



VISTO la propuesta presentada por la agrupación Franja Morada respecto a la definición de equivalencias entre asignaturas de los Planes de Estudio VII de las carreras Contador Público, Licenciatura en Administración, Licenciatura en Economía, Tecnicatura en Cooperativismo y entre éstas y las del Plan de Estudio II de la Licenciatura en Turismo, y;

CONSIDERANDO:

que es necesario redefinir las equivalencias entre las asignaturas de las diferentes carreras de la Facultad en función a la modificación de los Planes de Estudio de las carreras de Contador Público, Licenciatura en Administración, Licenciatura en Economía y Tecnicatura en Cooperativismo aprobados por el Ministerio de Educación y entre las asignaturas de dichos Planes con el Plan de Estudio II de la Licenciatura en Turismo;

que el proyecto final elevado se trabajó coordinadamente con la Secretaría de Asuntos Académicos;

que las propuestas han sido validadas por los Profesores Titulares de las asignaturas involucradas y por los respectivos Departamentos Disciplinarios y/o de Carrera;

que resulta conveniente dinamizar las trayectorias académicas de aquellos estudiantes que efectúan nuevas opciones de carrera las cuales poseen en sus currículas asignaturas cuyos contenidos son análogos o similares a las oportunamente acreditadas;

que las presentes actuaciones son giradas al Consejo Directivo para su tratamiento;

que el Consejo Directivo en Sesión del 7 de agosto del año en curso, trató las presentes actuaciones aprobando por unanimidad de los catorce Miembros del Cuerpo lo dictaminado por la Comisión de Plan de Estudios y Evaluación Curricular e Interpretación y Reglamento;

Por ello,

EL CONSEJO DIRECTIVO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, en uso de sus atribuciones

ORDENA:

Artículo 1º) Aprobar la propuesta de EQUIVALENCIAS ENTRE ASIGNATURAS DE DIFERENTES CARRERAS DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS – UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA PLATA, que pasará a formar parte integrante de la presente Ordenanza.

Artículo 2º) Dejar establecido que la presente llevará el número 181/23 del registro pertinente.



UNIVERSIDAD
NACIONAL
DE LA PLATA

900-1283/23.-

Artículo 3°) Regístrese, publíquese en el Digesto de la Facultad, tome razón la Secretaría de Asuntos Académicos y la Dirección de Enseñanza. Pase para su conocimiento a los Departamentos de Ciencias Administrativas, Contabilidad, Ciencias Complementarias, Turismo y Economía. Cumplido, archívese.

pln

ORDENANZA N° 181

Firmado electrónicamente por:
Cr. Martín Raúl MASSON
Secretario de Consejo Directivo
Facultad de Ciencias Económicas

EQUIVALENCIAS ENTRE ASIGNATURAS DE DIFERENTES CARRERAS DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS - UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA PLATA

Artículo 1°: Definición de equivalencia. Se entiende por **equivalencia** a la correspondencia académica entre dos asignaturas que pertenecen a distintas carreras dictadas por la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional de La Plata (FCE UNLP). La equivalencia implica que los contenidos, objetivos, competencias y carga horaria de las asignaturas comparadas sean sustancialmente análogos, permitiendo al estudiante alcanzar conocimientos y habilidades similares. Se considera **reconocimiento de equivalencia** al acto administrativo por el cual una asignatura perteneciente a la currícula de una carrera puede ser acreditada en reemplazo de otra que forma parte del Plan de Estudio de una carrera diferente de la Unidad Académica.

Artículo 2°: Tipos de equivalencias. Las equivalencias podrán ser otorgadas en forma **total** o **parcial**, pudiendo ser éstas también **recíprocas** o **no recíprocas**:

- La **equivalencia total** corresponde cuando existe una equiparación completa entre dos o más asignaturas, lo cual implica que los contenidos mínimos y analíticos, los objetivos educativos y las competencias adquiridas en ellas, son asimilables. La equivalencia total permite que el estudiante sea eximido de ser examinado en la asignatura reconocida, sin afectar su recorrido académico.
- La **equivalencia parcial** es aplicable cuando existe cierta correspondencia entre las asignaturas por contar con contenidos, objetivos y/o competencias similares, pero estos no resultan suficientes para considerarlas complemente equivalentes. En este caso, corresponde un reconocimiento parcial, y el estudiante deberá acreditar los conocimientos diferenciales aprobando una evaluación complementaria.
- La **equivalencia recíproca** corresponde cuando las asignaturas de dos o más carreras dictadas por la FCE UNLP poseen la totalidad o algunos contenidos, objetivos y competencias análogos y por tal motivo los estudiantes de cada una de las carreras podrán beneficiarse del reconocimiento mutuo.
- La **equivalencia no recíproca** procede cuando la asignatura de la currícula de una carrera de la Facultad reconoce una equivalencia con una asignatura perteneciente al Plan de Estudio de otra carrera de la Institución, pero esta última no la considera asimilable por poseer ésta un alcance mayor. En este caso, solo se reconocerá la equivalencia para los estudiantes de la primera carrera mencionada, sin que los estudiantes de la segunda carrera obtengan el beneficio de tal reconocimiento.

Artículo 3°: Proceso de reconocimiento. Las equivalencias podrán ser otorgadas de manera **directa** o por **solicitud expresa del estudiante**. Las **equivalencias directas** se conceden de manera automática y sin necesidad de petición por parte del estudiante, cuando éste realiza el trámite para efectuar una nueva **opción de carrera**, cuando acredite una nueva asignatura que posea equivalencia total y recíproca en las distintas carreras en las que se halle inscripto y siempre que

reúna los requisitos de correlatividad. Este reconocimiento directo es aplicable únicamente para las equivalencias totales y recíprocas y corresponde exclusivamente para las asignaturas y carreras establecidas en el Artículo 5° de la presente Ordenanza¹. Las *equivalencias* previstas en los Artículos 6° y 7° serán otorgadas *por solicitud expresa del estudiante* siempre y cuando cumpla con requisitos de correlatividad establecidos por el Plan de Estudio de la carrera destino. Para formalizar tal reconocimiento, el estudiante deberá presentar una nota explicitando tal petición ante la Dirección de Enseñanza de la FCE UNLP.

Artículo 4°: Categorías. Conforme a las combinaciones de los tipos de equivalencias existentes y los procesos para su reconocimiento, surgen las siguientes **categorías de equivalencia**:

- Equivalencia directa total recíproca
- Equivalencia total recíproca – con reconocimiento por solicitud expresa del estudiante
- Equivalencia total no recíproca – con reconocimiento por solicitud expresa del estudiante
- Equivalencia parcial recíproca – con reconocimiento por solicitud expresa del estudiante
- Equivalencia parcial no recíproca – con reconocimiento por solicitud expresa del estudiante.

Las asignaturas consideradas equivalentes se encuentran encuadradas en alguna de estas categorías y son las consignadas en los Artículos 5°, 6° y 7°. Las asignaturas allí enumeradas corresponden a los Planes de Estudio VII de las carreras Contador Público, Licenciatura en Administración, Licenciatura en Economía, Tecnicatura en Cooperativismo y al Plan de Estudio II de la Licenciatura en Turismo de la FCE UNLP.

Artículo 5°: Las asignaturas con **equivalencia directa total recíproca** entre las distintas carreras de la Unidad Académica son las que constan en la Tabla detallada a continuación:

ASIGNATURA ACREDITADA	CARRERA DE ORIGEN Y/O DE DESTINO	TIPO DE EQUIVALENCIA
Administración I (Introducción a la Administración y al Estudio de las Organizaciones)	Contador Público, Lic. en Administración, Lic. en Economía y Tec. en Cooperativismo	Directa total recíproca
Contabilidad I (Bases y Fundamentos)	Contador Público, Lic. en Administración, Lic. en Economía y Tec. en Cooperativismo	Directa total recíproca
Introducción a la Economía y Estructura Económica Argentina	Contador Público, Lic. en Administración, Lic. en Economía y Tec. en Cooperativismo	Directa total recíproca
Matemática I	Contador Público, Lic. en Administración, Lic. en Economía y Tec. en Cooperativismo	Directa total recíproca
Microeconomía I	Contador Público, Lic. en Administración, Lic. en Economía y Tec. en Cooperativismo	Directa total recíproca

¹ Las asignaturas con este tipo de equivalencia poseen un mismo código de identificación en el sistema SIU Guaraní (o aquel que lo reemplace) independientemente de la carrera en la que se encuentre enmarcada.

