



## **Trabajo Integrador Final**



**Alumnos: López Cardone, Juan Ignacio  
Marchesini, Juan Pablo**

**Profesores: Massa, María Victoria  
Simon, Ezequiel**

**Fecha de Preentrega 10/10/2019**

## Índice

Resumen Ejecutivo	4
Definición del proyecto	5
Misión	5
Visión	5
Objetivos	5
Valores y compromisos	6
Análisis Pestel	6
Político - Legal:	6
Económico	9
Tecnológico	9
Sociocultural	10
Análisis FODA	10
Análisis de mercado	11
Target	12
Análisis de la Competencia	13
Posicionamiento	14
Estrategia de posicionamiento	16
Ventaja competitiva	17
Estrategia de precios	17
Canales de distribución	17
Producto	18
Logo:	18
Ubicación	18
Menú	18
Variedades de pizza:	18
Variedades de cerveza:	19
Mix de comunicación	19
Redes sociales	19
Venta directa	19
Estrategia de lanzamiento	19
Plan de acción	20
Plan de operaciones	22

Planos	22
Flujos	23
Listado de equipamiento	23
Plan de recursos humanos	25
Organigrama	25
Descripción del puesto de trabajo - Manual de funciones	25
Políticas de capacitación y reclutamiento	27
Requisitos para cada puesto	28
ANEXO	30
Investigación de mercado	31
Análisis de respuestas y gráficos	33
Plan de operaciones	37
Habilitaciones y contratos	37

## **Resumen Ejecutivo**

Es una pizzería sin tacc al paso que funciona de martes a domingos de 11 a 15 hs y de 20 a 00 hs respectivamente, esta se encuentra ubicada en Av. Corrientes 699, en la ciudad de Buenos Aires, Argentina. Nuestra idea de negocio surge a partir de observar la escasa oferta de productos sin tacc que se ofrecen en la ciudad. A partir de la faltante de estos productos, decidimos crear una nueva oferta gastronómica para satisfacer a ese público que aún se encuentra sin explotar.

Los productos que ofreceremos son pizzas sin contenido de tacc en todos sus ingredientes, de variedades clásicas, acompañadas de cerveza sin tacc artesanal, con un valor de ticket promedio de \$450 (2 porciones más bebida)

Tenemos una selección de pizzas decididas en base de una encuesta realizada a nuestros potenciales clientes, las cuales se pueden pedir por porción, media pizza o una entera.

Consideramos que el lugar estratégico para situar nuestra empresa es en Av. Corrientes, en la zona de microcentro, ya que, sin duda alguna, este barrio es el que tiene mayor tránsito de personas, además de que la calle corrientes se caracteriza por alojar a varias pizzerías en pocas cuadras. Contaremos con un local ubicado en calle Corrientes al 699, de 400 mts<sup>2</sup>, que tiene planta baja y subsuelo, en el cual se destinará al servicio la parte superior, y la parte inferior servirá de área de producción y almacenamiento.

Apuntamos a un público trabajador y a un público familiar, para aquellas personas que tengan celiaquía, alguna intolerancia o simplemente quieran comer una pizza más saludable, sin tacc, que sea sabroso y rápido para consumir en el momento.

La inversión total que hemos calculado para el proyecto es de \$1.751.794,05 pesos que tenemos pensado recuperar en un plazo de 3 años como objetivo.

## **Definición del proyecto**

Desarrollamos esta idea a partir de tener conocidos y familiares con intolerancias al tacc y ver que no hay ofertas que puedan satisfacer plenamente a este grupo.

Entonces nos enfocamos en crear una oferta que sea apta para todo el público en general, con o sin intolerancias al tacc y no dejando así una porción del mercado sin poder salir a disfrutar de una comida en familia, o de disfrutar de un servicio que los incluya.

Creemos que nuestra idea puede ser exitosa porque vemos que la oferta de servicios que incluyan a toda la población está sin explotar y es un buen mercado al que apuntar, creemos que los comensales valorarán la oferta de servicio distinta además de la inclusión de un grupo que ha sido relegado desde hace años.

## **Misión**

Ofrecer a nuestros clientes una variedad de productos que permitan a nuestro público disfrutar de elaboraciones propias e innovadoras, elevando materias primas distintas y brindando una experiencia diferenciadora.

## **Visión**

Ser una pizzería reconocida por elaborar productos con materia prima fuera de lo tradicional, con productos de calidad únicos teniendo así el más respetuoso trato con estos. sumado al cordial trato y respeto con nuestros clientes.

## **Objetivos**

Lograr un producto de características organolépticas similares a la pizza tradicional, pero con la utilización de materias primas sin tacc.

Conseguir que el consumidor pueda optar por cualquier opción del menú, siendo o no celiaco.

Integramos en un mercado competitivo con una propuesta diferente para un sector de la población que se ve afectado por la falta de las mismas.

Ofrecer una propuesta acorde a las necesidades de nuestros clientes, garantizando no solo un producto apto para el consumo de personas celíacas sino también de buena calidad.

### **Valores y compromisos**

- **Respeto:** Hacia el cliente interno, hacia el cliente externo y hacia todas las personas e instituciones que entran en contacto con nuestra empresa.
- **Honestidad:** Nos comprometemos a entregar un producto de igual característica a la que ofrecemos al mercado.
- **Responsabilidad:** Ofrecemos un producto sin alteraciones que puedan causar una ETA en personas con intolerancia o celiaquía y mantener una calidad a lo largo del tiempo
- **Integridad:** tratamos de hacer lo correcto operando siempre dentro del marco de la ley y cumpliendo las normativas de seguridad establecidas en el CAA.
- **Buena comunicación:** que todas las personas que trabajan y los consumidores que concurren a nuestro establecimiento se sientan integrados e identificados.

