de la Ciudad; y fomentar el desarrollo socioeconómico porteño.

La Web del Consejo, con nuevo diseño

Con un novedoso e innovador diseño, se acaba de lanzar la nueva Web institucional (www.consejo.org.ar). El nuevo sitio combina información de trascendencia para la matrícula e instrumentos que le posibilitarán al visitante llevar adelante la actividad diaria con mayor facilidad. Además, siguiendo las tendencias de la era de las comunicaciones, desde el nuevo sitio se puede compartir la información en las redes sociales, así como acceder a los perfiles y páginas del Consejo en éstas. También el matriculado podrá, del mismo modo en que lo hacía en la antigua Web, consultar su correo electrónico personal y toda aquella información relacionada con la capacitación profesional.



Nuevo Portal de Empleo y Orientación Laboral

El Consejo ha creado una plataforma *on line* con el fin de optimizar el proceso de publicación y postulación de las búsquedas laborales.

Es un servicio gratuito que permitirá a los profesionales matriculados enviar su CV postulándose a las búsquedas laborales publicadas en el link de Empleo (se encuentra dentro del menú de opciones que está en el

margen izquierdo de la página principal) de una forma más rápida y eficiente.

Para mayor información acerca de este servicio podrán contactarse telefónicamente al 5382-9558 o personalmente en el Sector de Orientación Laboral - Viamonte 1549 - 1° piso. Informes: orientacion_laboral@consejo.org.ar

El Dr. Horacio Roura disertó en el Consejo

El Secretario Pyme de la Nación explicó el Plan Estratégico del Ministerio de Industria para esa categoría de empresas y destacó la importancia del rol de nuestros profesionales en dicha iniciativa. Los asistentes a la Conferencia pudieron consultar al alto funcionario sobre herramientas e instrumentos que ofrece su Organismo a los pequeños empresarios y emprendedores..

El miércoles 2 de mayo tuvo lugar en nuestra sede la conferencia organizada por la Comisión de Problemática de la Pequeña y Mediana Empresa sobre los lineamientos del plan estratégico para las PyMEs del Ministerio de Industria de la Nación.

La exposición principal estuvo a cargo del Dr. Horacio G. Roura, secretario de la Pequeña y Mediana Empresa y Desarrollo Regional, quien fue presentado por la Dra. Graciela Montenegro, vicepresidente de nuestro Consejo, en tanto que la coordinación general del evento estuvo a cargo del Dr. Raúl di Lorenzo.

El Dr. Roura destacó la importancia de que los profesionales en Ciencias Económicas **“no solo liquiden impuestos sino que deben ayudar al empresario PyME y orientarlo con una visión más general”**.

“Es importante que trabajen junto al empresario para fortalecer su negocio”, dijo Roura, y completó: **“Para continuar profundizando el proceso de industrialización de la economía nacional necesitamos aliados como son los profesionales, quienes poseen una visión más estratégica sobre el funcionamiento de las PyMEs”**. El secretario PyME afirmó que en los últimos años la industria argentina realizó una sustitución de importaciones por 8.000 millones de dólares y sostuvo que este proceso se hizo **“con un aumento de la calidad del empleo, diversificación, y sumando valor agregado a la producción”**.

También detalló que el sistema financiero otorga en la actualidad el

23% del total del financiamiento a las pequeñas y medianas empresas. En tanto, recordó los principales instrumentos que tienen los empresarios a su disposición para financiarse y capacitarse, como el Programa de Crédito Fiscal, entre otros.

Asimismo, el Dr. Roura resaltó el papel que cabe a los jóvenes como actores fundamentales de la economía nacional. **“Los jóvenes son el motor de la economía –apuntó– y, a partir de un Estado presente que facilita el acceso a la capacitación, y se les brinda asistencia profesional para optimizar los procesos productivos y se les ofrecen las mejores condiciones de financiamiento para nuevas inversiones”**.

El Ministerio de Industria ofrece herramientas para que las PyMEs puedan acceder al financiamiento a través del FONAPYME, que ofrece créditos de hasta \$1,5 millones a una tasa del 9% (fija y en pesos) y con hasta 7 años de plazo y un

año de gracia para la amortización del capital. También brinda créditos para financiar capital de trabajo a partir del Régimen de Bonificación de Tasas. Las empresas pueden acceder a créditos de hasta \$300 mil a una tasa fija y en pesos del 10 % para el caso de micro y pequeñas empresas, y del 12 % para las medianas, a plazos de 12, 24 y 36 meses.

“Los profesionales en Ciencias Económicas deben ayudar a los emprendedores a conocer estas herramientas, asesorándolos durante todo el ciclo de vida de la empresa”, concluyó el funcionario. Al término de su exposición, los asistentes pudieron intercambiar dudas y consultas sobre los detalles de las herramientas e instrumentos que ofrece la secretaría PyME y el Ministerio de Industria para fomentar el desarrollo empresarial, así como acerca de las proyecciones de la cartera en su Plan Estratégico para el año 2020.





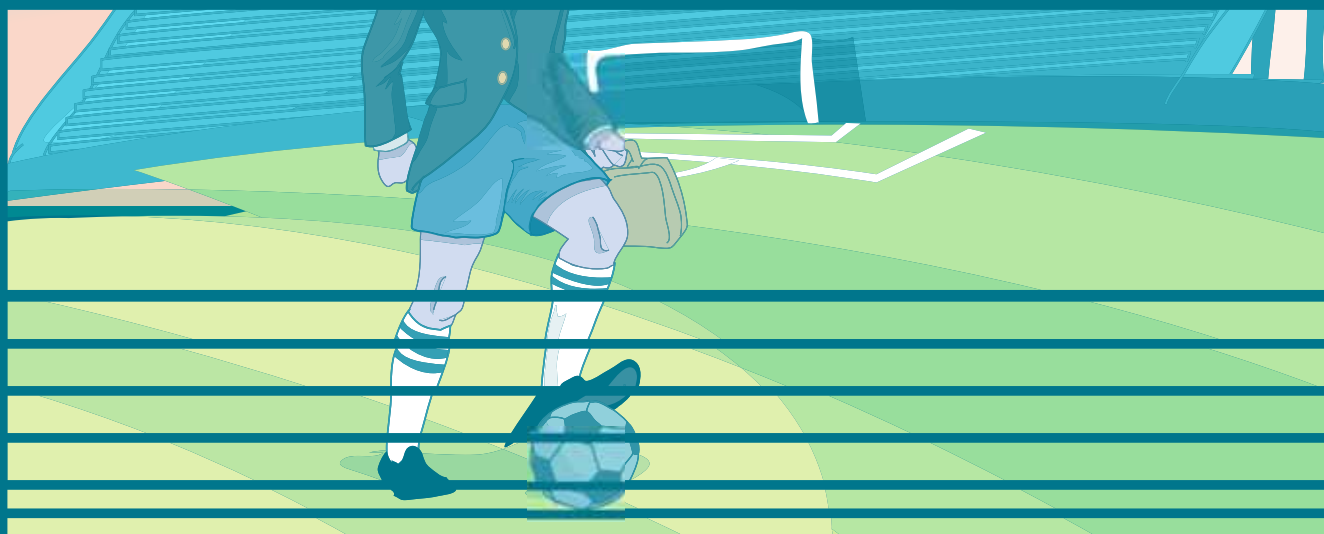
GESTIÓN DE ENTIDADES DEPORTIVAS

“Cuando la profesión y la pasión van de la mano”

En diferentes ámbitos institucionales, los profesionales en Ciencias Económicas muestran un importante compromiso con la gestión de entidades deportivas. La tarea es una especialización en sí misma por las particularidades que presenta el mundo del deporte. En fútbol, tenis, básquet, rugby y golf, entre muchas otras disciplinas, nuestros profesionales muestran una destacada participación, llevando capacidad de liderazgo, gestión, planeamiento y asistencia contable y financiera a clubes, asociaciones civiles y entidades deportivas de diversa envergadura.

En la mayoría de los casos, su trabajo les permite mezclar la pasión y la profesión con la búsqueda de excelencia y eficiencia, al tiempo que contribuyen al desarrollo humano a través de la organización del deporte.

En las páginas que siguen compartimos diferentes experiencias que van desde la planificación de políticas públicas al marketing deportivo.



Dr. Osvaldo A. Saito (*)
Presidente de la Comisión de De-
portes del CPCECABA

La Comisión de Deportes del Consejo fue creada en 1988 por un grupo de entusiastas matriculados. El objetivo era participar en las Primeras Olimpíadas Nacionales de Profesionales en Ciencias Económicas, que se iban a disputar en Río Hondo, provincia de Santiago del Estero.

Han transcurrido casi 25 años desde aquel momento y mucha agua ha corrido debajo del puente. De ese puñado de matriculados, no más de un centenar concurre a la Primera Olimpiada; en cambio, actualmente, más de 1.500 matriculados participan regularmente de las actividades que proponemos.

Desde la Comisión planificamos y llevamos adelante actividades para que participen todos nuestros profesionales, que son siempre supervisados por profesores, y el único requisito que se exige es tener “buena onda”. Las actividades y los deportes que hoy proponemos apuntan a satisfacer las necesidades de nuestros colegas, tanto a los que buscan una actividad recreativa como a quienes disfrutan de la competencia. A estos últimos los alentamos a participar en torneos y competencias organizados por diferentes federaciones y entidades deportivas



INSTITUCIONAL

y universitarias. De allí surgen los equipos que nos representan en las Olimpíadas anuales de la profesión. De marzo a diciembre organizamos prácticas regulares de ajedrez, atletismo, actividades aeróbicas + calidad de vida, básquet (tenemos 3 categorías por edades), cestoball, ciclismo, fútbol (con 6 categorías que van desde la matriculación hasta superar los 60 años de edad), golf, hockey femenino, natación, paddle femenino y masculino, pesca, tenis femenino y masculino, tiro, vóley femenino y masculino, y yachting.

La filosofía que alentamos es que el deporte no es solo competencia. Si bien somos conscientes de que todo deportista alberga la idea de superación y de obtener mayores logros (de ahí nuestro lema “vamos por más”), hoy entendemos que el ir por más tiene muchas acepciones. Lo hacen suyo tanto el deportista de alta competencia como el que busca participar recreativamente, o el que lo hace para encontrar un espacio social junto a sus pares.

Hoy los matriculados se acercan a nuestras actividades por las publicaciones en la revista **Consejo** y en la página Web del Consejo, pero fundamentalmente por el boca a boca de nuestros deportistas, quienes transmiten que el deporte que proponemos no es solo competencia; también es salud, es participar de un tercer tiempo, que es casi tan importante como la competencia en sí misma.

El matriculado que viene por primera vez a practicar alguna actividad encuentra que, aun rodeado de pares, se puede hacer un alto en la profesión y lograr un espacio donde no hay vencimientos, inspecciones



ni cierres de balance; tampoco lo acecha la AFIP, la UIF ni ARBA, y lo único que importa es cómo está la cancha, si va a jugar bien o va a mejorar sus tiempos.

En su primer entrenamiento, casi todos dicen que no saben si podrán hacerse el tiempo para concurrir regularmente. Pero algo pasa esa primera vez; no sé si es la calidez de nuestros coordinadores rompiendo el hielo al darles la bienvenida, la infraestructura deportiva donde desarrollamos nuestras actividades o la seriedad de los entrenamientos que llevan a cabo los profesores que dirigen cada práctica. Pero lo cierto es que los tiempos se hacen, y más de un matriculado ha llegado a confesar que espera ansioso que llegue el entrenamiento porque sabe que durante el día las presiones de la profesión son cada vez mayores y uno necesita un espacio para ha-

cer lo que lo hace sentir bien. Y este bienestar retroalimenta la predisposición para con la familia, con la profesión, con los amigos.

Es por eso que invitamos a todos los matriculados a sumarse a nuestra propuesta o a sugerir la organización de otros deportes concurriendo a la Oficina de Deportes ubicada en el primer piso del Consejo o contactándonos a través de nuestro correo electrónico deportescomisión@consejo.org.ar

(*) **Contador Público**
Licenciado en Administración

(1) ® “Vamos x +” es marca registrada en la Comisión del Dr. Marcelo Martín, coordinador de Fútbol Senior.

MARATÓN CONSEJO: Una actividad abierta a la comu- nidad

Dr. Ricardo Miguel Muiña (*)
*Gerente Coordinador de
Servicios a los Profesionales del
CPCECABA*



En los últimos años, el **Consejo** desarrolló un programa de trabajo haciendo foco en la salud profesional. Así nacieron los programas de prevención, el chequeo médico gratuito, las campañas de vacunación, los consultorios médicos, la farmacia Consejo Salud y muchas otras iniciativas que hoy son realidad para beneficio del matriculado y su grupo familiar.

Como parte de este programa, el deporte no podía estar ausente, razón por la cual, desde 2008, tiene lugar la **Maratón Consejo**. Se trata de una carrera de calle como las que habitualmente se hacen en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

El domingo 10/06/12 se realizará la 5ª actividad de este tipo, organizada por el **Consejo** con la colaboración del **Club de Corredores**. Del evento participan más de 2.000 personas entre matriculados, familiares, amigos y público en general, los que lucirán una remera especialmente confeccionada para el evento.

Los inscriptos pueden participar ca-

minando o corriendo las distancias de 3 km. o 10 km. Ese domingo, los presentes compartirán aproximadamente 2 horas al aire libre, en los bosques de Palermo, generándose así un clima de gran camaradería, vida saludable, deporte y alegría. Un locutor profesional conducirá el evento, y a las 9:00 comenzará el precalentamiento a cargo de profesores de gimnasia.

A las 9:30, la cuenta regresiva realizada por todos los participantes indicará que se acerca la largada. El recorrido estará señalizado y personal contratado se ocupará de la orientación y seguridad de los participantes.

El Consejo Salud aportará sus ambulancias y el personal médico necesario para resolver cualquier situación médica que pudiera presentarse. También estarán presentes maestras del Consejo, quienes se ocuparán de los más chiquitos en un espacio preparado al efecto.

Al final de la competencia se premiará a los mejores 3 tiempos de damas

y caballeros en categoría General y Matriculados. También recibirán un reconocimiento los participantes con capacidades especiales y la categoría de mamás con bebés en cochecito.

Este año nos acompañarán los chicos de la Fundación Cecilia Baccigalupo, que de esta forma se suman a la alegría de este día especial.

Para los que quieran hacer su primera experiencia en este tipo de actividades al aire libre, les recordamos que es conveniente ir preparándose con anticipación. Para el día de la carrera conviene estar bien descansado, alimentarse e hidratarse siguiendo las recomendaciones de los especialistas, y efectuar una adecuada elongación muscular.

Nuestra tradicional Maratón conjuga en una sola actividad salud, deporte, recreación e integración social para el bienestar de los matriculados y la comunidad.

(*) Contador Público

“No es necesario haber sido deportista profesional para gestionar deportes”

Claudio Morresi
Secretario de Deporte de la Nación

CONSEJO ¿Cuáles fueron hasta ahora los hitos más importantes en su gestión?

C. MORRESI Estoy dentro de un proyecto político que ha definido que el deporte sea un instrumento para el desarrollo humano y en forma transversal se relaciona con distintas áreas de gestión del gobierno. Es bueno aclararlo porque, si no, no podría decir que los hitos más importantes fueron la implementación de los Juegos Evita -que desde 2003 vuelven a cumplir con los principios de inclusión con los que nacieron gracias al doctor Ramón Carrillo y a Eva Perón- o el acompañamiento constante a los deportistas de alto rendimiento para que puedan defender la bandera argentina en cualquier lugar del mundo, o la puesta en valor del CENARD con la posibilidad de estar a la altura para realizar eventos internacionales. Todo esto no sería posible sin esta visión transversal, inclusiva y con fuerte presencia del Estado.

¿Qué rol jugaron el liderazgo, la gestión y la planificación en la concreción de esos objetivos?