Derecho Constitucional y Administrativo	Contador Público, Lic. en Administración, Lic. en Economía y Tec. en Cooperativismo	Directa total recíproca
Introducción a las Ciencias Sociales y al Conocimiento Científico	Contador Público, Lic. en Administración, Lic. en Economía y Tec. en Cooperativismo	Directa total recíproca
Historia Económica y Social I	Contador Público, Lic. en Administración, Lic. en Economía y Tec. en Cooperativismo	Directa total recíproca
Administración II (Técnicas Administrativas y Gestión Organizacional)	Contador Público, Lic. en Administración y Tec. en Cooperativismo	Directa total recíproca
Matemática II	Contador Público y Lic. en Administración	Directa total recíproca
Derecho Privado	Contador Público y Lic. en Administración	Directa total recíproca
Macroeconomía I	Contador Público, Lic. en Administración, Lic. en Economía y Tec. en Cooperativismo	Directa total recíproca
Finanzas Públicas	Contador Público, Lic. en Administración, Lic. en Economía y Tec. en Cooperativismo	Directa total recíproca
Estadística Aplicada	Contador Público y Lic. en Administración	Directa total recíproca
Finanzas de Empresas	Contador Público y Lic. en Administración	Directa total recíproca
Matemática para Decisiones Empresarias	Contador Público y Lic. en Administración	Directa total recíproca
Costos para la Gestión	Contador Público y Lic. en Administración	Directa total recíproca

Artículo 6°: Las asignaturas que cuentan con **equivalencia total recíproca o no recíproca** entre las diferentes carreras de la FCE UNLP y que cuyo reconocimiento opera por **solicitud expresa del estudiante**, son las consignadas en la siguiente Tabla:

ASIGNATURA ACREDITADA	CARRERA/S DE ORIGEN	ASIGNATURA EQUIVALENTE	CARRERA DESTINO	TIPO DE EQUIVALENCIA
Producción	Contador Público	Administración de la Producción	Lic. en Administración	Total Recíproca
Análisis e Interpretación de los Estados Contables	Contador Público	Interpretación de los Estados Contables	Lic. en Administración	Total No Recíproca
Análisis e Interpretación de los Estados Contables	Contador Público	Contabilidad Aplicada al Sector Turístico	Lic. en Turismo	Total No Recíproca

Matemática I	Contador Público, Lic. en Administración, Lic. en Economía y Tec. en Cooperativismo	Matemática II (Análisis)	Lic. en Turismo	Total No Recíproca
Estadística Aplicada	Contador Público y Lic. en Administración	Estadística	Lic. en Turismo	Total No Recíproca
Interpretación de los Estados Contables	Lic. en Administración	Contabilidad Aplicada al Sector Turístico	Lic. en Turismo	Total No Recíproca
Trabajo y Sociedad + Gestión y Desarrollo de las personas en las Organizaciones	Lic. en Administración	Administración de los Recursos Humanos en Turismo	Lic. en Turismo	Total No Recíproca
Marketing Estratégico + Marketing Táctico y Operativo	Lic. en Administración	Comercialización	Contador Público	Total No Recíproca

Artículo 7º: Las asignaturas que poseen **equivalencia parcial recíproca o no recíproca** entre distintas carreras de la Facultad y que cuyo reconocimiento se otorga **por solicitud expresa del estudiante**, son las establecidas en la Tabla detallada a continuación. Los contenidos complementarios a acreditar en cada caso constan en el Anexo I de la presente Ordenanza.

ASIGNATURA ACREDITADA	CARRERA/S DE ORIGEN	ASIGNATURA EQUIVALENTE	CARRERA/S DESTINO	TIPO DE EQUIVALENCIA
Administración I (Introducción a la Administración y al Estudio de las Organizaciones)	Contador Público, Lic. en Administración, Lic. en Economía y Tec. en Cooperativismo	Organización y Gestión de Empresas Turísticas	Lic. en Turismo	Parcial Recíproca
Matemática II	Contador Público y Lic. en Administración	Matemática I (Álgebra)	Lic. en Turismo	Parcial Recíproca
Estadística para Economistas I	Lic. en Economía	Estadística	Lic. en Turismo	Parcial Recíproca
Comercialización	Contador Público	Marketing Turístico	Lic. en Turismo	Parcial Recíproca
Estadística Aplicada	Contador Público y Lic. en Administración	Estadística para Economistas I	Lic. en Economía	Parcial Recíproca
Microeconomía I	Contador Público, Lic. en Administración, Lic. en Economía y Tec. en Cooperativismo	Economía del Turismo I (Enfoque Micro)	Lic. en Turismo	Parcial No Recíproca
Macroeconomía I	Contador Público, Lic. en Administración, Lic. en Economía y Tec. en Cooperativismo	Economía del Turismo II (Enfoque Macro)	Lic. en Turismo	Parcial No Recíproca
Finanzas de Empresas	Lic. en Administración	Formulación y Evaluación de Proyectos Turísticos	Lic. en Turismo	Parcial No Recíproca

Marketing Estratégico	Lic. en Administración	Marketing Turístico	Lic. en Turismo	Parcial No Recíproca
Finanzas de la Empresa	Lic. en Economía	Formulación y Evaluación de Proyectos Turísticos	Lic. en Turismo	Parcial No Recíproca
Derecho Empresario	Lic. en Administración	Estructura Económica Societaria	Contador Público	Parcial No Recíproca
Estructura Económica Societaria + Actuación Profesional en la Justicia	Contador Público	Derecho Empresario	Lic. en Administración	Parcial No Recíproca
Estadística para Economistas I + Estadística para Economistas II	Lic. en Economía	Estadística Aplicada	Contador Público y Lic. en Administración	Parcial No Recíproca
Estadística	Lic. en Turismo	Estadística Aplicada	Contador Público y Lic. en Administración	Parcial No Recíproca
Matemática II (Análisis)	Lic. en Turismo	Matemática I	Contador Público, Lic. en Administración, Lic. en Economía y Tec. en Cooperativismo	Parcial No Recíproca

Artículo 8°: Calificaciones. En los casos que sea otorgada la **equivalencia total** entre asignaturas, se computará en la historia académica del estudiante la calificación obtenida en la carrera de origen. En los casos que sea reconocida una **equivalencia parcial**, la calificación consignada en la historia académica será aquella que surja de la evaluación complementaria realizada por el equipo docente de la asignatura de la carrera destino.

Artículo 9°: Excepciones. Los casos no previstos o que constituyan una excepción a la presente Ordenanza serán elevados por la Secretaría de Asuntos Académicos y resueltos por el Consejo Directivo atendiendo el principio de equidad y el beneficio para los estudiantes y resguardando la calidad académica de las carreras dictadas por la Institución.

ANEXO I²:
CONTENIDOS COMPLEMENTARIOS A EVALUAR PARA
ACREDITAR ASIGNATURAS CON RECONOCIMIENTO DE EQUIVALENCIA PARCIAL

Asignatura a acreditar: *Administración I (Introducción a la Administración y al Estudio de las Organizaciones)* – Asignatura y carrera de origen: *Organización y Gestión de Empresas Turísticas – Licenciatura en Turismo.*

Unidad 2: Evolución del pensamiento en Administración

La Administración precientífica. Evolución del Pensamiento Administrativo. Enunciación de las principales teorías.

La Administración Científica. La obra de F. Taylor y principales continuadores. Aportes, críticas y vigencia de la teoría.

La Administración general e Industrial. La obra de H. Fayol. Críticas, vigencia y comparación con la Administración Científica.

Enfoque de las Relaciones Humanas. Los aportes de E. Mayo. Críticas, vigencia y comparación con la Escuela Clásica.

Los estructuralistas. El Modelo Burocrático de Max Weber. Características. Autoridad y legitimación. Disfunciones del modelo: los aportes de Merton.

Unidad 6: Descripción de organizaciones en particular

La Empresa: Características particulares de las microempresas, pequeñas y medianas empresas (Pymes), empresas familiares, grandes empresas, multinacionales y empresas del Estado.

Administración Pública. Caracterización del funcionamiento y estructura del Estado. Particularidades de la Facultad de Ciencias Económicas de la UNLP.

Organizaciones de Servicio: características y diferencias con las productivas y comerciales. Descripciones: Hospital, Banco. Organizaciones virtuales.

Organizaciones de la sociedad civil o del tercer sector (O.N.G): características y descripciones.

Cooperativas: Características particulares, tipos.

Asignatura a acreditar: *Organización y Gestión de Empresas Turísticas* – Asignatura y carrera/s de origen: *Administración I (Introducción a la Administración y al Estudio de las Organizaciones) – Contador Público/ Lic. en Administración/Lic. en Economía/ Tec. en Cooperativismo*

Unidad 1: Los conceptos fundamentales en Administración y Organizaciones de Turismo

Tipos de organizaciones turísticas y particularidades de cada tipo.