El liderazgo tanto de Néstor Kirchner como de Cristina Fernández, al definir un mayor presupuesto y dar institucionalización a través de leyes, fue fundamental para que uno pudiera planificar y gestionar eficazmente, dando respuestas a las necesidades de nuestra población.

¿Su actividad requiere conocimientos específicos en gestión, finanzas o control presupuestario? ¿Es ayudado cotidianamente por profesionales en ciencias económicas?

Al ingresar no tenía los conocimientos necesarios en estos puntos, pero junto al equipo de trabajo –en el que sí había especialistas en estos temas- fui adquiriendo el conocimiento elemental para poder gestionar. Para trabajar en el Estado y gestionar eficazmente se necesita un conocimiento mayor que el necesario para el ámbito privado.

¿Cómo evaluaría esas tareas?

Al ejecutar más del 98% del presupuesto asignado, la evaluación den-

tro del Estado es considerada muy buena.

¿Cree que es necesario haber sido deportista profesional para gestionar con eficiencia políticas deportivas?

No es fundamental. Aporta algunos aspectos que tal vez no los puede conocer el que no lo haya sido, pero no es esencial.

¿Cuál es la importancia que asigna a las nuevas tecnologías en la formación del deportista?

En el deporte social y en el federado tienen la función de acompañar su desarrollo. En el de alto rendimiento son casi fundamentales para que un deportista dé el máximo de su potencial.

¿Cuáles son los desafíos que enfrenta en la actualidad la gestión de eventos deportivos en la Argentina?

En algunos casos hay que mejorar la infraestructura deportiva necesaria de acuerdo con los avances de la tecnología. Pero la Argentina tiene experiencia de gestión de juegos masivos y es un país que por su historia y el conocimiento de sus habitantes está capacitado para poder hacerlo.



Acercando a los atletas argentinos al mundo

Lic. Víctor Sergio Grouppierre
Adscripto a Dirección General
Ente Nacional de Alto
Rendimiento Deportivo (ENARD)

El 21 de octubre de 2009, el Dr. Gerardo Werthein asumió la presidencia del Comité Olímpico Argentino, situación que implicó un cambio fundamental en la gestión de esta entidad rectora del deporte olímpico en nuestro país. Se realizaron varios diagnósticos en el análisis del deporte de representación nacional, y se concluyó que uno de los principales problemas que limitaban el desarrollo del alto rendimiento era la insuficiente disponibilidad de recursos económicos para su sostenimiento.

En función de esta realidad, se conformó una comisión que trabajó para elaborar un proyecto de ley para crear una organización que generara y administrara recursos que se utilizarían para complementar los apoyos que brinda el Estado a través de la Secretaría de Deporte. Luego de un rápido trámite legislativo y una abrumadora mayoría de votos positivos, el 2 de diciembre de 2009 se sancionó la Ley N° 26.573 de creación del ENARD, la que fue promulgada en un acto realizado en la Casa de Gobierno el día 21 de diciembre de ese año por Decreto N° 2112 y publicada en el Boletín Oficial N° 31.806. La citada ley fue reglamentada por el Decre-



to N° 583 del 27 de abril de 2010 (B.O. 31.892), complementado por el Decreto N° 159 del 16 de febrero de 2011 (B.O. 32.097).

La Ley, en el Capítulo I Objeto, define en el Artículo 1°: “Créase el Ente Nacional de Alto Rendimiento Deportivo, como persona jurídica de derecho público no estatal destinado a gestionar y coordinar apoyos económicos específicos para la implementación y desarrollo de las políticas de alto rendimiento deportivo”.

En el Artículo 2° expresa: “El Ente tiene plena capacidad jurídica para administrar los recursos asignados en la presente Ley, afectándolos exclusivamente a:

- a) Asignar becas a deportistas dedicados a actividades y competencias deportivas.
- b) Complementar los subsidios de

la Secretaría de Deporte de la Nación, para solventar los gastos que demande la participación en competencias deportivas internacionales que consten en el calendario oficial de la respectiva federación internacional.

c) Solventar honorarios de entrenadores y técnicos afectados al alto rendimiento.

d) Contratar especialistas en ciencias aplicadas al deporte y adquirir los elementos necesarios para el entrenamiento de los deportistas.

e) Brindar apoyo económico para la organización de competencias nacionales e internacionales a realizarse dentro del territorio de la República Argentina.

f) Asegurar la cobertura médico-asistencial de los deportistas, entrenadores y técnicos contemplados en la presente ley.

g) Solventar los costos de mantenimiento del laboratorio de control de

“Entre todos conseguimos que los vecinos vuelvan a su club”

*Lic. Francisco Irrarazával
Subsecretario de Deportes
del Gobierno de la Ciudad Autónoma
de Buenos Aires*

Como somos gente que viene del deporte, desde el inicio de la gestión entendimos que los clubes son clave en el armado del tejido social de los barrios y, por ende, de la ciudad entera. En los clubes se unen la historia, el presente y el futuro de cada barrio porque a través del deporte, la cultura y el encuentro entre los vecinos se produce la genuina comunión entre la gente.

Desde la gestión hemos logrado revertir la imagen desolada y sin esperanzas que se vivía en los clubes en tiempos no tan lejanos. Trabajando



junto a ellos y entre todos, Gobierno e instituciones, hemos conseguido que los vecinos vuelvan a su club de barrio, con su familia y sus amigos, devolviéndoles así la esperanza y, al mismo tiempo, asegurarles que nuestros viejos y queridos clubes tienen un buen futuro.

Hoy, a los clubes van casi ocho veces más concurrentes que hace cuatro años. Clubes con cada vez más actividades, fuertes en su economía y en su propuesta deportiva, adaptada a la realidad actual, a la sociedad y a sus necesidades.





Herramientas de contención e inserción social

Roberto J. Uriarte
Director Operativo
Clubes de Barrio y Federaciones Deportivas
Subsecretaría de Deportes del
Ministerio de Desarrollo Económico
del Gobierno de la CABA



Los clubes de barrio, desde la perspectiva de la Subsecretaría de Deportes del GCABA: pasado, presente y futuro

Independientemente de la definición conceptual y normativa¹, los **clubes de barrio** son verdaderos agentes de integración, contención y desarrollo social en tanto que los niños y adultos que concurren a realizar actividades y/o participar de reuniones comunitarias fortalecen sus lazos sociales y barriales. Esta es la perspectiva que ha asumido la Subsecretaría de Deportes y desde la cual se ha trabajado.

Se trata, además, de instituciones que no sólo forman parte del patrimonio cultural de los barrios, sino que además promueven la participación social conduciendo a la búsqueda de soluciones conjuntas a problemas ciudadanos.

Finalmente, desde un punto de vista netamente deportivo-recreativo, los clubes dan al deporte otros valores en

tanto lo conciben como herramienta de contención, inserción social y agente de salud. De ahí la importancia que la Subsecretaría de Deportes reconoce a los clubes de barrio.

Sin embargo, a pesar de todas estas virtudes, el diagnóstico realizado a inicios de la actual gestión de gobierno ha puesto de manifiesto una serie de problemas, entre los que se destacan las profundas crisis económicas en que se hallan sumergidos. Sumado a ello, luego del suceso de República de Cromañón (30/12/2004), se ha abierto un nuevo espectro de problemas vinculados a la dificultad de cumplir todos los requisitos exigidos para lograr su habilitación, dado que la mayoría de los clubes ha sido construida según normativas diferentes de las actuales. Al respecto, desde

la Subsecretaría se señala que “no es imposible que los clubes lleguen a estar en regla pero, para lograrlo, es necesario contar con plazos de tiempo considerables y no clausuras inmediatas. Este es uno de los puntos en que más fervientemente se está trabajando”.

Por otra parte, se han detectado problemas vinculados al desconocimiento de la normativa y pasos administrativos, la escasa formación dirigencial, la escasa masa societaria, la precariedad laboral del personal docente, la escasez de material deportivo, poca diversidad de disciplinas deportivas y de disponibilidad horaria, y deudas contraídas con el Estado (por ejemplo, ABL).

A partir de la detección de estas problemáticas y necesidades, desde

¹ De acuerdo con la Ley 1624 y sus modificatorias se entiende por club de barrio a las asociaciones civiles sin ánimo de lucro que posean como objeto social la práctica y fomento de actividades deportivas y cuya facturación anual no exceda el monto de pesos un millón (\$ 1.000.000)

TEMA CENTRAL

la Subsecretaría de Deportes se ha propuesto como objetivo **contribuir al fortalecimiento de los clubes como medios de integración social a nivel barrial**. Para su consecución, desde inicios de la actual gestión se han efectuado las siguientes acciones y obtenido los resultados que, a continuación, se detallan:

- a)** Incorporación de 90 nuevos clubes al Registro Único de Instituciones Deportivas (RUID). La cantidad total de clubes de barrio inscriptos en la actualidad asciende a 145 instituciones, lo que supone un incremento del 90% de clubes inscriptos y, a fin de dar cumplimiento a la Ley 1624, se procedió a formalizar la Unidad de Servicio A los Clubes de la Ciudad (USACC).
- b)** Entrega de subsidios a clubes de barrio de acuerdo con lo prescripto por las leyes 1624 y 1807 por un monto total de pesos cinco millones (\$ 5.000.000).
- c)** Convenio con AySA sobre descuentos en tarifas de agua.
- d)** Eventos en clubes o espacios públicos con el propósito de acer-

car a los vecinos e incrementar su masa societaria (Juegos Mayores de la Ciudad; Deporte en Colores; Día del Niño; Carrera de Autos Locos; Fútbol con Historia, donde grandes figuras del fútbol jugaron con padres de socios de cada entidad).

- e)** Relevamiento de todos los clubes de barrio, destinado a obtener información fehaciente y confeccionar una base de datos confiable.
- f)** Implementación del instituto jurídico *Probation*.
- g)** Charlas sobre accidentes domésticos a cargo de Defensa Civil.
- h)** Conformación de un equipo de profesionales destinado a orientar y solucionar problemáticas de carácter legal y contable.
- i)** Proyecto de ley que brinde la posibilidad a los clubes de obtener la condonación de las deudas contraídas en concepto de ABL.
- j)** Elaboración y firma del Decreto 492/10 sobre fiscalización y control de clubes de barrio. Según este decreto, los clubes de barrio inscriptos en el RUID son fiscalizados respetando sus particularidades y ya no de una forma genérica como toda

asociación civil.

- k)** Elaboración y sanción de un proyecto de modificación de la Ley 1807 orientado a que el monto de facturación anual de los clubes de barrio que actualmente es de pesos quinientos mil (\$ 500.000) pueda actualizarse de acuerdo con la realidad socio-económica del país.
- l)** Análisis y formulación de programas de carácter deportivo y socio-cultural trabajados transversalmente con otras reparticiones.

A través de este conjunto de acciones se ha pretendido contribuir a la recreación y resignificación de los valores que fueron construidos históricamente en los clubes de barrio: la solidaridad, la integración y el bienestar colectivo. Desde la Subsecretaría de Deportes se tiene la convicción de que, por todo lo que han ofrecido y tienen por ofrecer a socios, escuelas y entidades de bien público, los clubes de barrio deben ser preservados no sólo como patrimonio de la Ciudad y de los ciudadanos, sino como agentes de reconstrucción de la sociedad civil.



El Dr. Daniel Razzetto sigue combinando el trabajo y la pasión. Actualmente es el vicepresidente de Quilmes. Conversó con Consejo sobre cómo se conduce un club y qué rol les cabe a los profesionales en ciencias económicas.

Los clubes en la Argentina deben ser asociaciones civiles por definición. La Asociación del Fútbol Argentino es una asociación civil y está integrada por asociaciones civiles que son los clubes de fútbol. La legislación en la Argentina no permite otras figuras, por ejemplo, la sociedad anónima. En Europa hay muchos clubes que son sociedades anónimas pero en la Argentina no es así. La asociación civil en nuestro país está regulada por el Código Civil, que existe desde la época de Vélez Sarsfield y nunca sufrió modificaciones.

Si analizamos las economías de los



No. El gerenciamiento es una figura híbrida porque el vínculo con el

Más allá de las formas siempre exis-

tió una forma de gerenciamiento en el país porque los clubes de fútbol siempre recurrieron a los capitales externos. Ahora, la realidad es que los gerenciamientos que surgieron en la Argentina en la década pasada no terminaron bien. Según mi opinión, el primer gerenciamiento serio que se hizo en la Argentina fue el de Quilmes cuando convoqué al grupo Exxel, que en ese momento era el segundo más importante del país en cuanto a facturación después de YPF. Pero la realidad fue que, si bien para el club Quilmes la experiencia no fue mala, uno siente cierta frustración cuando ve que el Exxel traía un proyecto para quedarse por 10 años y a los 18 meses salió corriendo.

¿Cuándo una conducción es exitosa?
Nunca escuché que una tribuna le cante al patrimonio neto. La conducción de un club de fútbol escapa a lo que uno trae como formación profesional en ciencias económicas y por lo tanto debe saber adaptarse al nuevo medio. En nuestro país, la conducción de una institución de este tipo no es igual a la de cualquier empresa. Detrás

de un club de fútbol hay socios y por lo tanto no hay necesidad de ganar plata, pero sí de reinvertir las utilidades. Por ejemplo, ¿la renta que uno obtiene debe ponerla en un plazo fijo o volcarla en obras para el club? El fin de una asociación civil es el reparto de su superávit entre sus socios.

¿Qué es un directivo de un club?

Un empleado.

¿Cómo se maneja el directivo con los resultados deportivos?

El fútbol en nuestro país es exitista. La gente quiere que su equipo gane y el que toma la decisión de conducir el club debe tener la mente fría y no dejarse llevar por lo pasional. La presión que se les genera a quienes conducen la institución es muy grande porque nos siguen los medios, los hinchas y los socios. Sin embargo, el club es una empresa desde el concepto económico porque hay recursos, capital y mano de obra. Tenemos mucha responsabilidad encima como para improvisar.

¿Qué ejemplos hay de buenas conducciones?

Lanús, Vélez y Estudiantes son clubes con buena gestión y tienen éxitos deportivos. Hay una combinación entre ambos aspectos. Aunque tampoco eso va necesariamente de la mano, porque el fútbol no es matemático y una conducción debe estar preparada para cualquier cosa.

¿Cómo afectan el ascenso y el descenso a las instituciones?

El ascenso y el descenso marcan la economía de los clubes. Ahora, por suerte, con este tema de “Fútbol para Todos” los vaivenes se han moderado. Antes, cuando los contratos los llevaba el Grupo Clarín, había mucha diferencia entre el dinero que percibían un club de Primera A y uno del Nacional B.

¿Qué piensa de “Fútbol para Todos”?

La medida es positiva. El fútbol cumple un rol social y ocurría que una empresa privada manejaba los destinos del deporte a través de los contratos de televisión.

(*) Contador Público



La planificación en las entidades deportivas

Dr. Miguel Pablo Calello (*)
Presidente del Club Atlético Vélez Sarsfield

En su función de dirigente, una persona debe tomar decisiones que duelen desde lo deportivo pero sirven desde lo económico.



A fines del año 2002 comencé mi gestión en la comisión directiva del Club Atlético Vélez Sarsfield. A partir de dicho momento me propuse gestionar las divisiones inferiores a nivel dirigenal, lo que significaba para mí aprender de los grandes dirigentes con los cuales convivía en el día a día. Ello me permitió ejercer el cargo de proesorero, el de vicepresidente primero a cargo del fútbol profesional y en la actualidad, luego de las elecciones de noviembre de 2011, el de presidente de la Institución. Desde mi ingreso en las distintas aéreas en las cuales me tocó participar defendí la planificación a largo plazo como el sistema para seguir creciendo en lo social, en lo cultural, en lo educacional y en lo deportivo.

En nuestro club basamos nuestro crecimiento en las divisiones inferiores y es ahí donde proyectamos a largo plazo. Sabemos que hoy en día la mayoría de las instituciones deportivas, con un gran compromiso social como nuestro club, gene-

ran importantes déficits mensuales. Para cubrir dicho déficit, el principal ingreso con el que se cuenta son las transferencias de los jugadores profesionales, que pasaron a ser recursos ordinarios. Para ello debemos proteger sobremanera a nuestras divisiones inferiores y respecto a ellas juega un papel preponderante la planificación a largo plazo.