Las políticas públicas y su relación con el turismo. El rol de las organizaciones públicas y las organizaciones no empresariales en el turismo y su relación con las empresas turísticas.

Evolución y perspectivas.

² Los contenidos y unidades detallados en el presente Anexo corresponden a los Programas Analíticos vigentes de las asignaturas consignadas a la fecha de aprobación de esta Ordenanza. En caso de que alguno de dichos Programas fuera modificado, deberá procederse a su actualización.

Unidad 4: Administración profesional y los nuevos desafíos para la gestión turística
Calidad y control de calidad del servicio turístico y su relación con las políticas públicas, la responsabilidad social empresaria, las normas aplicables y los nuevos valores del turismo sostenible o sustentable. La gestión medioambiental en la empresa turística.
Políticas, estrategias y desafíos para el Estado, sus organismos derivados y las empresas. La Planificación estratégica del turismo en el Estado. La competitividad de los destinos.

Asignatura a acreditar: Matemática II – Asignatura y carrera de origen: *Matemática I (Álgebra)*
– *Licenciatura en Turismo*

Unidad 1: Relaciones de orden y de equivalencia.

Unidad 3: Números complejos. Forma de par ordenado y forma binómica. Formas polar y trigonométrica. Potenciación. Fórmula de De Moivre. Raíces de números complejos.

Unidad 6: Sistemas de ecuaciones lineales. Sistemas compatibles: determinados e indeterminados. Sistemas incompatibles. El Teorema de Rouché-Frobenius. Regla de Cramer. Modelo de Leontieff.

Unidad 7: Espacios vectoriales. Independencia lineal de vectores. Base y dimensión de un espacio vectorial. Coordenadas de un vector en una base.

Unidad 8: Transformaciones lineales. Operaciones entre transformaciones lineales. Matriz asociada a una transformación lineal. Autovalores y autovectores de una transformación lineal y de una matriz.

Asignatura a acreditar: Matemática I (Álgebra) – Asignatura y carrera/s de origen: *Matemática II – Contador Público/ Lic. en Administración/Tec. en Cooperativismo*

Lógica proposicional: Proposiciones y valores de verdad. Operaciones con proposiciones. Tablas de valores de verdad. Esquemas Proposicionales. Cuantificadores universal y existencial. Métodos de demostración.

Progresiones: Progresiones aritméticas y geométricas. Suma de n términos de una progresión aritmética y geométrica. Progresiones y su relación con montos a interés simple y compuesto. Imposición. Amortización de deudas.

Asignatura a acreditar: Estadística para Economistas I – Asignatura y carrera de origen: *Estadística - Licenciatura en Turismo*

Unidad 3: Variables aleatorias unidimensionales discretas

Distribución de probabilidad geométrica. Distribución de probabilidad binomial negativa.

Unidad 4: Variables aleatorias unidimensionales continuas

Distribución gamma. Distribución exponencial como caso particular de la gamma. Distribución Beta. Desigualdad de Chebychev. Valores esperados de funciones discontinuas y distribuciones mixtas de probabilidad.

Unidad 5: Variables aleatorias bidimensionales

Distribuciones de probabilidades conjuntas, marginales y condicionales, caso discreto y continuo. Variables aleatorias independientes. Valor esperado de funciones de variables aleatorias. Covarianza. Valor esperado y varianza de funciones lineales de variables aleatorias. Distribución de probabilidad multinomial. Esperanza condicional.

Asignatura a acreditar: Estadística – Asignatura y carrera de origen: *Estadística para Economistas I – Licenciatura en Economía*

Unidad 7: Estimación puntual y por intervalos de confianza.

Unidad 8 y 9: Test de hipótesis.

Asignatura a acreditar: Comercialización – Asignatura y carrera de origen: *Marketing Turístico – Licenciatura en Turismo*

Unidad 5: Planeamiento estratégico y modelo de negocio

El Proceso Estratégico. Visión. Misión. Análisis FODA. Fijación de los Objetivos. Definición del Modelo de Negocio. Formulación de Escenarios y Estrategias. Implementación y Ejecución de la Estrategia. Control Estratégico. Unidades Estratégicas de Negocios. Matrices de Análisis Estratégico. Cadena de Valor. Estrategias Genéricas. Estrategias de Crecimiento: Crecimiento Intensivo. Integración Vertical. Diversificación. Estrategia Competitiva. El Plan de Marketing

Unidad 8: Gestión de producto y servicio

Producto: Concepto, Niveles y Clasificación. Mezcla y Línea de Productos. Envase, Embalaje e Etiqueta. El Concepto y Fases del Ciclo de Vida del Producto. Servicios: Naturaleza y Características. Mix de Servicios. Empresa de Servicios. Estrategias de Marketing de los Servicios. Sistema de Producción y Entrega del Servicio. Administración de la Demanda de Servicios y la Capacidad. Calidad de Servicios y Tratamiento de Quejas. Proceso de Lanzamiento de un Producto / Servicio: Etapas. Idea y Concepto de Producto. Pruebas. Introducción al Mercado.

Unidad 9: Gestión de la marca

Marca: Concepto, Elementos, Funciones y Desarrollo. Branding. Nombre y Simbología de Marca. Identidad e Imagen de Marca. Personalidad Marcaria. Discurso Marcario. Posicionamiento de Marcas. Share of Mind. Top of Mind. Estrategias de Marcas: Carteras de Marcas. Modernización, Revitalización y Reposicionamiento. Brand Equity. Modelos de Valor de Marca. Legislación.

Unidad 10: Gestión de precios

Concepto del Precio. Precio y Demanda: Elasticidad. Sensibilidad al Precio. Orientación en la Fijación de Precios: Costes-Competencia-Cliente. Valor Percibido. Valor Económico. Estrategias de Precios. Métodos de Fijación de Precios: Precios Psicológicos. Segmentación de Precios. El Precio y el Ciclo de Vida del Producto / Servicio. Precios de Lanzamiento para Nuevos Productos. Modificación y Cambio de Precio.

Unidad 11: Gestión de canales de distribución



UNIVERSIDAD
NACIONAL
DE LA PLATA

Concepto de Canal de Distribución. Funciones. Niveles y Tipos de Canales: Directos e Indirectos. Offline y Online. Selección de los Canales. Distribución Exclusiva, Selectiva e Intensiva. Cobertura Física y Ponderada. Administración del Canal. Franchising. La Distribución y el Ciclo de Vida del Producto. Distribución Física. Comercio Mayorista/Distribuidor: Características y Funciones. Comercio Detallista: Características y Clasificación. Merchandising. Category Management.

Unidad 12: Gestión de la comunicación

Comunicación: Concepto y Proceso. Objetivos de la Comunicación. Mezcla de Comunicación. Estrategias de Push y Pull. La Comunicación y el Ciclo de Vida del Producto / Servicio. Comunicaciones Integradas de Marketing: Publicidad. Relaciones Públicas. Promoción de Ventas. Marketing Directo e Interactivo. Comunicación Boca a Boca. Comunicación Online y en Redes Sociales. Community Manager.

Unidad 13: Gestión de venta

Venta Personal: Concepto, Finalidad y Características. El Proceso de la Venta Personal. Venta Relacional. Dirección de Ventas: Estrategias de Ventas. Gestión de Equipos de Venta. Televenta. Venta Online. Negociación Comercial: Concepto, Momentos y Elementos. Estrategias y Tácticas de Negociación: Método de Harvard.

Unidad 14: Marketing de servicios profesionales

Claves para el Marketing de Servicios Profesionales. Segmentación y Selección de Mercado Meta. La comprensión del cliente. Valorización de los Servicios Profesionales. Estrategias de relación y retención. Comunicación de los Servicios. El mercado de la consultoría externa. Posicionamiento del nombre. Propuesta Diferencial. El Servicios y el Honorario Profesional. ¿Cómo nos ven nuestros clientes? ¿Cómo eligen a sus Contadores o Consultores?

Asignatura a acreditar: *Marketing Turístico* – Asignatura y carrera de origen: *Comercialización – Contador Público*

Unidad 2: Las Estrategias Dinámicas de Marketing Turístico

La dirección de marketing turístico. Concepto. La organización emocional. Modelo Cynefin. La toma de decisiones. El valor emocional añadido. Turismo Entrepreneurial. El Modelo Omnihouse. El Marketing Ágil en Turismo: Las metodologías. Diferencias. Tipos de culturas. Los procesos como eje de la organización. Desarrollo y espectro de la relación. Organizaciones Híbridas. Estrategia en consonancia con la estructura. La Transformación y la Brecha Digital. La Sustentabilidad del Turismo. Las Tecnologías Disruptivas. Como Piensan los Algoritmos en Marketing: Bubble Filtering. Genius Loci. Opacidad

Unidad 4: El Comportamiento del Consumidor Turístico

El Proceso de decisión de compra (ZMOT). El Valor de Vida del Cliente (CLV). La rentabilidad del cliente. El concepto del cliente como activo de la empresa (customer equity).

Unidad 6: El Marketing Interno en Las Organizaciones Turísticas

El marketing interno. Establecimiento de la Cultura de servicio. Desarrollo del concepto de marketing para la gestión de RRHH. Difusión de la información de marketing entre los

empleados. La gestión del talento. El proceso del marketing interno. Incentivos para la retención del talento en la organización turística.

Unidad 7: Estrategias y Tácticas de Productos Turísticos. Los Servicios y las Experiencias La Experiencia del Visitante (CX). La importancia de las experiencias. Dimensiones de las experiencias. Los dominios de las experiencias. Marketing Sensorial. La gestión de los procesos. Sistemas de mapeo. Customer Journey.

Unidad 8: El Branding Turístico

La Marca País. Funciones de la Marca País. Características de la Marca País. Tipos de Marca País.

Unidad 9: Estrategias y Tácticas de Precio. La Gestión de Valor

El concepto de precio y su importancia como instrumento de marketing en empresas turísticas. Precio y Tarifa. Factores condicionantes en la fijación del precio. Métodos de fijación de precios en el sector turístico. Restricciones. Estrategias de precios. Revenue Management. Yield vs. non Yield management. Tarifa Media. Forecast. Ocupación. Calendario de Demanda. Inventario. Herramientas (Stop Sale, Cut off, Overbooking, Cupos).

Unidad 10: Estrategias y Tácticas de Canales de Distribución Turística

Naturaleza de los sistemas de distribución. Canales Directos e Indirectos: Longitud. Offline y Online. OTAS. Canales Híbridos Intermediarios: Agentes minoristas y mayoristas. Comportamiento y organización del canal turístico. Decisiones sobre el canal de distribución turístico. Evaluación de canales turísticos. El tour operador. La agencia de viajes. Los sistemas de distribución global: CRS y GDS. Distribución electrónica B2B (Business to Business) y B2C (Business to Consumer). Omnicanalidad. Proveedores.

Unidad 13: Marketing De Destinos Turísticos

Destino Turístico: Definición. Turisticidad y Coeficiente de Atractividad. La Importancia del Turismo en la economía de los Destinos Turísticos. Los Beneficios y el turismo sostenible. Tipos de destinos. La Identidad del Destino. La Imagen del Destino. Branding. Estrategias e Inversiones en el Turismo. Agroturismo y Turismo Espacial. Senderismo y Turismo Religioso. Turismo de Salud. Turismo de Aventura. Identificación de los mercados. Clasificación de los segmentos de visitantes al destino. Los Influencers. La recomendación. Engagement. Marketing de Ciudades.

Asignatura a acreditar: Estadística Aplicada – Asignatura y carrera de origen: *Estadística para Economistas I – Licenciatura en Economía*

Unidad 6: Estimación e intervalos de confianza para una muestra

Estimación puntual. Sesgo y error cuadrático medio de un estimador. Intervalos de confianza. Nivel de confianza y precisión. Determinación del tamaño de la muestra en la estimación por intervalos de confianza. Intervalos de confianza para la media y para la varianza de una distribución normal. Intervalos de confianza de nivel aproximado (muestras grandes) para una media y para una proporción.

Unidad 7: Test de hipótesis para una muestra

Formulación general del problema. Errores tipo I y tipo II. Nivel de significación y p-valor. Tamaño de la muestra y potencia del test. Test para media y varianza de una distribución normal. Tests de nivel aproximado (muestras grandes) para la media de una distribución desconocida y para una proporción. Relación entre intervalo de confianza y test de hipótesis.

Unidad 8: Intervalos de confianza y test de hipótesis para dos muestras

Diferencia de medias y cociente de varianzas para dos poblaciones con distribución normal. Intervalos y tests de nivel aproximado para medias de dos poblaciones con distribución desconocida (muestras grandes).

Unidad 9: Modelos lineales y correlación

Covarianza y correlación entre variables. Coeficiente de correlación de Pearson.

Modelos lineales. Regresión lineal simple: concepto. Estimación de una recta de regresión: método de los mínimos cuadrados. Esperanza y varianza de los estimadores. Varianza de la recta de regresión. Inferencias sobre los parámetros: pruebas de hipótesis e intervalos de confianza para los estimadores. Predicciones para la variable de respuesta. Bondad del ajuste: el coeficiente de determinación.

Unidad 10: Análisis de series de tiempo. Números índices

Series de tiempo. Componentes: tendencia, ciclo, estacionalidad. Suavizamiento mediante promedios móviles y suavizamiento exponencial. Números índices. Índices de precios. Índices de cantidades.

Asignatura a acreditar: *Estadística para Economistas I* – Asignatura y carrera/s de origen: *Estadística Aplicada – Contador Público/ Lic. en Administración*

Unidad 3: Variables aleatorias unidimensionales discretas

Distribución de probabilidad geométrica. Distribución de probabilidad binomial negativa.

Unidad 4: Variables aleatorias unidimensionales continuas

Distribución gamma. Distribución exponencial como caso particular de la gamma. Distribución Beta. Desigualdad de Chebychev. Valores esperados de funciones discontinuas y distribuciones mixtas de probabilidad.

Unidad 5: Variables aleatorias bidimensionales

Distribuciones de probabilidades conjuntas, marginales y condicionales, caso discreto y continuo. Variables aleatorias independientes. Valor esperado de funciones de variables aleatorias. Covarianza. Valor esperado y varianza de funciones lineales de variables aleatorias. Distribución de probabilidad multinomial. Esperanza condicional.

Asignatura a acreditar: *Economía del Turismo I (Enfoque Micro)* – Asignatura y carrera/s de origen: *Microeconomía I - Contador Público/ Lic. en Administración/ Lic. en Economía/ Tec. en Cooperativismo*

Capítulo 1: Definiciones introductorias

Curva de transformación. Introducción a los Bienes Públicos, su trascendencia en el turismo.

Capítulo 2: Teoría elemental de la demanda

Segmentación. Criterios para la clasificación de turistas. Elasticidades en los distintos segmentos y su relación con las clasificaciones existentes. Beneficios de la identificación del turista para los propios turistas y para los discriminadores de precios.

Capítulo 3: Teoría elemental de la oferta

Percepciones del producto turístico. La visión global de la demanda versus la visión específica desde la oferta. La estructura turística conjunta.

Capítulo 5: Teoría del comportamiento del consumidor

Obtención de la curva de demanda individual y de mercado. El caso especial de los bienes públicos.

Elección ingreso - Ocio en la determinación del tiempo destinado al turismo. Restricciones en la demanda de turismo. La segmentación y los tipos de turistas. La elección de destinos turísticos. Modelo de Lancaster. Crítica al Modelo de Lancaster en Turismo.

Capítulo 8: Mercado de bienes

Monopolio. Características y fuentes. Comportamiento del monopolista. Cuasi rentas. Discriminación de precios perfecta e imperfecta, su relevancia en el turismo. Regulación de mercados.

Estructuras de mercado en la oferta de servicios turísticos. Aspectos de la oferta turística (integración, concentración, capacidad fija, indivisibilidades).

Capítulo 10: Equilibrio general y bienestar

Externalidades. La intervención del estado en el turismo. Las externalidades en el sector turístico. Clasificación. Análisis costo-beneficio de los desarrollos del sector turístico. Congestión.

Asignatura a acreditar: *Economía del Turismo II (Enfoque Macro)* - Asignatura y carrera/s de origen: *Macroeconomía I - Contador Público/ Lic. en Administración/Lic. en Economía/ Tec. en Cooperativismo*

Unidad 1: Definiciones y conceptos

El Turismo y la macroeconomía.

Unidad 2: Encuadre general del análisis macroeconómico

Componentes del Producto Bruto Interno (PBI) y su medición. La contribución del sector turístico al PBI de la economía.

Unidad 3: Teoría macroeconómica de largo plazo

La economía abierta. Flujos internacionales de bienes y de capitales. La contabilidad exterior del sector turístico. Balanza comercial. Efectos del Turismo sobre la balanza comercial. Cuenta corriente, cuenta capital y balanza de pagos. El Turismo y la balanza de pagos. Turismo emisor

y receptivo. Tipo de cambio real y tipo de cambio nominal. Determinantes. Política comercial y efectos sobre el sector Turismo. Desempleo. Empleo en el sector Turismo.