Para ello contamos con un plantel profesional importante, lo cual permite que los chicos puedan llegar y completar su adaptación al mismo sin sobresaltos y, una vez concluido el proceso, faciliten la venta de los jugadores a quienes ellos suplantarán sin resentir la estructura y permitiendo el ingreso necesario para poder cubrir el déficit y reinvertir en el proceso formativo. Creemos que este es el sistema que nos ha permitido superar momentos muy complicados desde lo económico, como lo fueron los años siguientes a la crisis del 2001, cuando, en virtud de contar con sólidas divisiones inferiores y con la totalidad de los

derechos económicos de nuestros jugadores, pudimos responder a nuestros compromisos por medio de las ventas realizadas a pesar de haber resignado durante algunos años la cuestión deportiva.

Por consiguiente debemos también saber diferenciar la pasión de la actividad dirigenal. En su función de dirigente, uno debe tomar decisiones que duelen desde lo deportivo pero sirven desde lo económico. En esos casos, hay que hacerlo sin dejarse llevar por la pasión. Una decisión no tomada a tiempo puede conducir a una situación de crisis de la cual no se sabe cuándo y cómo salir. Por ello es que, cuando se recibe una oferta económica por la transferencia de un jugador, debe ser evaluada sobre la base de la planificación elaborada y contemplando que la oferta tal vez no vuelva a reiterarse a futuro con el consiguiente perjuicio por no haber tomado la decisión correcta en el momento oportuno.

(*) *Contador Público*



FÚTBOL - RÉGIMEN PREVISIONAL

El particular régimen previsional del fútbol profesional

Dr. Félix Daniel Castro Vázquez (*)
Docente especialista en Gestión Deportiva



El actual régimen previsional, que alcanza al personal dependiente de la AFA y de clubes que militan en las divisiones Primera A, Nacional B y Primera B del fútbol argentino, fue regulado por el Dto.1212/03 y reglamentado por la RG.1580 de la AFIP. Se trata de un ingenioso sistema que simplificó de un modo ágil y eficaz la liquidación y el control de las cotizaciones, que terminó con la morosidad que mantenía este segmento asegurando su recaudación y que se autocompensa globalmente sólo reajustando su alícuota de retención-percepción cuando lo determine cada dos años la Secretaría de Seguridad Social.

El régimen se aplica a todos los trabajadores dependientes de estas entidades, incluso a aquellos comprendidos en la Ley 24.622, que pese a mantener un incuestionable vínculo de carácter laboral dependiente siguen cotizando atípicamente como trabajadores autónomos; es el caso de los jugadores de fútbol, cuerpos médicos, técnicos y auxiliares, árbitros, jueces de línea, veedores y comisarios deportivos. Solamente para estos últimos trabajadores, se fijaron además

distintas rentas de referencia en función de la participación de sus clubes en los torneos de Primera A, Nacional B y Primera B, lo que ha permitido de esta manera seguir determinando sus aportes personales aplicando las alícuotas vigentes para trabajadores autónomos. Para el resto de los trabajadores, los cálculos de sus aportes y contribuciones se realizan sobre la base de sus salarios reales.

También fue incluido en este sistema todo el personal afectado a los establecimientos educativos pertenecientes a estas mismas entidades.

Este novedoso mecanismo definió como eje vertebral del sistema a la AFA, que aplica a los clubes una alícuota del 6,50%, tanto actuando como agente de percepción sobre las transferencias de jugadores (derechos federativos, derechos económicos y rescisiones onerosas) y la recaudación por venta de entradas generales, plateas y palcos, como asimismo de agente de retención en los ingresos provenientes de la comercialización de los derechos de televisión.

Estos importes retenidos y percibidos se aplican a cancelar aportes y contribuciones de los subsistemas de la Seguridad Social, con excepción del concepto sobre Riesgos del Trabajo (Ley 24.557). En el caso específico del Régimen Nacional de Obras Sociales (leyes 23.660 y 23.661), no se cancela con la alícuota general anterior, sino a través de una retención independiente aplicable sobre el remanente de los valores nominales que por estos conceptos surjan de la declaración jurada presentada por cada empleador en el mes inmediato anterior.

La AFA y los clubes empleadores están además obligados a presentar su declaración jurada determinativa mensual de aportes y contribuciones como cualquier otro empleador (F. 931) pero sin determinar el importe a ingresar; la falta de cumplimiento en término de la presentación de esta declaración originará las sanciones dispuestas en la normativa vigente.

(*) Contador Público

Fútbol: pasión y gestión

Dra. Mónica Bouvet (*)
Gerente de Administración y
Control de la Asociación del
Fútbol Argentino

"El apasionado aspira siempre a más, como el coleccionista a quien siempre le falta una pieza esencial. La participación de los apasionados en círculos, redes, clubes, salones, etc., supone intercambios, conivencias, confrontaciones, en suma, un espacio comunitario donde ser reconocido. Y esto supone a su vez, con frecuencia, oposiciones y conflictos, sobre todo frente a quienes combaten la pasión sostenida, como por ejemplo los adversarios de la protección de los animales, de las medicinas dulces, o de mi equipo de fútbol favorito."¹

La pasión es sin duda una característica distintiva en el fútbol. Ante esta pasión generada en la hinchada, en los socios y en los seguidores, el dirigente siente muchas veces una gran presión. Esta presión suele transformar en prioritario el éxito deportivo.

Cuanto más elevado es el nivel de competencia de los clubes, más expectativa se genera sobre el resultado de los partidos. Las tablas de posiciones de los campeonatos y las tablas de descenso adquieren mayor relevancia y la gestión se orienta, casi exclusivamente, al éxito deportivo.



Para paliar parte de estos inconvenientes derivados de este fenómeno, se vienen dictando normas a través del consenso entre la entidad madre del fútbol argentino, los clubes y el Estado:

- Cuando la Ley 24.622 incorporó al Sistema Integrado de Jubilaciones y Pensiones a los jugadores de fútbol profesional, se dictó el Decreto 1212/03 y la RG AFIP 1580, que establecieron para los jugadores de fútbol una renta de referencia para su categorización en la Seguridad Social. Estas normas establecieron también un sistema especial de pago de las obligaciones de la Seguridad Social a través de retenciones sobre derechos de televisión y

percepciones sobre recaudaciones y transferencias de jugadores.

- El Convenio celebrado entre la AFA y Futbolistas Argentinos Agremiados en el año 1982 estableció un sistema de retención y pago de la obra social y cuota sindical de los jugadores a través de la institución madre.
- La Resolución AFIP 81 del año 2005 estableció un sistema de información de la AFIP hacia la AFA sobre las obras sociales impagas y un sistema de retención para efectuar el pago de las deudas que se generaran.
- La Resolución AFIP 2287 del

¹Christian Bromberger, "Pasiones Ordinarias" <http://www.efdeportes.com>, revista Digital- Buenos Aires, año 7 - N° 41 octubre 2001.

(*) Contadora Pública



Atenas logró exportar un modelo profesional de dirigente

Dr. José Arnoletto (*)

*Presidente del Consejo Profesional de Ciencias Económicas de Córdoba
Ex presidente y actual tesorero del Club Atenas*

Atenas, el club modelo del básquet argentino, tiene un presupuesto anual que incluye los ingresos por auspiciantes, venta de entradas proyectadas, cuotas sociales, gastos de estructura de la institución y las mejoras previstas.

CONSEJO ¿Qué rol tiene el deporte en su vida como profesional en ciencias económicas?

J. ARNOLETTO El deporte siempre ocupó un lugar preponderante en mi vida tanto personal como profesional. Me dediqué a él en mi época de estudiante; pude canalizar así, a través de la práctica activa del mismo, las tensiones que surgen por las presiones de los exámenes.

Luego de graduado tuve la posibilidad de continuar practicándolo, lo que me sirvió para expandir mis relaciones, relacionarme con otros colegas que practican deportes y así vincularme con el Consejo Profesional también, en el que participo como jugador en las Olimpíadas Nacionales y Regionales desde 1995.

El deporte en general, y aún más el deporte colectivo, permiten desarrollar fortalezas en trabajo en equipo, respeto por los demás, responsabilidad para asumir compromisos y



solidaridad, valores que han sido de fundamental importancia en mi vida profesional.

Atenas de Córdoba es un lujo no sólo en lo deportivo, sino en lo institucional. ¿En esa fórmula tiene que ver el hecho de ser conducido por profesionales?

El club Atenas, al que primero me vinculé como jugador y luego como dirigente, siempre fue conducido con un sentido empresario por profesionales que, tanto en sus actividades particulares como en el Club, supieron equilibrar la solvencia económica de los proyectos emprendidos y su consolidación institucional sin perder de vista los éxitos, en este caso sociales y deportivos.

En la conformación de los planteles siempre se buscó un equilibrio entre las aptitudes deportivas de técnicos y jugadores y sus condiciones personales, buscando que nuestro públi-

co y los anunciantes se identifiquen con la calidad humana de nuestro plantel tanto como con sus calidades técnicas.

Asimismo, antes de las contrataciones de jugadores se elabora un presupuesto anual que incluya los ingresos por auspiciantes, venta de entradas proyectadas, cuotas sociales, a los que se restan los gastos de estructura del Club y las mejoras previstas para hacerse en el año, y sólo con el remanente se arma el equipo deportivo profesional. Nunca se firma un contrato sin la seguridad de que pueda pagarse; los directivos firmamos avales personales para participar de los torneos, para los contratos de alquiler de viviendas, y eso nos compromete a ser austeros.

¿Por qué algunos clubes de básquet fracasan en el desarrollo institucional y otros no? ¿Los primeros fracasan en la contratación de los jugadores?

Cada club tiene una estructura distinta. Existen clubes con muchos socios, un arraigo fuerte en su comunidad y participación principal en otros deportes, donde el básquet es una actividad secundaria. En éstos el básquet tiene apoyo algunos años, y se destinan recursos más por el gusto de algún dirigente aficionado a este deporte que por convicción. Así los proyectos suelen no tener continuidad y, si bien a veces se logra éxito deportivo, no consiguen arraigar el básquet entre sus asociados.

Otros clubes se formaron o impulsaron por apoyos gubernamentales, que suelen ser cortoplacistas y de un exitismo absoluto; no hay lugar para proyectos autosustentables, no desarrollan divisiones inferiores, no promueven la cantera de jugadores, ya que esto no trae resultados deportivos rápidos. Esto habitualmente lleva al desmantelamiento de la estructura en cuanto el apoyo económico oficial disminuye. En nuestra Liga Nacional es conocido este tipo de proyectos que duraron algunos años. Otros actualmente florecen y sin dudas surgirán otros nuevos. Estos proyectos suelen causar daño, ya que por disponer de "plata dulce" suelen elevar las cotizaciones de mercado de los contratos de jugadores y técnicos, lo que dificulta los presupuestos de quienes no cuentan con esos apoyos.

El tercer grupo de clubes es aquel en el cual el básquet está en la génesis de la institución. Se respira básquet, se trabaja fuertemente en divisiones inferiores en el desarrollo de nuevos valores que, además de la búsqueda de éxito deportivo, logran contener dentro de un club muchos chicos que, si no, estarían en las calles o detrás de una computadora o de la TV.

¿Han recibido consultas de otros clubes pidiendo consejos sobre la orientación profesional que se

aportó a la conducción de Atenas?

Atenas siempre ha sido semillero de directores técnicos, de jugadores y también de dirigentes. Una de las experiencias más lindas fue la relación de Atenas con el Club de Regatas de Corrientes, a donde diez años atrás marchó un grupo de dirigentes, técnicos y jugadores a colaborar en el desarrollo del básquet en dicha provincia. Hoy, con orgullo, Regatas compite en la Liga Nacional, fue Campeón de la Liga de las Américas y posee un interesante desarrollo de jugadores locales.

También fuimos convocados hace dos años por el club Instituto de Córdoba para colaborar en su desarrollo comercial, y mucho orgullo nos da verlos cercanos al ascenso del Nacional B de fútbol a la primera división y observar que muchos de sus jugadores son producto de su cantera. Asimismo, en el básquet llegaron a las instancias finales del Torneo Federal y estarán sin dudas compitiendo en los torneos nacionales por muchos años más.

Son varios los ejemplos de consultas acerca de nuestro modelo dirigencial en clubes del interior de nuestra provincia, y con orgullo colaboramos en lo que se pueda.

¿Promueven en el club la formación profesional de los deportistas?

Para que un jugador de las inferiores pueda residir en el albergue de jugadores debe estar estudiando. Tenemos un seguimiento muy cercano en esto, ya que lamentablemente sabemos que son muy pocos los que podrán triunfar económicamente en el deporte, y nuestra misión es preparar integralmente a los deportistas. Tuve la suerte de jugar en la primera división del Club hasta los 38 años y entrenar con jóvenes de la mitad de mi edad. Esto permite transmitir con el ejemplo que se puede hacer más de una cosa en la vida y no sólo dedicar las 24 horas al deporte.

Como ejemplos destacados de formación integral, nuestros jugadores que han emigrado a Europa o a Estados Unidos lo hicieron manejando el inglés con fluidez. Muchos son profesionales de medicina, ciencias económicas, abogados, ingenieros, técnicos, *managers* de jugadores y han ejercido diversos oficios, donde, al tiempo de haber dejado el básquet, han demostrado ser exitosos en sus carreras profesionales, con excelentes condiciones para trabajar y liderar equipos y, fundamentalmente, son buenas personas.

(*) *Contador Público*



El Dr. José Arnoletto, cuarto arriba desde la derecha, participando de la emotiva despedida al basquetbolista Miguel Cortijo

La deseada Copa Davis

Luis Ignacio Criscuolo
Director General de
HavasSports Argentina S.A.

La Copa Davis nació en el año 1900 como una competición deportiva entre los Estados Unidos y el Reino Unido. Actualmente, es la competencia anual por equipos más importante del mundo con 130 países registrados en el año 2011. El propietario de los derechos comerciales de la Copa Davis es la International Tennis Federation (ITF), que delega en el país anfitrión la organización, producción y comercialización de dicho evento.

La Argentina participó por primera vez de la Copa Davis en el año 1921 y a la fecha ha alcanzado las instancias finales en cuatro oportunidades: 1981 (vs. EE.UU.), 2006 (vs. Rusia), 2008 (vs. España) y 2011 (vs. España). De estas cuatro finales, la Argentina sólo disputó una como local, en Mar del Plata, contra España, a fines de 2008. Lamentablemente, aún no hemos podido ganar la Copa Davis. Sin embargo, el fixture 2012 se presenta muy favorable para la Argentina, que este año ya venció a Alemania como visitante en primera ronda y a Croacia como local en cuartos de final. Del 14 al 16 de septiembre, la Argentina enfrentará a República Checa en Parque Roca por las semifinales de la Copa Davis y, de ganar dicho duelo, accederá por quinta vez en la historia a una final de Copa Davis contra España o EE.UU., con la particularidad de



que, cualquiera sea el rival, el partido decisivo tendrá lugar en Buenos Aires del 16 al 18 de noviembre.

Cuando la Argentina juega como local, la Copa Davis es el activo más valioso que tiene la Asociación Argentina de Tenis, quien, desde comienzos de 2009, designó a HavasSports Argentina S.A. como su agente comercial, de marketing y de comunicación exclusivo. HavasSports Argentina S.A. pertenece a la red global Havas Media, uno de los grupos de comunicación más importantes del mundo con presencia en 105 países y con más de 500 especialistas en deporte y entretenimiento.

En su carácter de agente comercial exclusivo de la Asociación Argenti-

na de Tenis y de la Copa Davis, HavasSports Argentina S.A. se ocupa tanto de la comercialización como de la producción integral de cada Copa Davis que tiene lugar en la Argentina; abarca desde las cuestiones relacionadas con el patrocinio hasta las vinculadas a la logística de traslado de los jugadores desde el hotel hasta el Parque Roca, ya sea para entrenamientos como durante los días de partidos.

La Copa Davis, además de una importante fuente de ingresos que le permite a la Asociación Argentina de Tenis continuar con el desarrollo de jóvenes tenistas que integran el semillero de futuros jugadores de la Davis, es una cuenta pendiente de todo el tenis argentino.

TENIS

Tenis para chicos con capacidades diferentes

Claudia Casabianca
Profesora y entrenadora

Cuando estaba embarazada de mi segunda hija, con panza de ocho meses, un grupo de chicos con capacidades diferentes me tocaron y besaron la panza. Desde ese momento me ocupé y preocupé de enseñarles tenis, y empecé a crear un sistema único de enseñanza por medio de la automatización de los golpes propios del tenis: *drive*, revés, volea, etc. Hoy, mi sistema está patentado.

Las clases de tenis para los chicos son grupales y los participantes se dividen en grupos de principiantes, avanzados y de competición. La inclusión del deporte en su vida es muy importante, y gracias a esta actividad los chicos han mostrado progresos significativos. El tenis los ayuda a coordinar cuerpo y mente, los estimula e incentiva, a la vez que logran experimentar satisfacciones personales.

Por mi tarea me fueron otorgados premios de Canal 9 y de Canal 2, y en 1999 fui nominada a mujer del año, además de recibir una distinción por mi trayectoria deportiva otorgada por el Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, entre otros premios nacionales e internacionales. Asimismo, soy voluntaria de las olimpiadas especiales de Miami, y tengo reconocimientos como mujer destacada de las municipalidades

TENIS - INCLUSIÓN SOCIAL



de San Martín y Vicente López.

La iniciativa, que comenzó como un proyecto pero con mucha pasión, fue decretada de interés deportivo por la legislatura de la Ciudad de Buenos Aires y por el Senado de la Nación. En este rubro fui pionera, y en la actualidad soy la única campeona mundial de tenis que se dedica a dar clases a chicos con capacidades diferentes.

Las clases se dictan en la provincia de Buenos Aires y en la Ciudad de Buenos Aires, pero realizo clínicas

de tenis por el interior del país. Hoy mis energías están centradas en llevar este proyecto a todo el territorio nacional y poder contribuir así a una sociedad sin diferencias.

Hace veinte años que doy clases de tenis para chicos con problemas mentales. Lo hago desde el corazón y siento que es una misión que me fue encomendada por Dios. Cada día doy gracias por poder hacerlo.

Administrar una institución federal requiere de liderazgo en la toma de decisiones y de una buena coordinación entre las distintas áreas operativas.

A portrait of a middle-aged man with short, grey hair. He is wearing a blue and white checkered button-down shirt under a dark, possibly black, jacket. He is looking directly at the camera with a slight smile. The background is a plain, light-colored wall.

ese sentido nuestra institución se encuentra a cargo de tres gerencias que encabezan las áreas deportiva, comercial-legal y administrativa.

tiene este deporte en la actualidad, tanto en su aspecto más conocido, que son los seleccionados nacionales, como en su actividad interna que tiene una variedad, volumen y ritmo de competencias que la colocan entre las más importantes del mundo en esta disciplina-, es imprescindible un manejo profesional y un fuerte liderazgo presidencial para la toma de decisiones en los largos períodos que median entre cada una de aquellas reuniones.

Con un órgano volitivo formado por personas que viven en lugares muy distantes entre sí, que se reúne una vez al mes -con la dinámica que

Este liderazgo se marca fundamentalmente en esa toma de decisiones, en la coordinación de las distintas

áreas operativas, en la relación con el resto del Consejo Directivo, con las entidades afiliadas -que en la actualidad son 36 de todos los rincones del país- y con los actores externos, así como con las entidades continentales y mundiales del deporte, el Comité Olímpico Argentino, el Gobierno Nacional, los *sponsors*, el periodismo, etc.

Para finalizar esta rápida reseña,

debo mencionar la necesaria infraestructura y el equipamiento para el desarrollo de toda esta actividad. La Confederación cuenta con una moderna y cómoda sede propia en el corazón de Buenos Aires, con equipamiento informático, de comunicaciones y de software que permiten la gestión descripta, el manejo de inventarios, y la obtención y almacenamiento de información del hockey de todo el país, fundamental para

la toma decisiones. Ha desarrollado también un sistema de capacitación por Internet, único en el hockey de América, que posibilita el aprendizaje y la actualización en las distintas actividades de este deporte para técnicos, preparadores físicos, árbitros, jueces de mesa, etc., desde su lugar de residencia, disminuyendo costos y ampliando el universo de receptores.

(*) *Contador Público Nacional*

RUGBY

Planeamiento estratégico e inserción mundial

Dr. Carlos Righi (*)
Socio del Estudio "RIGHI – AHUALLI Y ASOC." Contadores Públicos
Vicepresidente del Lomas Athletic Club

La incorporación de la Argentina en el Torneo Tri Nations implica una ardua tarea que requiere gran capacidad de gestión, de planificación, inventiva, análisis y ejecución.

El rugby argentino buscó durante décadas una competencia regular anual para su Seleccionado Nacional, conocido como Los Pumas, que le permitiera desarrollarse y continuar a la altura del resto de las potencias que componen el TIER 1. La Argentina era la única nación que solo competía en las llamadas ventanas de junio y noviembre jugando tan solo 6 partidos anuales, mientras que las restantes potencias jugaban no menos de 12, ya sea con el Tor-



neo de las Seis Naciones (Francia, Inglaterra, Escocia, Irlanda, Gales e Italia) o el Torneo Tri Nations (Australia, Sudáfrica y Nueva Zelanda).

Sin duda que el tercer puesto logrado en el Mundial de Francia 2007 aceleró los tiempos y dio el impulso que tanto se necesitaba. El cambio vino desde dentro de la cancha, desde el rendimiento, los resultados y lo que transmitió esa generación

dorada. Meses después de la finalización del Mundial se desarrolló el Foro Mundial de Woking. En ese foro se marcó claramente el camino a la Argentina en el sentido de que esa competencia regular que tanto se buscaba se debía encontrar en el hemisferio Sur, y hubo un compromiso mundial para colaborar con la Argentina en esa inserción.

Esa tarea se presentaba como com-

Económicas para escribir sobre la gestión en la Asociación Argentina de Golf (AAG), lo primero que vino a mi mente fue quiénes serían los destinatarios de la nota. Lo nuestro está vinculado con el deporte, pero en este caso los eventuales lectores serían profesionales tal vez no familiarizados con nuestra actividad. Espero que sea por ahora, porque adelanto mi intención de sumarlos a la familia de golfistas.

El nuestro es un deporte que se origina en Gran Bretaña hace unos cuantos cientos de años y se practica de modo bastante extendido alrededor de todo el mundo. Tiene varias virtudes: la caminata es muy buena para la salud y, salvo que uno sea una persona de un mal humor incorregible, es bastante gratificante. Se practica desde muy chico hasta muy viejo; se lo puede hacer solo, con amigos o con la familia; está al alcance de muchos y no es tan caro como comúnmente se piensa.

Para ser concreto diría que uno de los objetivos centrales de la Asociación en la actualidad es el crecimiento. En la AAG pretendemos tener una política proactiva en esa materia y creemos que hay margen para ser optimistas.

El alma y el sustento de nuestra Asociación son 320 clubes de golf y los golfistas que practican nuestro deporte. Los matriculados son un poco más de 54.000. Si esto fuera uniforme, nos da alrededor de 170 golfistas por cancha o club. Esto en términos industriales quiere decir que tenemos en la Argentina una importante capacidad instalada. Pero muy alejada de las ratios mun-

diales que hablan de más de 1.000 golfistas por cada 18 hoyos.

Es claro que a los clubes de golf en nuestro país se les hace muy difícil mantener la cancha y las instalaciones en condiciones adecuadas con la cuota de tan pocos socios (sobre todo, después de ver el Torneo de Maestros de Augusta en HD, los socios se han puesto más exigentes con las comisiones de cancha de sus instituciones).

El segundo aspecto que nos hace ser optimistas es el bajo porcentaje de jugadores. De los aproximadamente 60.000.000 de golfistas del mundo, la mitad es estadounidense. Saquen ustedes el porcentaje de golfistas sobre los habitantes. Nueva Zelanda, un país parecido al nuestro, tiene aproximadamente 4.000.000 de habitantes y casi 400.000 golfistas: un porcentaje increíble cercano al 10%. En la Argentina no llegamos al 1,5 por mil. Si crecemos 6 veces, podremos llegar al 10% de los países desarrollados en golf.

¿Cuál es la conclusión del Consejo de la AAG al ver esta situación? Que la inversión en campos de golf ya está hecha y que el mundo nos dice que hay un crecimiento del deporte y en particular del golf.

Programas como “Acercate al Golf con Ángel Cabrera”, o los llevados a cabo por las 9 Federaciones a lo largo de todo el país, están en marcha, y confiamos en recoger sus frutos en un futuro no lejano.

Nuestra gestión está profesionalizada a través de una Dirección Ejecu-

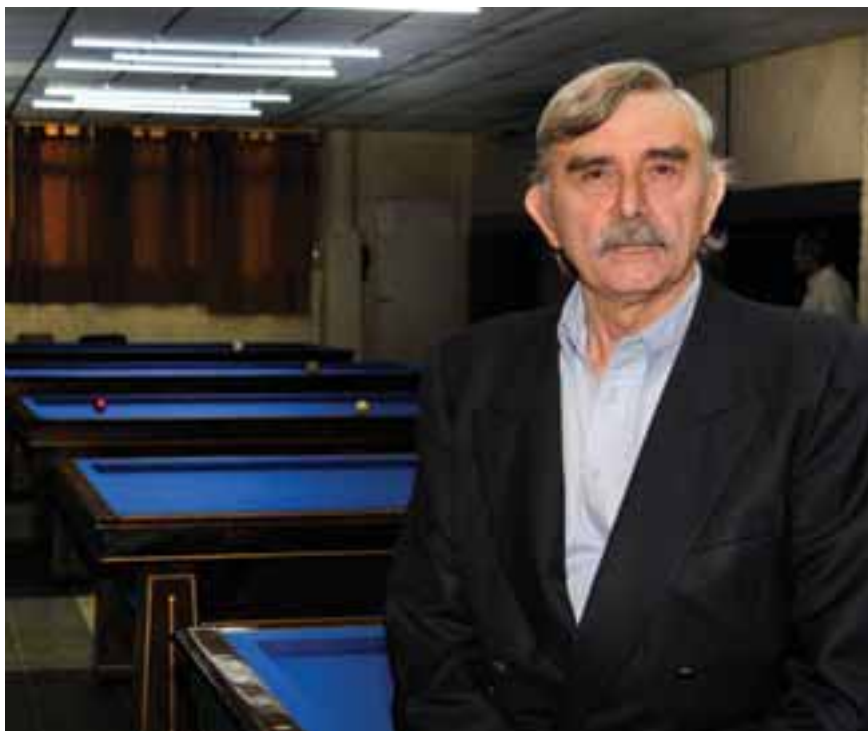
tiva y 5 Direcciones que cubren las distintas áreas. La Dirección marca las políticas, la estrategia y hace el seguimiento. Las distintas Direcciones -campeonatos, reglas, escuela, canchas e Instrucción Disciplinaria- tienen a su cargo los aspectos deportivos y reglamentarios.

Estimado Profesional, si todavía no lo ha hecho, concurra a un driving range o a nuestro campo público de Villa Adelina y pruebe con unos tiros de práctica. Luego contrate un profesor para jugar 9 hoyos. Seguramente se entusiasmará y encontrará un club a su medida y conveniencia cerca de su domicilio. Si estas palabras le llegan, es probable que los fines de semana empiece a llevar menos trabajo a casa.



Práctica y difusión del Billar

*Ing. Agr. Julio Villarruel
Vicepresidente de
la Federación Metropolitana de
Billar
Presidente del Augusto Vergez
Billar Club*



El juego de billar se compone de distintas especialidades. De todas ellas, la modalidad más destacada hoy en día es la de billar 3-bandas; es la más jugada en todo el mundo por ser la que concita el mayor interés del público aficionado y de los jugadores que la practican a nivel competitivo. Esta difusión ha permitido que los fabricantes de materiales y equipos se transformen en *sponsors* comerciales de torneos y jugadores; estos últimos, al profesionalizarse, han elevado el nivel de juego al punto de hacerlo cada vez más atractivo para el aficionado.

¿Qué es lo que hace atractivo al billar 3-bandas? En primer lugar hay que decir que es un juego de técnica, al igual que el tenis o el golf, por ejemplo. Es fundamental la forma de enfrentar la bola, la posición del cuerpo, la presión de una mano en el taco y de la otra sobre la mesa, la sincronización del movimiento previo al golpe, etc. Al igual que un buen jugador de tenis que se destaca por su golpe de *drive*, de revés o de saque, el buen jugador de billar lo hace por la técnica sistematizada en la ejecución de los distintos golpes.

La técnica de juego tiene dos componentes básicos: la ejecución y la teoría. La ejecución es el más importante porque es función de las variables técnicas del aprendizaje, perfeccionadas a través del tiempo por la experiencia de juego y adaptadas a las características que son propias de cada jugador.

También es fundamental conocer el recorrido de la bola jugadora conforme a los distintos efectos que se le imprimen y a la altura en que se la impacta. Este conocimiento del comportamiento de la bola de acuerdo con el punto de impacto resulta complementario de la técnica de ejecución.

La teoría consiste en conocer el recorrido natural de la bola dadas determinadas características de ejecución. Se usa en el cien por ciento de los casos en que se tiran lujos y en muchos otros casos de posiciones determinadas. Hay disposiciones de

las bolas sobre la mesa que conforman posiciones típicas o frecuentes, a las cuales se les adjudica una denominación: manicera, cabecera corta, cabecera larga, pase de bola, española, renversé, etc.

La Federación Argentina de Aficionados al Billar (FAAB), conformada en 1937 y asociada a la Confederación Panamericana de Billar y a la Unión Mundial de Billar, es el organismo rector de la práctica del juego y la organización de competencias nacionales e internacionales.

La FAAB ha designado al Augusto Vergez Billar Club (AVBC), sito en el barrio de Coghlan, Academia oficial de enseñanza del juego del billar en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, dada la importante trayectoria de esta institución en la práctica y difusión del juego.

TEMA CENTRAL

El Augusto Vergez Billar Club tiene 30 años de historia y posee una de las mejores salas de juego del país. Son siete mesas equipadas con los mejores materiales, calefacción en la cama y bandas, tableros electrónicos, iluminación LED, sala climatizada y servicio de *buffet* perma-

nente, de lunes a domingo incluido. Se practica el billar de 3-bandas pero se recomienda a los principiantes iniciarse en la práctica del billar de carambola simple. El AVBC es participante activo del Programa de Clubes de Barrio del Gobierno de la Ciudad, y sus mejores juga-

dores compiten a nivel nacional e internacional. El Club también tiene una importante sala de ajedrez y otra sala de juegos de naipes y de mesa. Las clases son dictadas por profesores recomendados por la FAAB, con precios promocionales, y son individuales y grupales.

El Augusto Vergez Billar Club se encuentra en Freire 3151, Coghlan, CABA. Teléfono 5354-5332 y 1541887797. El horario es de lunes a jueves de 12 a 22; viernes de 12 a 2 a.m.; sábado y domingo de 12 a 21:30.

MARKETING DEPORTIVO

¡Hay que marcar!

Lic. Guillermo Ricaldoni
Marketing & Commercial Director
de IMG Argentina

Siempre es necesario marcar. La pelota en el *green*, la defensa al delantero, con buenos *tackles*, el pique en polvo de ladrillo, al pivot en básquet. Pero con eso no alcanza. Hay que “marcar” a fuego la mente del consumidor, y que los deportistas, eventos y equipos deportivos se conviertan en verdaderas marcas y sean recordados por el público y las empresas para un sponsorship de excelencia.