Unidad 4: Teoría macroeconómica de corto plazo

Indicadores macroeconómicos de coyuntura. Actividad económica e indicadores del sector Turismo. Política fiscal y efecto multiplicador del gasto público y los impuestos. Multiplicador del Turismo. Movilidad de capital, tipo de cambio y consecuencias sobre el turismo.

Unidad 5: Macroeconómica del crecimiento

Turismo, desarrollo y crecimiento. Interrelaciones entre crecimiento económico y turismo.

Asignatura a acreditar: *Formulación y Evaluación de Proyectos Turísticos* - Asignatura y carrera de origen: *Finanzas de Empresas – Licenciatura en Administración*

Unidad 1: Sentido, marco y definición del proyecto

Definición de proyecto. Test crítico del sentido del proyecto: imperfección a explotar y problema a resolver. Coherencia estratégica. Elementos, parámetros, inversión, riesgos. Segmento de mercado. Ventaja competitiva e imperfección de mercado a explotar: barreras, participación en clusters y cadenas de valor. Recurso turístico y producto turístico: diferenciación. Tipo de proyectos e instancias de decisión. Vínculo con decisiones de inversión y de financiamiento. Ejemplos y tipo de proyectos en el sector turístico. La referencia del Mercado en la determinación del valor. Turismo sostenible como única forma de turismo.

Unidad 3: Fases de preparación y formulación de proyectos turísticos

Visión del proyecto desde el Sistema y Matriz de Marco Lógico. Ciclos y etapas en la formulación del proyecto. Estudio de mercado. Análisis de viabilidad. Pre-factibilidad y Factibilidad: viabilidad técnica, legal, económica, política y de gestión. Estudio organizacional y técnico. Sinergias. Operación y riesgo performance. Estudio económico y financiero. Análisis de rentabilidad, liquidez y riesgo.

Unidad 4: Evaluación de proyectos turísticos

Evaluación social de proyectos turísticos.

Asignatura a acreditar: *Marketing Turístico* - Asignatura y carrera de origen: *Marketing Estratégico – Licenciatura en Administración*.

Unidad 1. Introducción al Marketing Turístico

El contexto Exponencial. Modelo BANI. Definir el concepto y la naturaleza de los destinos turísticos. El marketing Exponencial, las redes sociales y su impacto en el turismo. La Singularidad Tecnológica en la administración de las relaciones con los clientes.

Unidad 2: Las Estrategias Dinámicas de Marketing Turístico

La dirección de marketing turístico. Concepto. La organización emocional. Modelo Cynefin. La toma de decisiones. El valor emocional añadido. Turismo Entrepreneurial. El Modelo Omnihouse. El Marketing Ágil en Turismo: Las metodologías. Diferencias. Tipos de culturas. Los procesos como eje de la organización. Desarrollo y espectro de la relación. Organizaciones

Híbridas. Estrategia en consonancia con la estructura. La Transformación y la Brecha Digital. La Sustentabilidad del Turismo. Las Tecnologías Disruptivas. Como Piensan los Algoritmos en Marketing: Bubble Filtering. Genius Loci. Opacidad

Unidad 4: El Comportamiento del Consumidor Turístico

El Proceso de decisión de compra (ZMOT). El Valor de Vida del Cliente (CLV). La rentabilidad del cliente. El concepto del cliente como activo de la empresa (customer equity).

Unidad 6: El Marketing Interno en Las Organizaciones Turísticas

El marketing interno. Establecimiento de la Cultura de servicio. Desarrollo del concepto de marketing para la gestión de RRHH. Difusión de la información de marketing entre los empleados. La gestión del talento. El proceso del marketing interno. Incentivos para la retención del talento en la organización turística.

Unidad 7: Estrategias y Tácticas de Productos Turísticos. Los Servicios y las Experiencias

La Experiencia del Visitante (CX). La importancia de las experiencias. Dimensiones de las experiencias. Los dominios de las experiencias. Marketing Sensorial. La gestión de los procesos. Sistemas de mapeo. Customer Journey.

Unidad 8: El Branding Turístico

La Marca País. Funciones de la Marca País. Características de la Marca País. Tipos de Marca País.

Unidad 9: Estrategias y Tácticas de Precio. La Gestión de Valor

El concepto de precio y su importancia como instrumento de marketing en empresas turísticas. Precio y Tarifa. Factores condicionantes en la fijación del precio. Métodos de fijación de precios en el sector turístico. Restricciones. Estrategias de precios. Revenue Management. Yield vs. non Yield management. Tarifa Media. Forecast. Ocupación. Calendario de Demanda. Inventario. Herramientas (Stop Sale, Cut off, Overbooking, Cupos).

Unidad 10: Estrategias y Tácticas de Canales de Distribución Turística

Naturaleza de los sistemas de distribución. Canales Directos e Indirectos: Longitud. Offline y Online. OTAS. Canales Híbridos Intermediarios: Agentes minoristas y mayoristas. Comportamiento y organización del canal turístico. Decisiones sobre el canal de distribución turístico. Evaluación de canales turísticos. El tour operador. La agencia de viajes. Los sistemas de distribución global: CRS y GDS. Distribución electrónica B2B (Business to Business) y B2C (Business to Consumer). Omnicanalidad. Proveedores.

Unidad 13: Marketing De Destinos Turísticos

Destino Turístico: Definición. Turisticidad y Coeficiente de Atractividad. La Importancia del Turismo en la economía de los Destinos Turísticos. Los Beneficios y el turismo sostenible. Tipos de destinos. La Identidad del Destino. La Imagen del Destino. Branding. Estrategias e Inversiones en el Turismo. Agroturismo y Turismo Espacial. Senderismo y Turismo Religioso. Turismo de Salud. Turismo de Aventura. Identificación de los mercados. Clasificación de los segmentos de visitantes al destino. Los Influencers. La recomendación. Engagement. Marketing de Ciudades.

Asignatura a acreditar: *Formulación y Evaluación de Proyectos Turísticos* - Asignatura y carrera de origen: *Finanzas de la Empresa – Licenciatura en Economía*

Unidad 1: Sentido, marco y definición del proyecto

Definición de proyecto. Test crítico del sentido del proyecto: imperfección a explotar y problema a resolver. Coherencia estratégica. Elementos, parámetros, inversión, riesgos. Segmento de mercado. Ventaja competitiva e imperfección de mercado a explotar: barreras, participación en clusters y cadenas de valor. Recurso turístico y producto turístico: diferenciación. Tipo de proyectos e instancias de decisión. Vínculo con decisiones de inversión y de financiamiento. Ejemplos y tipo de proyectos en el sector turístico. La referencia del Mercado en la determinación del valor. Turismo sostenible como única forma de turismo.

Unidad 3: Fases de preparación y formulación de proyectos turísticos

Visión del proyecto desde el Sistema y Matriz de Marco Lógico. Ciclos y etapas en la formulación del proyecto. Estudio de mercado. Análisis de viabilidad. Pre-factibilidad y Factibilidad: viabilidad técnica, legal, económica, política y de gestión. Estudio organizacional y técnico. Sinergias. Operación y riesgo performance. Estudio económico y financiero. Análisis de rentabilidad, liquidez y riesgo.

Unidad 4: Evaluación de proyectos turísticos

Evaluación social de proyectos turísticos.

Asignatura a acreditar: *Estructura Económica Societaria* - Asignatura y carrera de origen: *Derecho Empresario – Licenciatura en Administración*

Capítulo 1: Sociedades. Origen. Definición. Clasificación. Criterios orientadores. Empresa Familiar

Origen y evolución histórica de las Sociedades. Definición de Sociedad. Diferencias entre la sociedad y otros institutos. Naturaleza Jurídica de las Sociedades. Clasificación. La sociedad como contrato asociativo, como declaración unilateral de voluntad y como norma estatal. La sociedad como sujeto de derecho. Tipo social. Amparo del interés público. Amparo de las minorías. El amparo de los terceros. El principio de conservación de la empresa. Distinción sistemática de las Sociedades cerradas y abiertas. Empresa familiar.

Capítulo 2: Elementos para la existencia de la Sociedad de cómodo. Sociedades Unipersonales. Registración. Sociedades Simples

Elementos esenciales para la existencia de la Sociedad. Socios aparentes y ocultos. Sociedades de Cómodo. Las Sociedades Unipersonales: régimen aplicable. Elementos comunes a otros contratos. Inscripción registral. Efectos de la inscripción registral. Registro Nacional de Sociedades por Acciones. Organismos estatales registrales que realizan un control sustancial. Sistema de la Ley 19.550. La organización de los registros en la Argentina. Competencia y procedimiento de la Dirección Provincial de Personas Jurídicas, la Inspección General de Justicia de la Nación y la Comisión Nacional de Valores. Sociedades simples. Concepto. Diferencias.