¿Cómo puede medirse la importancia de un evento deportivo? Por su historia, por el público que convoca, por la difusión publicitaria que realiza, por la repercusión en medios -incluyendo la televisión-, por el volumen de negocio que genera, por su cantidad y calidad de sponsors, por la trascendencia de los deportistas que participan, por la relevancia de ese deporte en sí mismo, por la excelencia de su implementación.



Por todo esto se puede equiparar peras con manzanas. O mejor aún, palos y pelotitas con tacos y bochas, balones ovalados, pelotas naranjas, raquetas, o el deporte que más le guste al lector. Lo invito a un repaso de cada punto y podrá entender que cada uno de ellos en sí mismo influye en la consideración por sí solo tanto como el análisis integral.

Si bien con ciertas particularidades, el *marketing* deportivo no es ni más ni menos que la aplicación a un *target* específico de las técnicas y acciones del *marketing* en general. Quizás el mayor diferencial del deporte es la pasión. La pasión que generan los colores del club, o bien el orgullo nacional tanto como del

público en ver a sus deportistas preferidos con la esperanza de triunfo. Y tanto hace el *marketing* por el deporte que esos deportistas ya han pasado las barreras del campo de juego. Ya son considerados celebridades al nivel de modelos y actores.

Si les digo que imaginen un deportista de color con un cap negro de Nike, no hay muchas opciones para no pensar en Tiger Woods. Un tenista (también de Nike) con remera sin mangas y pescadores será Rafa Nadal. O bien, un golfista puede ser más conocido por su apodo de superhéroe: Camilo Spider Man Villegas. Por otra parte, las marcas también siguen a sus deportistas e intentan que los fanáticos que siguen sus

¿Alcanza con eso solamente? No. Tenemos las piezas, pero falta el motor: la marca (*brand* en inglés). Sin el *branding* el *marketing* carece de cuerpo, como un vino Escorihuela Gascón o Rutini, que es de gama superior. O un Omega o un Rolex, que son más que un simple reloj. O Peugeot, ya que por su posicionamiento superior la gente está dispuesta a pagar más dentro de su categoría. El *branding* es la propia construcción de la marca. Y la marca es lo que diferencia a las empresas, los productos y servicios entre sí. E incluso a los países. Por eso, la Marca País o Marca Argentina utiliza estas técnicas, porque al fin de cuentas un bife o vino argentinos, como un reloj suizo o un auto alemán, en la cabeza del consumidor es mejor. Eso es un trabajo de mucho tiempo de posicionamiento. Si hasta el carnaval carioca es más divertido que el de Venecia.

Dime con quién andas...

¿Todo para qué? Para invertir en ese lugar, sea en diversión o por trabajo. Tanta penetración tienen las marcas en la memoria cognitiva que la asociación psicológica ha hecho de varias ciudades una verdadera marca. El deporte motor tiene una disciplina que es el *rally* y, dentro de él, el famoso París-Dakar sigue haciendo historia. ¿Ah, no? ¿No se corre más desde París? ¿Tampoco a la ciudad de Dakar en África? ¿Es en la Argentina y Chile? ¿Y por qué le siguen diciendo el Dakar 2012? Es que es tanta la asociación, que Dakar se convirtió en marca e incluso muchos creen que Dakar es un deporte.

Pongamos los conceptos en perspectiva: un evento con tradición hace que vayan grandes deportistas. Por otro lado, si está bien organizado y van las figuras al evento, la televisión querrá tenerlo en su pantalla. Si a eso se le suma una buena difusión (periodística y publicitaria), el público concurrirá en gran cantidad a ese lugar divertido y organizado,

a sentir la pasión por ese deporte y a tener a su ídolo cerca. Ese público en la cancha y esos seguidores del evento en los medios (gráficos, TV, celulares, Internet, twitter, facebook, blogs o la plataforma de comunicación que prefiera) son todos potenciales consumidores de productos y servicios. Entonces es tan sencillo como encontrar el precio justo (viejo eslogan de McDonald's antes de cambiar por “me encanta”), por el cual las marcas están dispuestas a invertir en ese evento.

¿En cualquier evento? No, en el evento exacto donde están los consumidores actuales y/o potenciales de mi marca. Por eso, las automotrices y las petroleras deben estar en los deportes motor más que en otro: para mostrarse en su campo de juego.

¿Qué deben mirar las empresas para invertir en deporte?

Nada en particular y todo al mismo tiempo. Lo primero que hay que hacer es mirar la propia marca hacia adentro. Mirarse hacia adentro como una introspección. Una vez que sabemos cómo es nuestra marca, pero fundamentalmente qué objetivos estratégicos de *branding* busca, se podrá empezar a recorrer el camino de saber si el Sports marketing es uno de los canales a elegir en el momento de la elección dentro del plan de marketing. Una vez aceptado esto, o pasada esta barrera, llega el momento de decidir por el deporte en que estará nuestro logo. Y luego, otra de las decisiones difíciles: asociarse a un evento (Mundial, Juego Olímpico, torneo, campeonato, regional, nacional, o la categoría que tenga), asociarse a un equipo (club), o bien a deportistas. Siempre se buscarán

parte o todos estos objetivos: visibilidad de marca, segmentación en el *target* específico (o masividad cuando se trata del fútbol, o eventos de alcance mundial), posicionamiento en la mente de esos consumidores o líderes de opinión, y obviamente que todo esto redunde en un *branding* aún más poderoso y/o un aumento de ventas. Así de sencillo. O no. Marketing es opinable. No es matemática. Pero los casos exitosos son de los que saben y los que tienen pasión. Más aún en deporte.

Al fin de cuentas, el objetivo principal de las empresas comerciales (eliminamos ONG y otras sin fines de lucro) es ser rentables, maximizar las ganancias y, si es posible, sostenerlo en el tiempo. Pero, en definitiva, alguien compra y consume, y este es el último paso de la cadena comercial. Para que eso ocurra, las empresas tienen que decirle a través de la promoción y la publicidad: tengo este producto, a este precio, en este lugar. O mejor aún, que busque las novedades y se convierta en fa-

nático de la marca. Pero si se investiga sobre cuál es la misión principal del marketing, se van a llevar una sorpresa: es maximizar el valor de la acción (de la acción de la empresa, su cotización). En esto, el branding es fundamental para que productos y servicios tengan cada vez más valor. Para que los consumidores quieran comprar. Y vuelvan a comprar una vez más, y otra, y otra. Ya lo dijo Unicenter: lo importante no es que vengan, sino que vuelvan.

MANAGEMENT DEPORTIVO

Con voluntad y pasión no alcanza

Dr. Daniel Rosamilia (*)
Docente Universitario de
Management Deportivo

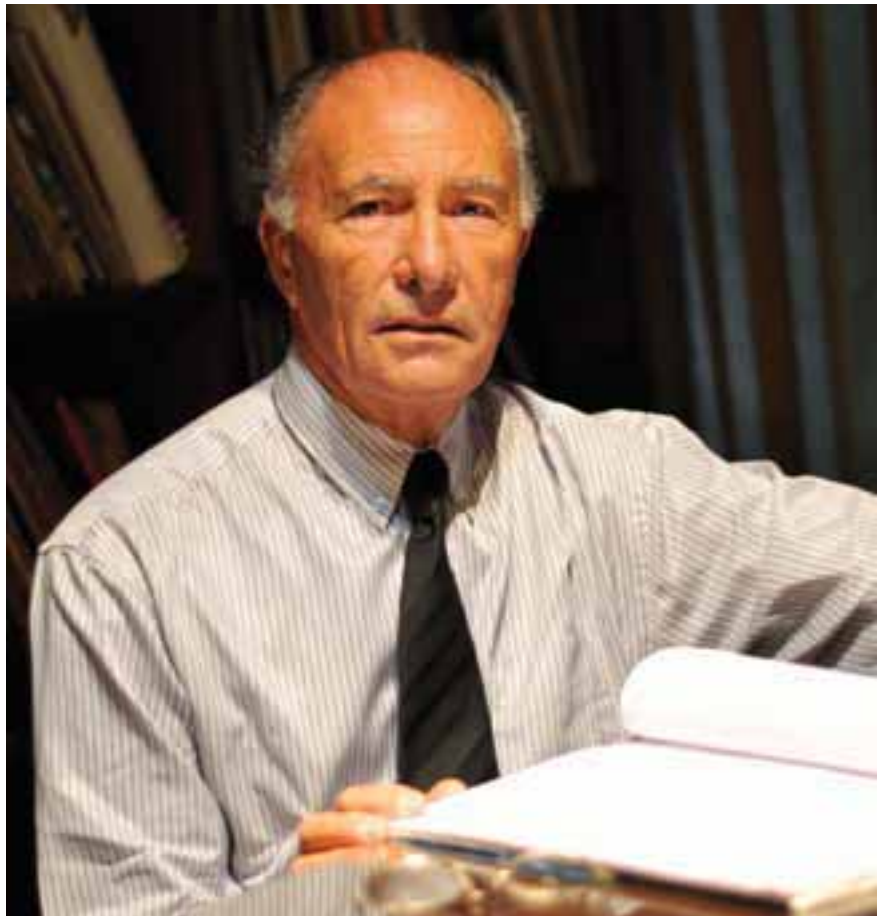
Tiempo atrás tuve la oportunidad de moderar una charla en el **Consejo Profesional de Ciencias Económicas** sobre entidades deportivas, particularmente clubes de fútbol. Como orador, estaba presente un dirigente de una importante institución, “cuna” de muy buenos conductores deportivos. En su alocución, el dirigente describió conceptos tales como:

- Coherencia, racionalidad y continuidad.
- Sucesivas camadas de dirigentes deportivos que acompañan con aportes e “ideas”.
- Política de Estado: la no intermediación en el fútbol profesional.
- Coherencia y mantenimiento de una misma línea en el manejo de la



El Planeamiento como gestión estratégica, un gran ausente en nuestros clubes deportivos

Arq. F. Antonio Pérez
Exvicepresidente y presidente del
Club A. Vélez Sarsfield.
Exsecretario y vicepresidente de
la Confederación Argentina de
Deportes.
Expresidente del Consejo del
Deporte de la Ciudad de Buenos
Aires.
Autor del libro El Deporte Virtual.



Como dirigente deportivo he transitado durante más de treinta años por todos los estamentos posibles dentro de asociaciones civiles sin fines de lucro -es decir, mi club, la AFA, federaciones y confederaciones deportivas- y he visto desde mis inicios como dirigente de mi club, y con la sola excepción de José Amalfitani (presidente histórico), la significativa ausencia de dirigentes que gestionen clubes -especialmente aquellos con fútbol profesional- con conceptos de planificación y con estrategias institucionales: desde la planificación macro hasta cada uno de los departamentos deportivos o culturales o subcomisiones. Muchas veces el fútbol profesional gobierna más con sus resultados deportivos que con estrategias planificadas.

Es muy difícil que con dirigentes que normalmente renuevan mandatos cada tres años podamos pensar en *master plan* y en planes reguladores, ya que es muy difícil de concretar la continuidad en el tiempo de una planificación que abarque más de una o dos gestiones.

Por mi formación profesional, el estudio universitario del Planeamiento Urbano fue sin duda el que me aportó los conocimientos académicos, y el dirigir la construcción de mis proyectos sobre la base de la elaboración de planos y planes me educó en la estrategia y en el desarrollo de la planificación.

Hoy, quienes dirigimos desde estas ideas comprendemos que una planificación amplia y abarcativa debe ser

revisada y regulada casi constantemente desde los planes directores y a través de planes reguladores de alternativas y estrategias distintas; para adaptarlos a los cambios, exige buena solvencia técnica y mayor riqueza profesional que hace treinta años.

El mundo, la Argentina, la economía, el deporte y la gente cambian. Así, el club y sus dirigentes deben saber cambiar, monitoreando la planificación y las estrategias. Todo nos obliga hoy a tener, por ejemplo, alternativas de infraestructura flexibles. El uso de los mismos estadios para el deporte y para el *show*, campos de deportes para la competencia y para la educación, los impactos ambientales, todo ello hace que hoy hablemos distinto que hace treinta años.

TEMA CENTRAL

Por todo lo dicho, y sin ninguna duda, creo que hoy debe existir, junto a una comisión directiva de dirigentes políticos de un club, una plataforma de profesionales especializados en planeamiento y estrategias que operen los proyectos acordados y definidos por los dirigentes políticos, y que lleven adelante, den cumplimiento y controlen la gestión de esa planificación y su estrategia de aplicación para el cumplimiento de esos planes. Ellos les darán continuidad profesional a los procesos políticos que cambian a los tres años. Serán la garantía del cumplimiento de las

ideas macro y no de los mini planes para salir campeones o para no perder una categoría deportiva.

Casi como en una empresa, en la actualidad cada club debe encontrar en la profesionalidad de la gestión la continuidad de los procesos de desarrollo proyectados. A partir de esa idea, profesiones como las Ciencias Económicas o la Arquitectura permiten por formación incorporar profesionales aptos para estos procesos. Esto es algo que hemos manifestado en varios encuentros y charlas desarrollados en el Consejo

Profesional de Ciencias Económicas. Quizás esos profesionales deban hacer cursos intensivos de aprendizaje de: ¿qué es un club?, ¿cómo funciona?, ¿cómo opera?, ¿a quién sirve?, ¿cuáles son sus objetivos como asociación civil? Estoy seguro de que gestiones dirigenciales apuntaladas técnicamente desde esas posiciones profesionales comprenderán mejor el valor de la planificación y estarán más cerca del cumplimiento de sus planes y sus estrategias por más grande o más pequeña que sea la escala de esa institución.

POLÍTICA UNIVERSITARIA

El deporte logra la permanencia de más jóvenes en la UBA

Prof. Emiliano Ojeda
Coordinador General de Actividades Deportivas de la Universidad de Buenos Aires

Entendemos el deporte como un bien cultural que aporta a la integración social y el desarrollo humano y, como tal, un derecho inalienable de todas y todos los argentinos, ya que, como política de Estado, permite transmitir principios fundamentales de ciudadanía y fomentar valores sociales, culturales y educativos, tales como la formación de hábitos saludables, la mejora de la calidad de vida, la integración a una institución, la participación activa, etc.

"El deporte no es sólo una pasión



y un divertimento, sino que es también una herramienta de las más eficaces en la inclusión, de las que dispone un gobierno", decía el Secretario de Deportes de la Provincia de Buenos Aires, Alejandro Rodríguez, durante una entrevista.

Cumplido ya un año de gestión en la Coordinación General de Actividades Deportivas Universitarias de la UBA, seguimos trabajando a

diario para garantizar este derecho a los estudiantes universitarios y a la comunidad educativa en general. El acceso a esta pasión y a este divertimento es fundamental para el desarrollo integral de las personas. Aún más: nos enorgullece hacerlo, y con ello marcar una tendencia desde la institución educativa más importante de la región.

En ese sentido, los datos son por

TEMA CENTRAL

demás generosos. Por lo menos, así lo indica el relevamiento que realizamos sobre el impacto de las actividades realizadas durante nuestro primer año al frente de la Coordinación: con 4.500 estudiantes, graduados, docentes y no docentes participando de los torneos abiertos; 2.200 en Interfacultades, donde participan las 13 Facultades más el CBC en 15 disciplinas; aumentamos un 20% el número de socios que participan de las actividades ofrecidas en el campo de deportes y crecimos sustancialmente en el ámbito del deporte representativo, en el que prácticamente duplicamos la cantidad de participantes, garantizándoles a todos una práctica de calidad en las instalaciones ubicadas en Ciudad Universitaria; hockey, vóley, handball, básquet, fútbol, fútbol, atletismo, nos incorporamos a Fútbol Femenino en la AFA; abrimos judo, ajedrez, rugby, y seguiremos ampliando.