Subsanación. Representación, Responsabilidad, Prueba, Disolución, Relaciones de los acreedores sociales y los acreedores particulares.

Capítulo 3: Contenido del contrato social. Nulidades. Teoría de la desestimación de la personalidad jurídica

Elementos esenciales tipificantes y no tipificantes. Régimen de Nulidades (arts. 18, 19 y 20 LGS). Objeto ilícito; Sociedad de objeto lícito con actividad ilícita; Sociedad con objeto prohibido en razón del tipo. Sociedad entre cónyuges; Herederos menores; Sociedades por acciones; La Doctrina Ultra vires. Capital Social. Concepto. Caracteres. Diferenciación con el patrimonio. Infracapitalización. Patrimonio social. Plazo de Duración. Prórroga y Reconducción. Organización de los Órganos sociales. Reglas para distribuir las utilidades y soportar las pérdidas. Estipulaciones Nulas. Cláusulas para establecer los derechos y obligaciones de los socios. Cláusulas atinentes al funcionamiento, disolución y liquidación de la sociedad. Teoría de la Desestimación de la Personalidad Jurídica. Consecuencias. Jurisprudencia. Deudas Laborales. Dolo o culpa del socio. Controlante.

Capítulo 5: La Contabilidad. Utilidades. Dividendos

La contabilidad. Funciones. Antecedentes. Exigencias formales y sustanciales. Prohibiciones. Correspondencia y documentación. Conservación. Libros contables obligatorios. Libros societarios obligatorios. Su reemplazo por ordenadores u otros medios mecánicos o magnéticos. Régimen probatorio de los libros. Investigación y exhibición de libros. Estados contables: Balance general, Estado de resultados, Notas complementarias, Cuadros anexos; Memoria. Concepto y funciones. Disposición previa de los estados contables. Etapas para considerar los estados contables. Aprobación. Impugnación. Reserva Legal. Otras reservas. Responsabilidad de administradores y síndicos. Actas. Ganancias. Pérdidas anteriores. Concepto de utilidad. Los dividendos. Concepto. Fijación. Su distribución: el pago anticipado, la cancelación de intereses. Repetición de dividendos. Procedimiento y forma de pago de los dividendos. Diferencia con la utilidad. Reservas facultativas o estatutarias. Capitalización. Dividendos Ficticios. Los Dividendos de Facto. Libros societarios y contables por Registros Digitales (Ley 27.349. Decreto 27/2018).

Capítulo 6: La integración y reorganización societaria. Transformación. Fusión y Escisión

Métodos de valoración de las empresas. Clasificación de la concentración empresarial. Integración Económica. Otras formas de concentración societaria. Formas no societarias de integración. Formas societarias no traumáticas. Límites. Participaciones sociales. Participaciones recíprocas. Sociedades vinculadas. Sociedades controladas. Formas de control. Transformación. Concepto. Clases. Requisitos. Responsabilidad anterior de los socios. Responsabilidad por obligaciones anteriores. Derecho de recesso. Socios disconformes. Socios con privilegio. Rescisión de la transformación. Caducidad de la transformación. Fusión. Concepto. Motivos para fusionarse. Diferenciación de la transferencia del fondo de comercio con la fusión. Legitimados. Clases de fusión. Efectos. Fusión por consolidación. Fusión por absorción. Requisitos. Constitución de nueva sociedad. Derecho de recesso. Preferencias. Revocación. Rescisión. Escisión. Concepto. Clases. Características. Escisión Fusión. Escisión constitución o Escisión propiamente dicha. Derecho de recesso. Preferencia de los socios.

Capítulo 7: Resolución Parcial. Disolución y Liquidación

Concepto. Diferencias. Efectos. Causales. Muerte de un socio. Exclusión. Causales de exclusión. Procedimiento de exclusión. Legitimados para iniciar la acción de exclusión. Suspensión provisional. Sentencia de exclusión. Efectos de la exclusión. Exclusión en sociedad de dos socios. Receso como resolución parcial. Retiro y renuncia. Disolución. Análisis de las distintas causales. Otras causales de disolución no previstas en el art. 94 y 94 bis LGS. Disolución judicial. Administradores: Facultades y deberes. Normas de interpretación. Disolución de las sociedades irregulares y de hecho. Liquidación. Concepto. Efectos de la liquidación. Naturaleza Jurídica de la sociedad en liquidación. Designación de los liquidadores. Cuestiones sobre la función de Liquidador. Remoción. Obligaciones. Facultades. Partición y distribución parcial. Balance final y distribución. Comunicación del balance y plan de partición. Distribución: ejecución. Cancelación de la inscripción.

Capítulo 8: Conflictos Societarios. Intervención Judicial

Concepto. Causas. Intervención Judicial. Antecedentes. Concepto. Causas. Figuras de intervención. Acción de fondo. Condiciones para su procedencia. Sujetos legitimados. Peligro en la demora. Contracautela. Distintas hipótesis de intervención. Finalización. Honorarios. Remoción del Interventor.

Capítulo 9: Sociedades constituidas en el extranjero

La nacionalidad. Ley aplicable. Principio de extraterritorialidad. Actos aislados. Ejercicio habitual. Tipo desconocido. Representante. Emplazamiento en juicio. Constitución de sociedad. Sociedad con domicilio o principal objeto en la República. Las sociedades off shore. Empresas Binacionales. Sociedades del Mercosur.

Capítulo 11: Sociedad de Responsabilidad Limitada

Elementos tipificantes. Denominación. El capital social y las cuotas sociales. Suscripción del capital. Aportes. Aumento de capital. Reducción de capital. La garantía por los aportes. Cuotas suplementarias. Cesión de cuotas. Efectos. Exclusión por justa causa. Instrumentación de la cesión. Limitación a la transmisión de las cuotas sociales. Fallecimiento de un socio. Incorporación de los herederos. Copropiedad de cuotas sociales. Derechos reales y medidas precautorias sobre las cuotas sociales. Sociedad de Responsabilidad Limitada Subtipo. Art. 299 inc. 2º LGS. Los Órganos Sociales. La Gerencia. Designación. Revocación. Renuncia. Finalización de las funciones. Fiscalización. Gobierno de la Sociedad. Reunión de Socios. Resoluciones sociales. Régimen de consultas. Competencia. Mayorías. Mayorías para la constitución de reservas. Derecho de Receso. Aumento y disminución del capital social. Impugnación de asambleas y de acuerdos de socios. Voto. Cómputo. Limitaciones. Actas. Diferencias entre la S.R.L. y la S.A.

Capítulo 12: Sociedad Anónima. Sociedad en formación. Constitución. Sociedad Anónima Simplificada (SAS)

Procedimiento de constitución. Constitución y forma. Constitución por acto único. Requisitos. Trámite administrativo de inscripción registral (art. 167 LGS). Regularidad. Constitución sucesiva. Constitución por suscripción pública. Programa. Aprobación. Recurso. Contenido del programa.

Plazo de suscripción. Contrato de suscripción. Fracaso de la suscripción. Reembolso. Suscripción en exceso. Obligaciones de los promotores. Asamblea constitutiva. Votación. Mayorías. Promotores suscriptores. Asamblea constitutiva. Orden del Día. Conformidad. Publicación o inscripción. Documentación en el período de formación. Responsabilidad de los promotores. Beneficios de promotores y fundadores. Sociedad en formación. Concepto. Actos cumplidos durante el período fundacional. Responsabilidades. Actos necesarios. Actos relativos al objeto social. Los demás actos. Asunción de las obligaciones por la sociedad. Efectos. Sociedades Anónimas Simplificadas (SAS). Ley 27.349. Decreto 27/2018. Caracterización. Constitución. Capital social. Acciones. Organización de la sociedad. Reformas del instrumento constitutivo. Registros Contables. Registros digitales. Simplificación de trámites. Transformación en S.A.S.

Capítulo 13: Sociedad Anónima. Capital social

Capital Social. Principios. Suscripción total. Capital mínimo. Terminología. Contrato de suscripción. Integración mínima en efectivo. Aumento de capital. Aumento del capital social dentro del quíntuplo de su valor. Aumento de capital por oferta pública. Nulidad de las emisiones de acciones realizadas en violación al régimen de oferta pública. Responsabilidad. Acción de nulidad. Ejercicio. Capitalización de reservas y otras situaciones. Ejemplos de capitalización. Capital Social. Suscripción previa de las emisiones anteriores. Suscripción insuficiente y mora en la integración. Sanciones. Aumento de capital. Suscripción insuficiente. Mora. Ejercicio de los derechos. Sanciones ante la mora en la integración. Derecho de suscripción preferente. Concepto. Derecho de acrecer. Ofrecimiento a los accionistas. Plazo de ejercicio. Debentures convertibles en acciones. Limitación. Extensión. Acción judicial del accionista perjudicado. Plazo para ejercerla. Resarcimiento. Limitación al derecho de preferencia. Condiciones: Supuestos de emisión. Emisión de acciones bajo la par. Con prima. Emisión con prima. Requisitos. Derecho de receso. Destino de la prima de emisión. Reducción de capital social. Reducción voluntaria. Requisitos. Requisitos para reducir voluntariamente el capital. Operación Acordeón. Reducción por pérdidas. Requisitos. Reducción obligatoria. Art. 206 LGS.

Capítulo 14: Sociedad Anónima. Las acciones. Bonos

Las Acciones. Distintas acepciones. Características. Valor nominal. Representación de las acciones. Títulos valores. Principios. Certificados globales. Certificados provisionales. Acciones Escriturales. Indivisibilidad de las acciones. Condominio. Representante. Formalidades esenciales de las acciones. Numeración. Libro registro de acciones. Transmisión de las acciones. Cesión. Garantía de los cedentes sucesivos. La transmisión de las acciones es libre. Transmisión de acciones nominativas endosables. Transmisión de acciones nominativas no endosables. Transmisión de acciones escriturales. Extensión de la limitación para transferir las acciones. Clases de Acciones. Clasificación de las acciones. Evolución de la nominatividad. Acciones ordinarias y preferidas. Derecho de voto. Incompatibilidad. Acciones ordinarias. Las acciones preferidas. Amortización de acciones. La Acción como objeto de negocios: Compraventa de acciones. Compra apalancada de empresas (Leveraged Buy Out o LBO). Pacto de sindicación de acciones. Clases. Instrumentación. Contenido. Validez. Usufructo. Prenda y embargo de acciones. Adquisición de sus acciones por la sociedad. Incumplimiento. Acciones adquiridas no

canceladas. Venta. Acciones en garantía. De los bonos. Caracteres. Bonos de Goce. Bonos de participación. Bonos de participación para el personal. Época de pago. Modificaciones de las condiciones de emisión.

Capítulo 15: Sociedad Anónima. Asambleas

Asamblea. Definición. Asistentes. Competencia. Obligatoriedad de las decisiones. Clases de asambleas. Lugar de reunión. Clases de asambleas. Asambleas Ordinarias. Asamblea Extraordinaria. Asambleas Especiales. Convocatoria. Oportunidad, Plazos. Convocatoria. Forma. Las asambleas unánimes. Asistentes a las asambleas. Obligados a asistir. Depósito de las acciones. Depósito. Comunicación previa. Libro de asistencia. Certificados. Calidad de accionista simulada. Depositario. Actuación por mandatario. Limitación para la representación. Intervención de los directores, síndicos y gerentes. Inhabilitación para votar. Presidencia de la asamblea. Quórum. Constitución y desarrollo de la asamblea. Votación. Orden del día. Cuarto intermedio. Accionista con interés contrario. Actas de las asambleas. Asamblea. Supuestos Especiales. Derecho de Receso. Causales. Titulares legitimados. Plazo para el ejercicio. Forma de ejercerlo. Revocación de la decisión que origina el derecho de receso. Fijación del valor. Plazo para el pago. Pago en efectivo. Reducción de capital. Quiebra de la sociedad. Derecho a voto. El voto de abstención. Pacto de sindicación de acciones. Impugnación de actos y decisiones asamblearias. Impugnación y nulidad de actos jurídicos. Nulidad. Titulares de la acción. Legitimados pasivos. Juez interviniente. Plazo para deducir las acciones. Acción del art. 251 de la LGS. Acción ordinaria. Mediación. Suspensión preventiva de la ejecución. Suspensión de decisión asamblearia que aprueba un balance. Otras medidas cautelares no previstas en la LGS. Sustanciación de la causa. Acumulación de acciones. Allanamiento. Responsabilidad de los accionistas. Art. 254 LGS. Revocación. Asamblea ratificatoria

Capítulo 16: Sociedad Anónima. El Directorio

Introducción. Cantidad de miembros. Director independiente. Comité de Auditoría. Condiciones para ser director. Duración en el cargo. Integrantes. Revocabilidad del cargo. Remoción. Garantía. Domicilio. Duración del cargo. Reemplazo de los directores. Renuncia de directores. Funcionamiento. Quórum. Mayorías para la toma de decisiones. Empate. Asesores. Reuniones a distancia. Remuneración de los directores. Retribución. Monto máximo. Retribución efectuada sin distribución de dividendos. Remuneración en exceso al monto máximo. Elección por categoría. Elección por acumulación de votos. Procedimiento. Exclusión del voto acumulativo. Prohibiciones e incompatibilidades. Remoción del inhabilitado. Carácter personal del cargo. Reuniones, convocatoria. Prohibiciones y limitaciones al Director. Contratar con la sociedad. Interés contrario. Exclusión del voto. Actividad en competencia. Mal desempeño del cargo. Extinción de responsabilidad. Acción social de responsabilidad. Condiciones, efectos, ejercicios. Acción de responsabilidad. Facultades del accionista. Acción de responsabilidad. Quiebra. Acción individual de responsabilidad. Representación de la sociedad. Comité Ejecutivo. Gerentes. El Director delegado. Directores de Hecho. El Directorio y el Interlocking.

Capítulo 17: Sociedad Anónima. Órgano de Fiscalización Interno. Control Externo

Consejo de Vigilancia. Normas aplicables. Organización. Facultades. Consejeros disidentes. Auditoría. Sindicatura. Designación de síndicos. Requisitos para ser síndico. Inhabilidades. Incompatibilidades. Duración en el cargo. Revocabilidad. Renuncia. Elección por clases. Elección por voto acumulativo. Sindicatura colegiada. Disidentes. Vacancia. Reemplazo. Remuneración. Indelegabilidad. Atribuciones y deberes. Extensión de sus funciones a ejercicios anteriores. Responsabilidad. Solidaridad. Aplicación de otras normas. Prescendencia de la sindicatura. Los socios. Fiscalización estatal. Fiscalización estatal permanente. Art. 299 LGS. Sociedades incluidas en el art. 299 LGS. Fiscalización estatal limitada. Extensión. Excepciones al régimen de fiscalización estatal limitado. Sanciones. Facultad de la autoridad de contralor para solicitar determinadas medidas. Fiscalización especial. Régimen de responsabilidad de directores y síndicos. Recursos. Plazo.

Capítulo 18: Sociedad en Comandita por Acciones. Sociedades de Garantía Recíproca

Caracterización. Confusión en una persona del doble carácter de socio. Normas aplicables. Constitución. Capital social. Denominación. Administración. Remoción del administrador. Acefalía en la administración. Asamblea. Partícipes. Prohibiciones a los socios administradores. Cesión de la parte social de los comanditados. Fiscalización. Normas supletorias. Sociedades de Garantía Recíproca. Ley aplicable. Objeto. Constitución. Requisitos. Autorización para su funcionamiento. Denominación. Tipos de socios. Acciones. Reembolso. Capital social. Capital mínimo. Aumentos de capital. Reducción de capital. Fondo de riesgo. Distribución de beneficios. Órganos sociales. Asamblea. Consejo de administración. Sindicatura. Fusión. Escisión. Disolución. Disolución. El contrato de garantía recíproca. Relación entre la SGR y los socios. Extinción.

Capítulo 19: Sociedad en las que participa el Estado. Sociedades Cooperativas

Evolución histórica de estas figuras. Clasificación. Régimen contable y económico. La Sociedad del Estado: Su naturaleza y concepto. Objeto de su actividad. Sometimiento a la Ley General de Sociedades y normas que rigen sus actos. Capital. Organización. La Sociedad con Participación Estatal Mayoritaria: Naturaleza. Caracterización. Participantes. Régimen de mayoría estatal. Presupuestos básicos de la constitución. Organización. Inclusión posterior. Incompatibilidades. Remuneración. Directores y Síndicos por la minoría. Modificaciones al régimen. Las Sociedades de Economía Mixta: Concepto y naturaleza. Régimen. Cooperativas. Características. Constitución. Forma y Contenido del acta constitutiva y del estatuto. Instrumentación. Acta constitutiva. Contenido. Estatuto social. Contenido. Inscripción. Clases de cooperativas. Los asociados. Capital. Cuotas. Bienes aportables. Mora. Retiro, Exclusión o Disolución. Excedentes repartibles. Destino. Destino de excedentes generados por prestación de servicios a no Asociados. La contabilidad. Libros sociales. Órgano de deliberación. Clases. Quórum. Mayorías. Cuarto intermedio. Competencia. Derecho de receso. Impugnación. Órgano de administración. Integración. Renuncia. Representación. Fiscalización Privada. Integración. Atribuciones. Auditoría Externa. Disolución. Liquidación. De la fiscalización pública. Facultades. Sanciones.