Por decisión política del Rector Rubén Hallú, quien nos acompaña y brinda un gran apoyo en la gestión dándole valor al Deporte Universitario, incorporamos 240 horas docentes para regularizar el Programa “Entrá a la UBA de la mano del Deporte” para los colegios secundarios, que son nuestra base. Aumentamos las vacantes del Programa “Vacaciones en la UBA”, con una participación de 1.000 chicos de 3 a 17 años, y un crecimiento del 50% sobre la participación de los últimos años.

También comenzamos los Programas “Deporte y Discapacidad”, “UBA Corre”, “Biblioteca Deportiva”, “Jornadas de formación de Dirigentes Deportivos” y agregamos cursos de capacitación. Mejoramos

la comunicación cambiando el sitio Web www.deportes.uba.ar; abrimos Twitter @ubadeportes, Facebook y boletines informativos.

Como militantes de un proyecto transformador e inclusivo que empezó en 2003 con Néstor Kirchner, quien supo reivindicar el papel de la política en pos de pensar una sociedad más justa y solidaria, y logró interpelar a la juventud para que se sienta protagonista de una época de cambios, desde la gestión estamos marcando una agenda no sólo para el deporte universitario, sino también poniendo a la Universidad de Buenos Aires en un rol protagónico en relación con la comunidad; la utopía estaría casi cumplida si a través de esta potente herramienta como es el deporte logramos garantizar el acceso y la permanencia de más jóvenes en la UBA a través del área de extensión comunitaria de UBA DEPORTES, desde la cual implementamos “La UBA en los Barrios de la mano del Deporte” y proyectos de voluntariados para vincular a la comunidad universitaria con los sectores populares donde hay situación de vulnerabilidad socio-económica. Estos programas son la garantía del derecho a una práctica deportiva de calidad para los jóvenes y chicos de distintos barrios de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, que de otra manera no tienen acceso a ella. También articulamos con organizaciones e instituciones barriales (los clubes de barrio son la base del deporte) y vinculamos sus necesidades concretas con las áreas de conocimiento que desarrollan los estudiantes voluntarios de la UBA.

Sostener este proyecto y poder pensarlo a largo plazo representa un gran desafío para esta gestión. Que-

remos seguir afianzando las nuevas propuestas y continuar construyendo políticas deportivas sustentables. Gestionar es hacer que las cosas ocurran: en eso estamos.



Jurisprudencia Tributaria

Dra. TERESA GÓMEZ

Especialista en Derecho Tributario
Facultad de Derecho UBA

LEY PENAL MÁS BENIGNA POR AUMENTO DE LOS MONTOS LEGISLADOS COMO CONDICIÓN PARA INCURRIR EN EL DELITO



hay contraprueba que, de momento, desmerezca esta conclusión.

“La Independencia S.A. de Transportes” no ingresó al erario público los aportes previsionales derivados de las declaraciones juradas presentadas ante la AFIP (período noviembre de 2006 a junio de 2008 y agosto de 2008, y los antecedentes del caso revelan, con alta probabilidad, que junto al efectivo pago de los sueldos a los empleados se habría operado la retención de ley destinada al régimen de seguridad social, porque a esas fechas la empresa continuó el giro de la explotación comercial, hasta que la autoridad dispuso el 8 de octubre de 2008 la inhabilitación para la prestación del servicio. Y este panorama ilustra sobre una abultada deuda previsional

Por otra parte, el comportamiento omisivo del administrado, que no presentó las declaraciones juradas respectivas y así ocultó a la autoridad la carga fiscal derivada del régimen de seguridad social cuando existía la obligación legal de hacerlo, se revela a primera vista, y en el marco general de la investigación, como una conducta ardidosa y, en consecuencia, de relevancia típica.

Asimismo, se analizó la situación patrimonial de los responsables actuales y pasados de la sociedad, arribándose a la conclusión de que sus directivos, actuales y pasados, poseen importantes acreditaciones bancarias. No obstante las perma-

Causa: “ARANGUREN RICARDO Y OTROS s/inf. LEY 24.769”

Tribunal: Cámara Federal de San
Martín – Sala II – Sec. 2º

Magistrados: Daniel Mario Rudi, Alberto Daniel Criscuolo, Hugo Daniel Gurruchaga.

Fecha: 13/3/2012

NOTA: LA PRESENTE CAUSA ES POSTERIOR AL DICTADO DE LA RESOLUCIÓN 5/12, QUE FUERA FIRMADA POR EL ENTONCES SR. PROCURADOR GENERAL DE LA NACIÓN, DR. ESTEBAN RIGHI, EL 8 DE MARZO DE 2012

RESUMEN DE LA CAUSA

El juez instructor dispuso el procesamiento de 31 personas. Siete de ellas, Ricardo, Genaro, Ronaldo, Julio, Mario, Osvaldo y Pablo, en orden al artículo 8 de la Ley 24.769, evasión agravada respecto de los recursos de la seguridad social¹. En cuanto a 24 de ellas, Juan Carlos, Roberto, Jorge, Sabino, Sergio, Gustavo, Gustavo Federico, Adrián, Ariel, María Elena, Hernán, Javier.

Augusto, José María, Juan Antonio, Carlos, Marcelo Gustavo, Gabriel, José, Edgardo, Josefina, Pablo, Marcelo, Silvia, se las procesó por el artículo 9° de la citada norma.

Las actuaciones llegan a la Cámara por apelación de las defensas técnicas; ello en función de los aumentos operados de los montos objetivos de punibilidad que, ahora, en el artículo 8° de la Ley 24.769 (modif. Ley 26.735) se elevan a \$400.000.

Los magistrados analizan el fondo de la causa y expresan que de la información pericial adquirida se colige que, para los períodos en que se contó con la documentación contable -hasta abril de 2004-, efectivamente se asentó el compromiso de pago de los sueldos a los empleados, lo que implicaría que la retención de los aportes previsionales efectivamente se realizó en esos supuestos. Este lapso temporal coincide con el tramo originario de la imputación (9/01 a 4/03, deuda \$ 2.959.146, 55), y no

¹ La prisión a aplicar se elevará de tres años y seis meses a nueve años cuando, en el caso del artículo 7º, se verificare cualquiera de los siguientes supuestos:

a) Si el monto evadido superare la suma de cien mil pesos (\$ 100.000) por cada período.

b) Si hubieren intervenido persona o personas interpuestas para ocultar la identidad del verdadero sujeto obligado y el monto evadido superare la suma de cuarenta mil pesos (\$ 40.000.-).

nentes dificultades económicas que la firma ha alegado en los últimos años, lo cierto es que sus principales directivos, en particular los que han ocupado la presidencia del directorio en los años objeto de la denuncia, poseen un cuantioso patrimonio y gozan de un elevado nivel de vida.

Además, el Ministerio de Planificación Federal, Inversión Pública y Servicios informa que La Independencia S. A. de Transportes ha sido beneficiaria del Sistema Integrado de Transporte Automotor (SISTAU) y desde diciembre de 2004 hasta agosto de 2008 le han correspondido acreencias por compensaciones tarifarias y sus regímenes complementarios de refuerzos; y estos guarismos alcanzan cifras millonarias.

El análisis conjunto y no troquelado de las evidencias nos advierte, en principio, sobre la presencia de conductas que *prima facie* poseen relevancia criminal, ante la sólida sospecha de que efectivamente los fondos retenidos y debidos habrían sido deliberadamente detraídos al fisco.

Este segundo tramo de la atribución criminal se relaciona con el artículo 9° de la Ley 24.769 que, en modo alguno, exige una conducta ardida para que se configure el tipo penal.

Respecto de este segmento, el administrado presentó las declaraciones juradas, pero, tras ser intimado y vencido el plazo legal, no ingresó los aportes previsionales pertinentes. Este panorama de neto corte cargoso en modo alguno aparece neutralizado por el reiterado argumento relativo a la situación económica crítica de la empresa que habría imposibilitado cumplir con los compromisos previsionales; ello sin perjuicio de que la cuestión pueda ser atendida en etapas posteriores con mayor amplitud de debate y prueba.

SENTENCIA

Se anota que en el tramo inicial de la investigación que involucra a Ricardo, Genaro, Ronaldo, Julio, Mario, Osvaldo, Pablo Fabián y Pablo Leonardo, en los períodos septiembre de 2001 a abril de 2003, en ninguno de los meses de este segmento

temporal las presuntas sumas evadidas superan los cuatrocientos mil pesos que, como condición objetiva de punibilidad, estableció el artículo 7° de la Ley N° 26.735 (B.O. 28-12-11) -que sustituye al artículo 8°, Ley N° 24.769-.

En estas condiciones y bajo la directiva del artículo 2° del Código Penal, cuya aplicación es de pleno derecho, la imputación dirigida bajo la rúbrica del artículo 8° de la Ley N° 24.769 perdió vigencia (CSJN, “Palero Jorge Carlos”, rta. 23-10-07, Fallos 330:4544; 295:729 y 296:469). Ello sin perjuicio de que el reproche criminal pudiera ajustarse a las previsiones del artículo 6° de la Ley N° 26.735, sustitutivo del artículo 7°, Ley 24.769.

Así los hechos, las imputaciones en orden al artículo 8° de la Ley Penal Tributaria (evasión agravada previsional) han sido recaratuladas en el artículo 7° del texto antes citado (evasión simple) por aplicación de la ley penal más benigna, en cumplimiento de lo dispuesto por el art. 2° Código Penal.

CONSULTORIO IMPOSITIVO Y PREVISIONAL

Impuesto a las Ganancias

RETENCIÓN

¿La facturación de honorarios por una Sociedad Anónima se encuentra comprendida en el inciso K del Anexo II de la Resolución General 830 (retención aplicable a profesiones liberales) o se encuentra contemplada en otro inciso?

Al tratarse de sujetos comprendidos en el inciso a) del artículo 49 de la Ley del Impuesto a las Ganancias (S.A., S.R.L. etc.) no resultan comprendidos en el inciso k) del Anexo II de la R.G. 830/00.

En relación con lo expresado, la citada normativa establece:

k) Ejercicio de profesiones liberales u oficios; funciones de albacea, síndico, mandatario, gestor de negocios, director de sociedades anónimas, fiduciario, consejero de sociedades cooperativas,

integrante de consejos de vigilancia y socios administradores de las sociedades de responsabilidad limitada, en comandita simple y en comandita por acciones; actividades de corredor, viajante de comercio y despachante de aduana. Las citadas actividades quedarán incluidas en este inciso siempre que:

1. no sean ejecutadas en relación de dependencia; y
2. los sujetos que las realizan no se encuentren comprendidos en el artículo 49 incisos a), b) y c) de la Ley del Impuesto a las Ganancias, texto

ordenado en 1997 y sus modificaciones. En este caso, deberá exteriorizarse dicha condición, en oportunidad de efectuarse el primer pago, mediante la presentación, ante el agente de retención, de una nota, cuya copia debidamente intervenida por este último deberá conservarse como constancia.

Cuando las actividades profesionales se desarrollen bajo la forma de sociedades o explotaciones contempladas en el inciso b) del citado artículo 49, su inclusión en el presente inciso sólo procederá cuando se cumplimenten los extremos exigidos por el último párrafo del artículo 68 del Decreto Reglamentario del mencionado texto legal. A tal efecto, los beneficiarios de la renta deberán declarar expresamente tal circunstancia a su agente de retención mediante una nota suscripta por el presidente, gerente, socio gerente u otro sujeto debidamente autorizado, cuya copia -intervenida por el mencionado agente- conservarán como constancia.

Quedan alcanzadas, en este caso, por el inciso i) Locaciones de obra y/o servicios, no ejecutadas en relación de dependencia, que no se encuentren taxativamente mencionadas en los incisos j), k) y l).

Impuestos a las Ganancias y sobre los Bienes Personales

EXENCIÓN

Tratamiento de las obligaciones negociables

El Impuesto a las Ganancias declara la exención de las ganancias derivadas de títulos, acciones, cédulas, letras, obligaciones y demás valores emitidos o que se emitan en el futuro por entidades oficiales cuando exista una ley general o especial que así lo disponga, o cuando lo resuelva el Poder Ejecutivo (artículo 20, inc. k) de la ley de Ganancias y artículo 36 del DR). El condicionamiento a la existencia de una ley especial que dispusiese la exención quedó plasmado en la Ley N° 23.576, que en el artículo 36 bis establece la exención del resultado proveniente de la enajenación, cambio, permuta, conversión, disposición, intereses y ajustes de capital de títulos y obligaciones negociables obtenidos por personas físicas residentes. Las exenciones resultan válidas, ya sea que los títulos se encuentren depositados en instituciones de nuestro país o en el exterior, y que las operaciones se concreten en cualquiera de aquellos lugares siempre que se trate de títulos públicos argentinos, según los definimos precedentemente.

En cuanto al Impuesto sobre los Bienes Personales, el artículo incor-

porado a continuación del artículo 21 de la Ley N° 23.966 establece que las exenciones dispuestas por leyes generales o especiales no serán aplicables cuando la incorporación de tales bienes al patrimonio sea posterior a la entrada en vigencia de la Ley N° 24.468, es decir, posterior al 24/8/1995. Por lo tanto, las obligaciones negociables que sean colocadas por oferta pública están exentas si se han adquirido hasta dicha fecha y están gravadas si se han incorporado con posterioridad a dicha fecha.

Impuesto a las Ganancias

ENTIDADES EXENTAS

¿Una fundación que posee certificado de exención en el Impuesto a las Ganancias debe presentar el “Informe para fines Fiscales”?

Sí. Corresponde la presentación por tratarse de un sujeto comprendido en el inciso a) del artículo 49 de la Ley del Impuesto a las Ganancias. Asimismo, la Res. Gral. AFIP N° 2.681, en su artículo 26, dispone que, a efectos de la presentación del informe para fines fiscales, deberá utilizar el Formulario de Declaración Jurada 760/C o el programa aplicativo denominado “Informe para fines Fiscales”.

VENTA DE MERCADERÍA IMPORTADA

¿Existe algún requisito adicional a
cumplimentar en la factura cuando

se está vendiendo una mercadería importada?

Si bien la RG (AFIP) 1415, que establece el régimen de emisión de comprobantes, no efectúa especificación alguna con relación a la procedencia de la mercadería, debemos aclarar que se encuentra aún vigente el Decreto 4531/1965, que establece, para el caso de venta de mercadería importada, que se detallen en la factura las siguientes especificaciones:

El origen de las mercaderías y toda otra característica tendiente a su mejor identificación, como numeración, serie, modelo, color, etc., número, año y aduana que expidió el despacho o póliza por la cual se nacionalizó la mercadería o número de boleta, aduana o banco rematador, en caso de provenir de subastas de aduana, uso de la mercadería si éste hubiera sido determinado al efectuarse el despacho a plaza.



PANORAMA ECONÓMICO

UN ALIVIO PARA LA ARGENTINA: LA ECONOMÍA MUNDIAL SEGUIRÁ CRECIENDO

El Fondo Monetario Internacional (FMI) publicó sus estimaciones sobre el crecimiento de la economía mundial. En 2012 el mundo crecerá 3,5% y en 2013 lo hará al 4,1%. La actividad global marcha a dos velocidades. El crecimiento promedio de los países avanzados será de 1,5% en 2012 y de 2% en 2013, mientras que para el caso de los emergentes será de 5,5% y de 5%, respectivamente, en esos años.

En el primer caso, el peor desempeño obedece a la pérdida de confianza de los inversores, los ajustes fiscales implementados y la debilidad de los mercados de capitales para prestar dinero. Estados Unidos será el país desarrollado que crecerá a la tasa más alta entre las naciones que integran esa categoría. En los últimos dos años, Alemania fue la potencia más dinámica, pero la crisis que atraviesan sus vecinos impactó sobre su economía. Según el FMI, Alemania experimentará una fuerte desaceleración, al pasar de 3,1% de crecimiento en 2011 a 0,6% en 2012 (en 2010 había crecido 3,6%).