Capítulo 21: Contrato de seguro

Funciones: transferencia y dispersión del riesgo. Concepto. Caracteres. Clasificaciones y su importancia. Partes en el contrato de seguro. La prima. Clases y determinación de su valor. El interés asegurable: Función. Concepto, caracteres, pluralidad de seguros. Interés asegurable y valor asegurado. infraseguro, sobraseguro y coseguro. Riesgo: concepto; caracteres. Riesgos asegurables. Riesgo putativo. Ausencia de riesgo. Pluralidad de riesgos. Póliza flotante o de abono. La póliza: contenido. Clasificación. Plazos. Comienzo. Plazo indeterminado. Prórroga tácita. Formas de extinción del contrato. Clases de seguros. Reaseguro.

Asignatura a acreditar: Derecho Empresario - Asignaturas y carrera de origen: *Estructura Económica Societaria + Actuación Profesional en la Justicia – Contador Público*

Unidad 5: Empresa en Crisis

Definición de crisis empresaria. Diferencia entre una empresa en crisis y una empresa insolvente. La Infracapitalización. Los controles preventivos para anticipar crisis y favorecer la toma de decisiones adecuadas. Diagnóstico de la situación de la empresa. Autodiagnóstico y diagnóstico de la competencia. Primeros síntomas de una empresa en crisis. Cesación de pagos. Falta de trabajo. Falta de adecuación a los cambios en el mercado. Las crisis como consecuencia del contexto internacional/regional exógena- o puede ser una gestión errada que viene “arrastrándose” de años previos a la crisis – endógena, o ambas.

Identificación del tipo de crisis. Propia de la empresa. Del sector. De la región. Del país. Mundial. Las crisis en las empresas pueden darse como consecuencia del contexto internacional/regional exógena- o puede ser una gestión errada que viene “arrastrándose” de años previos a la crisis – endógena, o ambas.

Viabilidad o no viabilidad de la organización. Estrategias desde el área comercial, recursos humanos, financiera y académica (Universidades y centros de investigación).

Clasificación del Ente en pequeña empresa, mediana empresa y empresa grande.

La reestructuración de la Empresa en crisis. Toma de decisiones operativas y financieras adecuadas en las distintas fases a las que se habrá de hacer frente en cualquier empresa.

Aumento de capital, capitalización de resultados para evitar el endeudamiento financiero.

Análisis de Fusión, transformación o escisión como mecanismos para soslayar la crisis.

Características principales de cada uno de ellos.

Unidad 6: Mecanismos judiciales y extrajudiciales para afrontar la crisis

Soluciones preventivas o liquidatorias, dentro y fuera de la ley concursal. Procesos preventivos de crisis, concursos preventivos y quiebras.

El Procedimiento Preventivo de Crisis (PPC), artículos 98 y subsiguientes de la ley 24.013. Definición, características principales. Las políticas proempresariales. Los mecanismos protectores del empleo como los subsidios al empleo (REPRO). Su evolución desde su creación a la actualidad.

El Concurso Preventivo: Concepto, marco legal. La insolvencia y las soluciones jurídicas. Disposiciones generales. Sujetos pasivos. Juez competente. Reglas procesales, Facultades y deberes del juez y del síndico. Funcionarios. Efectos de la apertura del Concurso Preventivo: Para el deudor. Administración de los bienes. Actos ordinarios, prohibidos y sujetos a

autorización. Viajes al exterior. Suspensión de los intereses. Para los acreedores y terceros. Juicios contra el concursado. Relaciones y créditos laborales: convenios colectivos; pronto pago. Créditos con garantías reales. Intereses. Deudas no dinerarias y en moneda extranjera. Contratos con prestaciones recíprocas pendientes; servicios públicos. Proceso de verificación. Reconocimiento y valoración de los pasivos. Informe individual. Informe General. Categorización de los acreedores. Período de exclusividad. Supuestos especiales. (Art. 48). Homologación y sus efectos. Conclusión del concurso preventivo. Nulidad. Incumplimientos del acuerdo.

Acuerdo preventivo extrajudicial: Características. Contenido. Requisitos para la homologación. Mayorías. Publicidad. Oposición Efectos.

La Quiebra. Declaración. La Quiebra como mecanismo de extinción de los pasivos. Tipos de quiebra, directa o indirecta. Efectos personales. Inhabilitación. Desapoderamiento. Incautación y conservación de bienes. Continuación de la explotación. Efectos de la quiebra en las relaciones laborales. Efectos generales sobre relaciones jurídicas preexistentes. Efectos sobre ciertas relaciones jurídicas en particular. Responsabilidad de terceros. Responsabilidad de representantes y de terceros; extensión; trámite. Responsabilidad contra socios y otros responsables. Realización de bienes. Informe final y distribución. Conclusión de la quiebra. Clausura del procedimiento.

Unidad 7: Responsabilidad

Instituidas en la Ley de Sociedades, en el Código Civil y Comercial, en las leyes impositivas y previsionales, en las leyes laborales.

Del Licenciado en Administración en Cargos Directivos.

Del resto de los integrantes de la Empresa.

Cómo proteger nuestro patrimonio individual si formamos parte de cargos directivos.

Asignatura a acreditar: *Estadística Aplicada* - Asignaturas y carrera de origen: *Estadística para Economistas I + Estadística para Economistas II – Licenciatura en Economía*

Unidad 9: Modelos lineales y correlación

Covarianza y correlación entre variables. Coeficiente de correlación de Pearson.

Modelos lineales. Regresión lineal simple: concepto. Estimación de una recta de regresión: método de los mínimos cuadrados. Esperanza y varianza de los estimadores. Varianza de la recta de regresión. Inferencias sobre los parámetros: pruebas de hipótesis e intervalos de confianza para los estimadores. Predicciones para la variable de respuesta. Bondad del ajuste: el coeficiente de determinación

Unidad 10: Análisis de series de tiempo. Números índices

Series de tiempo. Componentes: tendencia, ciclo, estacionalidad. Suavizamiento mediante promedios móviles y suavizamiento exponencial. Números índices. Índices de precios. Índices de cantidades.

Asignatura a acreditar: *Estadística Aplicada* - Asignatura y carrera de origen: *Estadística – Licenciatura en Turismo*

Unidad 9: Modelos lineales y correlación

Covarianza y correlación entre variables. Coeficiente de correlación de Pearson.

Modelos lineales. Regresión lineal simple: concepto. Estimación de una recta de regresión: método de los mínimos cuadrados. Esperanza y varianza de los estimadores. Varianza de la recta de regresión. Inferencias sobre los parámetros: pruebas de hipótesis e intervalos de confianza para los estimadores. Predicciones para la variable de respuesta. Bondad del ajuste: el coeficiente de determinación.

Unidad 10: Análisis de series de tiempo. Números índices

Series de tiempo. Componentes: tendencia, ciclo, estacionalidad. Suavizamiento mediante promedios móviles y suavizamiento exponencial. Números índices. Índices de precios. Índices de cantidades.

Asignatura a acreditar: *Matemática I* - Asignatura y carrera de origen: *Matemática II (Análisis)*
– *Licenciatura en Turismo*

Unidad 2: Noción de función

Funciones trigonométricas.

Unidad 3: Límites y continuidad

Teoremas de los valores intermedios de Bolzano y de los valores extremos de Weierstrass. Enunciados e interpretaciones.

Unidad 4: Derivada

Teoremas del valor medio de Rolle, de Lagrange y de Cauchy. Consecuencias. Enunciados, demostraciones e interpretaciones. Derivadas sucesivas. Fórmula de Taylor. Enunciados, demostraciones e interpretaciones.

Unidad 7: Integrales indefinidas

Métodos de integración: inmediatas, sustitución, por partes y de funciones racionales por descomposición en fracciones simples. Enunciados y demostraciones.

Unidad 8: Integrales definidas e impropias

Teorema del valor medio del cálculo integral. Enunciado, demostración e interpretación. Teorema fundamental. Enunciado, demostración e interpretación. Regla de Barrow. Enunciado, demostración e interpretación. Integrales impropias. Definición. Convergencia y divergencia.

Hoja de firmas