Ese año Estados Unidos crecerá 2,1%, y el peor desempeño será el español. El FMI sólo ha recortado las proyecciones de crecimiento para dos países, y uno es España (el otro es Italia). Según el Organismo, el principal desafío de estas econo-

mías es que sus gobiernos decidieron implementar paquetes de ajuste fiscal. Y calcula que reducir un punto porcentual el déficit fiscal resta un punto de crecimiento.

Los emergentes

Para el caso de las economías en desarrollo, el FMI señala las bajas tasas de desempleo y los precios altos (y estables) de las *commodities* como los principales factores que impulsarán el crecimiento. Y asegura que el impacto de la contracción del mercado de capitales europeo sobre el desempeño del nivel de actividad será acotado. Proyecta que la banca europea reducirá su tamaño en 25% del PBI sectorial para 2013. “Pero la exposición de los países emergentes al mercado de capitales de Europa es limitada”. Incluso, el FMI ve con “creciente preocupación” el incremento del endeudamiento en la Argentina, Brasil, Colombia, Indonesia y Turquía.

La política monetaria es una de las herramientas de que disponen los gobiernos del mundo para utilizar en el actual contexto mundial. Y vaya si lo han hecho. La decisión de mantener bajo el costo de dinero a través del recorte de las tasas de interés —especialmente en los países ricos— alentó el crecimiento de las principales economías en el último tiempo. Con respecto a la política fiscal, se espera que continúe el manejo prudente —sobre todo en los países desarrollados— aunque se calcula que será algo más expansiva que el año pasado. Por eso el FMI proyecta que la proporción promedio de la deuda con relación al producto llegue a 130% en 2017 (en Japón será 256%, en Italia 124%, 113% en Estados Unidos y 91% en la zona euro).

Mejor pero...

Las perspectivas económicas mundiales mejoraron en los últimos meses según el informe “Perspectivas Económicas Mundiales” del FMI. Para la Argentina es una buena noticia porque el contexto internacional seguirá siendo favorable. El mundo continuará creciendo.

El panorama parece haber cambiado respecto de hace seis meses. Por entonces, la crisis política en Italia vivía su peor momento con la salida de Silvio Berlusconi, los paquetes de ajuste de Grecia hundían más a su economía y la renuencia del Banco Central Europeo a abrir líneas de ayuda a los bancos de los países en problemas generaba incertidumbre sobre el futuro del euro.

Pero la política reaccionó y los pronósticos pesimistas no se cumplieron. El FMI se hizo eco del asunto en esta edición de su reporte WEO: “la política jugó un rol importante en las mejoras recientes aunque todavía haya asuntos pendientes”.

Sin embargo, el Organismo aclara que todavía existen riesgos. Su directora, Christine Lagarde, dijo en una conferencia de prensa que “la economía mundial ha entrado en una recuperación pero todavía se enfrenta a riesgos elevados, y algunos nubarrones se ciernen sobre el horizonte”. La funcionaria afirmó que la zona del euro es el epicentro de los riesgos potenciales, y añadió



PANORAMA ECONÓMICO

que las medidas adoptadas durante los últimos seis meses muestran una determinación significativa para defender la moneda común. “Los nubarrones que amenazan el horizonte económico mundial -expresó Lagarde- no son sólo el nivel alto de desempleo en muchos rincones del mundo. También preocupan la prolongada lentitud del crecimiento, el potencial desapalancamiento de los bancos, el resurgimiento de las tensiones financieras en la zona del euro y las posibles alzas del precio del petróleo”.

La Argentina

El crecimiento de Sudamérica proyectado para este año es de 3,8%, y para el próximo es de 4,3% (en 2011 fue de 4,8%). El organismo espera una moderación en la expansión de los próximos meses. Para la Argentina pronosticó que crecerá 4,2% en 2012 y 4,1% en 2013, con una tasa de inflación de 9,9%

para ambos períodos. Además, en el informe volvió a aclarar que desconfía de las cifras oficiales, y que para medir algunas variables usa las estadísticas de las provincias y de las consultoras del sector privado. Por esta razón, reiteró -en un par de notas al pie adjuntas a sus gráficos de proyecciones económicas- que se “llamó a la Argentina a adoptar medidas para remediar la calidad de estos datos”.

Por su parte, el ministro de Economía, Hernán Lorenzino, criticó el informe porque dice que el FMI subestimó en forma sistemática los pronósticos de crecimiento de la Argentina desde 2003. Según el Ministro, el producto del país es 66% más elevado que el que se hubiese dado si se cumplían los pronósticos del FMI entre 2003 y 2011. “La Argentina sigue siendo uno de los motores regionales más importantes del crecimiento económico sostenido por las economías emergentes”.

Según algunas mediciones, el nivel de la industria argentina se contrajo durante el primer trimestre del año. Los expertos advierten que el freno todavía no se tradujo sobre el total de la economía porque el consumo sigue creciendo -aunque a tasas menores-. El Gobierno, con el objetivo de evitar un enfriamiento mayor, expandirá el crecimiento del gasto público en los próximos meses.



Tasas de crecimiento

	2011	2012	2013
Mundo	3,9	3,5	4,1
EEUU	1,7	2,1	2,4
Eurozona	1,4	-0,3	0,9
Alemania	3,1	0,6	1,5
Francia	1,7	0,5	1,0
Italia	0,4	-1,9	-0,3
España	0,7	-1,8	0,1
Japon	-0,7	2,0	1,7
Inglaterra	0,7	0,8	2,0
China	9,2	8,2	8,8
India	7,2	6,9	7,3

CÍRCULO DE BENEFICIOS - GOURMET

Buda Bar, en el corazón del Soho

En Buda Bar, la diferencia es la calidad. El espacio gastronómico ubicado en el corazón de Palermo Soho posee ambientes diferenciados para responder a las distintas necesidades de su público.

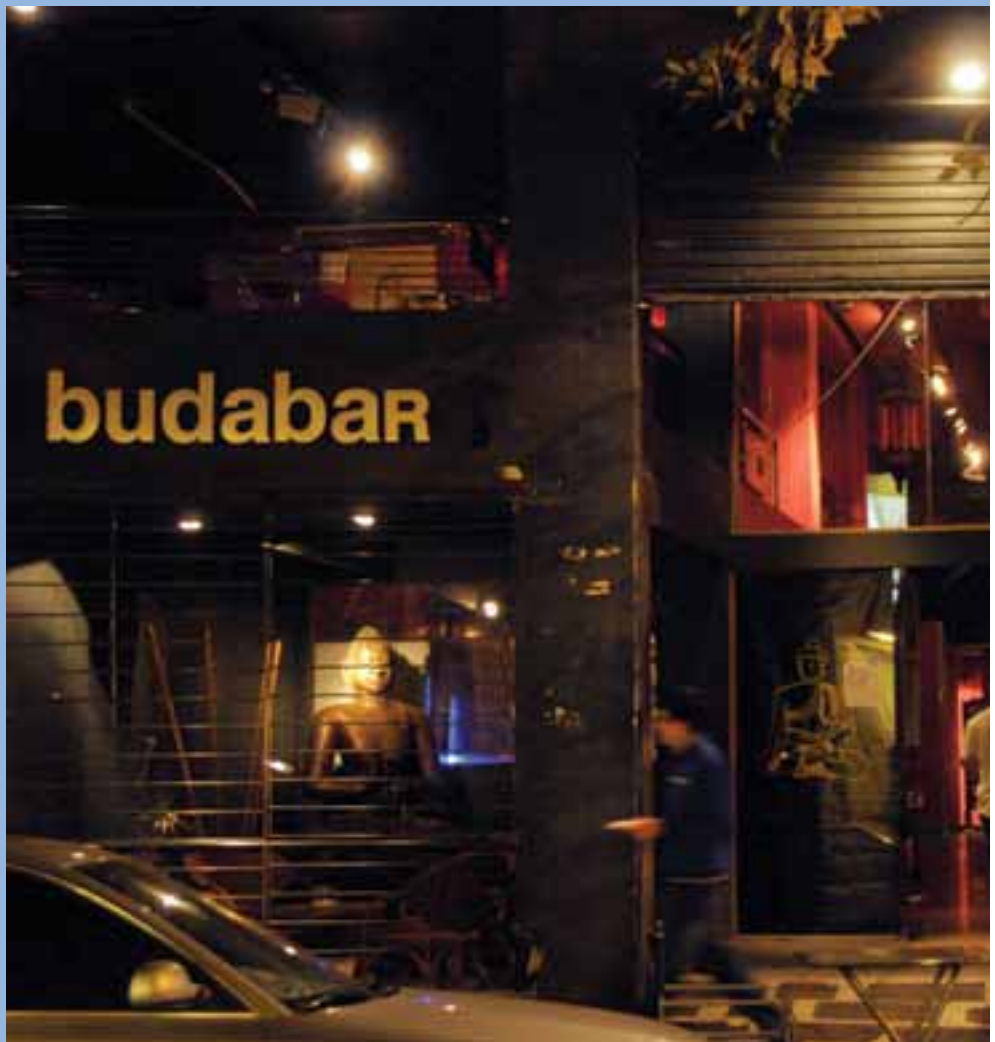
El diseño y la ambientación del local invitan a los comensales a adentrarse en una cultura diferente que transgrede lo cotidiano y los traslada a una experiencia única e inigualable.

El *resto* se extiende a lo largo de tres plantas. Una planta baja donde se encuentra el salón principal elegido por comensales para distintos tipos de reuniones. Un entrepiso que aporta un ambiente más cálido con un balcón al aire libre. Y un primer piso donde se realizan cumpleaños, eventos empresariales y aniversarios.

Ubicado en el primer piso, el Buda Club dispone de una extensa barra para dispersarse con las distintas alternativas que ofrece la carta de tragos.

La amplia terraza del primer piso se adapta a las necesidades de aquellos comensales que disfrutan de las reuniones al aire libre y es ideal para tardes de primavera o noches despejadas.

La carta se adapta a las necesidades y las ganas del cliente. Las entradas son abundantes y creativas. El crocante de pollo (con salsa de



miel sobre colchón de verdes), las broquetas caprese (rodajas de pan horneado con muzzarella, pesto y tomate) o las papas bravas se destacan entre los platos concebidos para inaugurar una buena cena.

En el momento de pasar a los principales, el lomo con salsa de vino Marsalle (con ensalada de rúcula y tomates) o la bondiola de cerdo con salsa de ananá (con batatas al romero) son los preferidos.

Para los que buscan experiencias gastronómicas que no incluyan carnes rojas, lo ideal es el salmón a la Provence (con puré de limas y verduras) o el pollo Teriyaki (arroz jaz-

mín y verduras salteadas).

Los postres son tradicionales: brownie con helado o panqueques de dulce de leche con caramelo, entre otros.

Dirección: Costa Rica 4659 (Palermo Soho) - Ciudad Autónoma de Buenos Aires

Teléfono: 4833-3200

Horario de atención: de miércoles a sábado a partir de las 19:30.

Descuento: 30% de descuento sobre el precio final de la factura con todos los medios de pago aceptados por el local.

NH Tango. Cocina mediterránea, a metros del Obelisco

Frente al Obelisco, emblema de Buenos Aires, y a metros del Teatro Colón, se encuentra NH Tango categoría Collection. Tanto el hotel como su restaurante poseen una identidad única y bien definida, asociando cada espacio con uno de los símbolos argentinos: el tango.

Disfrutar un almuerzo o una reunión en el restaurante del NH Tango es una experiencia recomendable. El comensal se abstrae por un momento de la ruidosa ciudad, pero sin salir de ella. Al mismo tiempo disfruta de una cocina bien provista de carnes rojas, carnes blancas y pastas.

La decoración minimalista del salón invita a la calma y al disfrute de una música ambiental –casi siempre tango– de muy buen gusto.

La carta, diseñada por el Chef Nicolás Aravena, tiene impronta mediterránea, aunque también es posible degustar platos autóctonos.

Para iniciar, nada mejor que los huevos estrellados, con láminas de crudo y su toque de aceite de trufa negra, o las mollejitas marinadas al champagne con polenta dorada acompañada de hongos de pino cremosos. Al momento de pasar a los platos



principales, el chef propone el filete de solomillo con paté de hígado, risotto de calabaza crocante y reducción de aceto, o el bife de chorizo al estilo vasco sazonado con sal gorda, y sus degustaciones de patatas españolas, mix de legumbres y piquillos confitados.

De la carta de postres se destacan el volcán de chocolate con frutos del bosque y el strudel de bananas caramelizadas con helado de dulce de leche.

La carta de vinos está enteramente compuesta por productos de bodegas nacionales.

Para tener en cuenta: existe un menú ejecutivo con platos de la carta y bebida incluida a \$ 70 por persona. También, de lunes a viernes -desde las 19- se puede disfrutar de

un tapeo, acompañado con un buen vino o un trago, en el bar del hotel ubicado en el lobby.

Dirección: Hotel NH Tango. Cerrito 550, 3° Piso.

Teléfono: 4124-6700.

Horario de atención: lunes a viernes, desayuno: 7.30 a 10.30 y almuerzo: 13.00 a 15.00.

Descuentos: 25% sobre menú ejecutivo de dos y tres pasos; 25% de descuento sobre los precios de carta de restaurante. Alquiler de salones de reuniones y eventos: 10% de descuento sobre los precios de salones y servicios gastronómicos. Medios de pago aceptados: efectivo, depósito bancario y principales tarjetas. Los beneficios estarán disponibles durante todo el año y no serán acumulables con otras promociones. Los lunes: 40% de la carta.

FIAT 500 ABARTH, EL PEQUEÑO DEPORTIVO LLEGA AL PAÍS

Una nueva versión del conocido Cinquecento arribará al país por estos días. Se trata del Fiat 500 Abarth.

Esta versión deportiva, que llegará a la Argentina proveniente de Polonia, cuenta con un motor naftero 1.4 Turbo de 135 CV y 16 válvulas, que entrega una potencia máxima de 135 caballos a 5.500 rpm. El propulsor está asociado a una transmisión manual de 5 velocidades que le permite acelerar de "0 a 100" en 7,9 segundos y alcanzar los 205 km/h de velocidad final.



El Abarth se diferencia de la gama convencional fabricada en México por su estética deportiva y una imagen más agresiva que incluye paragolpes, faldones laterales y alerón trasero. Además, esta versión cuenta con llantas de aleación de 16 pulgadas con diseño exclusivo, espejos en color rojo y calcos laterales.

Otros elementos que le dan una identidad propia y lo diferencian del modelo original son los asientos delanteros, el volante y la palanca de cambios revestidos en cuero, los pedales y el apoyo pie, que ofrecen un diseño personal del modelo. Para esta entrega de la marca italiana también se ha sumado un instrumento al tablero

que consta de un manómetro que informa la presión del turbo y brinda información sobre la función GSI (Gear Shift Indicador). Esta última, en modalidad "Sport", indica el cambio de marcha para maximizar la prestación del auto, y en modalidad "Normal" señala el cambio de marcha para reducir el consumo de combustible.

Si bien el precio de este modelo en nuestro país rondará los US\$ 32.000, también contará con una serie de opcionales que podrán agregarse al auto, como pintura perla (US\$ 800), techo corredizo (US\$ 1.200) y asiento Racing en cuero (US\$ 2.750).

EL CHEVROLET CORVETTE TENDRÁ SU EDICIÓN ANIVERSARIO

En 2013, el Chevrolet Corvette celebrará su 60º cumpleaños, y la marca americana quiere homenajear a lo grande a uno de sus modelos más emblemáticos con una edición especial a la altura de sus antecedentes: el Corvette 427 Convertible Collector Edition.

Para la ocasión se hicieron retoques en la parte motriz y se apostó por una silueta más exclusiva. El pack *60th Anniversary* incluye mejoras estéticas, como la pintura artic white para la carrocería y unas franjas longitudinales en color *pearl silver*, llantas de aleación de 19 o 20 pulgadas, y cuatro salidas de escape cromadas. A esto hay que añadirle numerosas piezas desarrolladas en fibra

de carbono -faldones delanteros, trasero y laterales-, que reducen considerablemente el peso de este Corvette hasta los 1.522 kg.

El 427 Convertible Collector Edition sólo está disponible con una mecánica, aunque nadie echará de menos más opciones; se trata de un motor naftero de 7.0 litros de 8 cilindros en V, rinde 512 CV y los transmite a las ruedas traseras mediante una caja de velocidades manual de seis marchas. Esto se traduce en una velocidad máxima de 305 km/h y una aceleración de 0 a 100 km/h en 3,9 segundos, que le sirven para completar el cuarto de milla en apenas 11,8 segundos.





SAMSUNG QUIERE ALCANZAR AL IPAD DE APPLE Y ACTUALIZA SUS TABLETAS

Samsung Electronics Co., el mayor competidor de Apple en el mercado de las tabletas, actualizó su línea para incluir una característica que le permite funcionar como un control remoto universal para un centro de entretenimiento.

El espacio de almacenamiento en el nuevo Galaxy Tab 2 también se podrá ampliar con pequeñas tarjetas de memoria.

Las tabletas de Samsung vienen en dos tamaños. La versión de 18 centímetros (7 pulgadas) costará U\$S 250 y saldrá a la venta el 22 de abril. La de 25 centímetros (10 pulgadas) costará U\$S 400 y saldrá a la venta el 13 de mayo.

Los competidores de Apple están experimentando con tabletas de diferentes tamaños y características en un intento por encontrar una forma de desafiar la amplia ventaja del iPad en ventas.

Los iPads representaron casi el 60% de las tabletas vendidas el año pasado, según la firma de investigación IDC.

El competidor más cercano de Apple en el mercado de

tabletas es Amazon.com, pero el Kindle Fire tiene la mitad del tamaño del iPad y cuesta menos de la mitad, lo que de alguna manera lo deja en una categoría diferente. Entre los fabricantes que hacen las tabletas en el mismo rango de tamaño que el iPad, Samsung tiene la mayor participación.

El iPad no tiene memoria expansible ni un diodo infrarrojo como el que les permitirá a los modelos de Samsung controlar un televisor o un decodificador de cable. En cambio, el rasgo principal del iPad de Apple es una pantalla de ultra alta resolución.



SONY PRESENTA UN RELOJ QUE SE INTEGRA A LOS MÓVILES CON ANDROID

Sony dio a conocer su nuevo reloj SmartWatch, un dispositivo que amplía la capacidad de los teléfonos inteligentes que funcionan con el sistema operativo Android, ya que avisa -mediante una alerta vibratoria- cuando llegan mensajes, correos electrónicos, actualizaciones de Facebook y las llamadas.

El reloj, que fue presentado por la compañía en la feria CES, se conecta a los teléfonos a través de Bluetooth y permite que el usuario no deba sacar el equipo de su bolsillo o bolso, y sólo tenga que estar atento a su muñeca.

SmartWatch tiene una pantalla de 1,3 pulgadas OLED y viene en cinco colores; su batería dura hasta cuatro días y funciona en español, inglés y portugués, entre otros idiomas.





El tapón sintético y el vino

Cambia, todo cambia, se canturrea por ahí. Y es verdad.

Pensar en un tapón sintético hace 15 años para un buen vino era una herejía. El mundo cambió: cayó el muro de Berlín, EE.UU. tiene un presidente de origen afroamericano, el genio de Jobs ya no está entre nosotros... ¡Cómo no va a cambiar el mundo del vino!

Lo cierto es que hoy en el mundo el mal llamado "corcho sintético" (corcho es el natural: tejido de la corteza del árbol alcornoque) gana casi un 30% de las botellas de vino del Planeta.



Australia, Chile, Sudáfrica, EE.UU., por citar sólo algunos países, ya lo usan hace años en la franja de precios de entre 10 y 40 dólares. Es más, todas nuestras exportaciones, por ejemplo al Reino Unido, meca de ventas de nuestros bodegueros, se exigen con tapón sintético.

Está comprobado ya hace mucho tiempo que el sintético no sólo no perjudica al vino, sino que le permite una vida sumamente saludable hasta los tres años de guarda.

El corcho natural también ayudó al sintético: sus altos costos, la ofer-

ta que no cubre toda la demanda mundial, el hecho de que deba ser importado en su mayoría de Portugal o España, y el terrible TCA, enfermedad letal del alcornoque que arruina el vino por completo.

Puede que rompa la ortodoxia del consumidor o ciertas costumbres de años, pero tengan por seguro una cosa: al vino no le hace nada.

Alfredo Terzano
Director Baco Club
Club Privado de Vinos

Nueva añada de un vino con historia

Enzo Bianchi Grand Cru 2007

Pocos vinos son tan esperados por los conocedores como las nuevas cosechas del Enzo Bianchi, el vino insignia de Casa Bianchi, elaborado desde 1994 en homenaje a Don Enzo Bianchi, enólogo principal de la bodega por más de 50 años y precursor de la vitivinicultura argentina. Elaborado a la altura de los grandes vinos del mundo, se destaca por su complejidad e intensidad de aromas, gran volumen de boca, armonía y sofisticación con un alto potencial de guarda en botella. Un blend estilo

medoc que en esta cosecha 2007 presenta un corte de 85 % Cabernet Sauvignon, 8% Petit Verdot y 7% Malbec.

Producido con uvas provenientes de viñedos de más de 40 años, los cuales son sometidos a periódicos raleos para lograr mayor concentración aromática, sólo se utilizan las cosechas especiales cuando están a la altura del nombre de su etiqueta.

"La Cosecha 2007 de este espléndido corte sienta sus bases en el Cabernet Sauvignon con la expresión madura y especiada que este varietal logra en nuestros suelos pedregosos de San Rafael, también condiciones óptimas para lograr la fineza, amplitud y potencia de sus taninos, que se revelan en el Malbec y Petit Verdot que lo acompañan"-anticipa el Lic. Facundo Pereira. Gerente de enología de Casa Bianchi.

El Enzo Bianchi 2007 se presenta como un vino de muy buena intensidad y profundidad de color, con reflejos violáceos que dan cuenta de su larga juventud, que también se aprecia en la riqueza aromática de su base especiada y sus frutas maduras como ciruelas y cerezas. Tras 14 meses en barricas de roble francés, la madera se integra en las suaves notas de su tostado, que le aportan una complejidad imponente. Un vino de clase mundial que es elaborado de acuerdo a los más altos estándares de calidad y que debido a su complejidad e intensidad aromática se alzó con 91 puntos en el review de The Wine Advocate firmado por Jay Miller y una Medalla de Oro en el Argentina Wine Awards.

El Enzo Bianchi Grand Cru es un vino con historia, tiempo de elaboración y dedicación.



El Juego de las 7 Diferencias

DE LAS DOS VIÑETAS DE ESTE RECUADRO QUE PARECEN IGUALES, UNA DE ELLAS TIENE SIETE





EL TOCÓN TRAICIONERO

(GRACIAS UNIV. DE LUJÁN)

UN CAMPESINO ENCONTRO EN EL BOSQUE A UN ANCIANO DESCONOCIDO. SE PUSIERON A CHARLAR. EL VIEJO MIRÓ AL CAMPESINO CON ATENCIÓN Y LE DIJO:

— EN ESTE BOSQUE YO SÉ QUE HAY UN TOCONCITO MARAVILLOSO QUE DUPLICA EL DINERO.

— ¿DUPLICA EL DINERO?

— ASÍ ES. PONES DEBAJO DE EL UNA CAJA CON DINERO, CUENTAS HASTA CIENTO, Y LISTO: EL DINERO QUE HABÍA EN LA CAJA SE DUPLICÓ. ES IMPRESIONANTE.

— ¡ME ENCANTARÍA PROBAR! — EXCLAMÓ EL CAMPESINO.

— ¡CLARO QUE PODÉS PROBAR! PERO ME TENÉS QUE PAGAR. AL SABER QUE EL CAMPESINO LLEVABA POCO DINERO



CONSIGO, EL VIEJO SE CONFORMO CON RECIBIR UN PESO Y VEINTE CENTAVOS DESPUES DE CADA OPERACIÓN EN QUE SE DUPLICARA EL DINERO.

EL VIEJO LLEVO AL CAMPESINO A LO MAS PROFUNDO DEL BOSQUE, LO LLEVO DE UN LADO PARA OTRO Y, POR FIN, ENCONTRO ENTRE UNAS MALEZAS UN VIEJO TOCON. TOMANDO DE MANOS DEL CAMPESINO LA CAJA CON EL DINERO, LO ESCONDIO ENTRE LAS RAICES DEL TOCON. CONTARON HASTA CIENTO. EL VIEJO EMPEZO A ESCUDRINAR Y HURGAR AL PIE DEL TRONCO Y, AL FIN, SACO LA CAJA, ENTREGÁNDOSELO AL CAMPESINO.

ESTE MIRÓ EL INTERIOR DEL PORTAMONEDAS Y... ¡EN EFECTO EL DINERO SE HABIA DUPLICADO! CONTÓ Y DIO AL ANCIANO EL PESO Y LOS VEINTE CENTAVOS PROMETIDOS Y LE ROGÓ QUE METIERA POR SEGUNDA VEZ LA CAJA BAJO EL TOCÓN.

CONTARON DE NUEVO HASTA CIENTO; EL VIEJO SE PUSO OTRA VEZ A HURGAR EN LA MALEZA JUNTO AL TOCÓN Y DE NUEVO SE REALIZÓ EL MILAGRO: EL DINERO DE LA CAJA SE HABIA DUPLICADO. EL VIEJO RECIBIÓ EL PESO Y LOS VEINTE CENTAVOS CONVENIDOS.

ESCONDIERON POR TERCERA VEZ LA CAJA BAJO EL TOCÓN. EL DINERO TAMBIÉN SE DUPLICÓ ESTA VEZ. PERO CUANDO EL CAMPESINO HUBO PAGADO AL VIEJO LA REMUNERACIÓN PROMETIDA, EN LA CAJA NO QUEDÓ NI UN SOLO CENTAVO. EL POBRE HABIA PERDIDO EN LA COMBINACIÓN TODO SU DINERO. NO HABIA YA NADA.

PARA SABER LAS RESPUESTAS, ESCRIBINOS A: SOLUCIONES@CONSEJO.ORG.AR

NOVEDADES BIBLIOGRÁFICAS EN EL CIB

Los 5 más consultados en el CIB

Guía práctica de liquidación de impuestos: a las Ganancias, sobre los Bienes Personales, a la Ganancia Mínima Presunta. Personas físicas - Sociedades. 4º Edición. Grenabuena, Silvia R. Buenos Aires, Aplicación Tributaria, 2012.

Administración y liquidación de sueldos y jornales. 9º Edición. Orozco, Néstor R.; Scoppetta, Miguel A. Buenos Aires, Aplicación Tributaria, 2009.

Ganancias y Bienes Personales: 2011. Aspectos técnicos fundamentales para la liquidación. Cerchiara, Claudia M. Buenos Aires, Errepar, 2012.

Impuesto sobre los Bienes Personales: análisis integral. Casos prácticos, consultas frecuentes, asistentes digitales, aplicativos. 5º Edición. Grenabuena, Silvia R. Buenos Aires, Aplicación Tributaria, 2012.

Administración de consorcios regidos por la Ley 13.512. 3ª Edición ampliada y actualizada. Gurovich, Leopoldo I. Buenos Aires, Buyatti, 2005.

Régimen jurídico, administración y gestión de los clubes deportivos

Barbieri, Pablo C.
Buenos Aires, Ad-Hoc, 2011.

El autor realiza un análisis del mundo deportivo y de los clubes, su organización jurídica, la administración y la gestión de estas asociaciones. ■



Conducción estratégica para la evaluación de proyectos de inversión: evaluación comercial de proyectos

Tapia, Gustavo N., Aire, Carlos E.
Buenos Aires, EDICON, 2012.

La finalidad de esta obra es comprender la relevancia que tiene la elaboración de proyectos de inversión en la formulación y ejecución de una estrategia de negocios. ■

Ley de Fideicomiso Comentada: marco jurídico, reseña jurisprudencial y cuestiones particulares

Améndola, Manuel A.
Buenos Aires, Errepar, 2011.

Análisis de la ley de fideicomiso con cita de las principales doctrinas y una referencia a la jurisprudencia más actualizada. Contempla también la aplicación práctica y brinda modelos de contratos en sus más diversas variantes. ■



Impuesto a las Ganancias: personas físicas. Análisis integral. Casos prácticos, consultas frecuentes, asistentes digitales, aplicativos. 5ª ed.

Grenabuena, Silvia R.
Buenos Aires, Aplicación Tributaria, 2012.

El objetivo de la obra es brindar un material completo que permita analizar la normativa vigente y liquidar el Impuesto a las Ganancias ante el vencimiento de las declaraciones juradas del período fiscal 2011 de las personas físicas y sucesiones indivisas. ■

El objetivo de la obra es brindar un material completo que permita analizar la normativa vigente y liquidar el Impuesto a las Ganancias ante el vencimiento de las declaraciones juradas del período fiscal 2011 de las personas físicas y sucesiones indivisas. ■

Desarrollo de competencias gerenciales: un modelo alternativo

Arbaiza, Lydia

Buenos Aires, Cengage Learning Argentina, 2011.

Revisión, análisis y aplicación del modelo de gestión de recursos humanos por competencias con el objetivo de desarrollar un enfoque alternativo para el contexto latinoamericano.

Esta propuesta alternativa surge como una diferencia fundamental respecto a los textos académicos sobre la materia. ■



¿QUÉ LEEN LOS PROFESIONALES?

Ética y empresa. Valores y responsabilidad social en la gestión

Juan José Gilli, Ed. Granica

Por la Dra. Rafaela Cuppari

Consejera Coordinadora de APLA (Comisión Actuación Profesional Licenciados en Administración)

El libro asocia palabras que a primera vista parecen incompatibles, como ética y empresa, con el desafío de encontrar un denominador común de ambos términos.

El auge de la cuestión se percibe como una necesidad en lo que se ha dado en llamar la sociedad poscapitalista. La ética empresarial y la responsabilidad social aparecen como tema central. Las grandes empresas han incluido el ítem en sus agendas, diversas ONGs se encargan de su promoción, surgen índices de sustentabilidad y la cuestión aparece en la mira de los reguladores

El propósito del libro es analizar, desde la perspectiva de la ética aplicada, las exigencias de un contexto donde la sociedad y la economía requieren que la empresa asuma valores y responsabilidades respecto de los empleados, de los clientes y proveedores, de los accionistas, del medio ambiente y de la comunidad en la cual desarrolla su actividad. ■



Top Ten en libros de economía y negocios – Librerías Cúspide – Abril 2012

1 Otálora, Mariano *Inversiones para todos* Planeta

2 Lousteau, Martín *Economía 3d* Sudamericana

3 Kiyosaki, Robert T. *Padre rico, padre pobre* Punto de Lectura

4 Rojo, Alberto *El azar en la vida cotidiana* Siglo XXI Editores

5 Kiyosaki, Robert *La ventaja del ganador* Aguilar

6 Chiaramonte, José Carlos *Nacionalismo y liberalismo económicos en argentina 1860 – 1880* Edhasa

7 Otálora, Mariano *Del colchón a la inversión* Booket

8 Kicillof, Axel *De Smith a Keynes* Eudeba

9 Luchinger, René *Los 12 economistas más importantes de la historia* Norma

10 Ury, William *Supere el no!* Norma

SE COMUNICA AL PÚBLICO USUARIO QUE
LA FORMACIÓN EN EL ANDÉN CINCO SALE
FUERA DE SERVICIO. POR FAVOR...
¡NO ASCENDER!

¡QUE
BARBARIDAD!

¡OTRA VEZ!

¡SIEMPRE LO MISMO!



SER VENTRILOCUO NO ME
DEJA MUCHA GUITA, PERO...
¡CUANTAS SATISFACCIONES ME DA!



Jaik
+ CAPOCHA