### **Análisis Pestel**

#### **Político - Legal:**

##### *Actualidad*

En cuanto al gobierno, se encuentra bajo el mandato de Mauricio Macri, desde diciembre de 2015 hasta la actualidad.

Los focos de la campaña comunicacional en cuanto a los objetivos políticos y durante las 1 elecciones y posterior a su triunfo versaron en alcanzar la pobreza cero, la erradicación del narcotráfico y la desigualdad social e impulsar el desarrollo internacional por medio del relacionamiento dentro y fuera del Mercosur.

##### *Actualidad política y próximas elecciones*

Argentina es un país actualmente sumido en una clara inestabilidad política, hecho que puede ejemplificarse haciendo referencia a los índices de Percepción

de la Corrupción, del Riesgo País<sup>1</sup> y de la rápida devaluación de la moneda argentina.

La ONG Transparencia Internacional, analiza 183 países y, de acuerdo a un régimen de indicadores puntúa entre 0 y 100 la alta corrupción versus la “limpieza política” de un país, siendo 0 la mínima calificación posible. Argentina resultó con un score de 40 que, según la escala indicada, tiene una alta carga de percepción de corrupción. También es cierto que el informe indica una mejora en el puntaje del país en términos interanuales, impulsada principalmente por la Ley 27275 de Derecho de Acceso a la Información, no obstante, esto no llega a equilibrar la percepción negativa.

Por otra parte, el Riesgo País – que mide la probabilidad o riesgo de que un Estado pague sus obligaciones en plazo y término – está desde mediados del 2018 en sus valores más altos en los últimos 5 años. Llegando en los últimos días de agosto a superar los 2000 puntos, esto pone en evidencia la vulnerabilidad del país frente a variaciones del contexto internacional, como los aumentos de las tasas de interés, que en nuestro caso agravan aún más el déficit fiscal debido al endeudamiento contraído frente al FMI.

A principios de agosto en Argentina, se realizaron las PASO<sup>2</sup> (elecciones Primarias, abiertas, simultaneas y obligatorias). Debido a los resultados obtenidos, ya que, si bien son elecciones primarias, la derrota por un amplio margen del gobierno actual generó cambios importantes en varios aspectos. Principalmente la suba desmesurada del dólar, el aumento del riesgo país y la baja de acciones de empresas argentinas en la bolsa.

En octubre se presentarán las elecciones definitivas dando así a la posible continuidad del actual gobierno o que asuma un nuevo gobierno. De suceder esto último, podrían generarse cambios drásticos políticos – económicos, afectando o beneficiando a distintos sectores.

#### *Leyes laborales y tributarias*

De acuerdo con los últimos datos disponibles del 2019, Argentina está en el puesto número 3 con una 10 representatividad de los impuestos pagados de 31,3% respecto a su PBI. Solo lo superan Cuba y Brasil con 41,7 y 32,2 respectivamente<sup>3</sup>.

Gran parte de estos porcentajes está acaparada por el IVA y el Impuesto a las Ganancias, aunque resulta también importante destacar el protagonismo del

---

<sup>1</sup> <https://www.infobae.com/economia/2019/08/29/se-vuelve-a-disparar-el-riesgo-pais-que-supera-los-2-200-puntos-basicos/>

<sup>2</sup> <https://fortuna.perfil.com/2019-08-12-205637-tras-las-paso-en-la-apertura-el-dolar-supera-50/>

<sup>3</sup> <https://www.bbc.com/mundo/noticias-47572413>

impuesto sobre los Ingresos Brutos y las Cargas Sociales, Aportes y contribuciones que pagan los negocios por el hecho de facturar y emplear.

Si tomamos, por ejemplo, los impuestos pagados por el empleador, se puede dar cuenta de que el costo de mantener un empleado en Argentina cumpliendo las legislaciones de forma perfecta, es altísimo. Empezando por las cargas sociales, que es una obligación mantenida con el Estado a pagar todos los en concepto de impuesto al trabajo y siguiendo por los aportes a la seguridad social, que paga el empleado, pero por medio de un régimen de retenciones que el empleador le aplica. Estos últimos representan un 17% del salario bruto de cada empleado en relación de dependencia que en total se reparte entre jubilación, obra social, Anses, Pami y Fondo Nacional de Empleo.

De acuerdo con cada Convenio Colectivo de trabajo, además de aportes y contribuciones, el empleador a su vez paga la cuota sindical, la cuota de sepelios y cuota mutual; todos impuestos por los sindicatos. Se suma a esto, además, el impuesto correspondiente a las Aseguradoras de Riesgo del Trabajo que se ubican en un intervalo entre el 2 y el 8% dependiendo el rubro que se analice. Sin entrar en mayores detalles de las alícuotas de cada impuesto y cómo se desglosan, es importante destacar que cualquier emprendimiento a medida que crece y toma nuevos recursos, debe tener en cuenta que el costo laboral de tener un empleado en blanco representa casi un 57% del salario percibido por este último. Hasta no reducirse el costo laboral, la realidad es que las empresas en muchos casos no tomarán nuevos recursos no por no querer, ni porque el crecimiento de la empresa no lo amerite, sino porque hacer crecer la estructura potencia los costos laborales al punto de poner en riesgo muchas operaciones. Por otra parte, se encuentran los Ingresos Brutos. Un impuesto difícil de eliminar siendo la principal fuente de ingreso para las recaudaciones provinciales y necesario para solventar sus gastos. El inconveniente de este impuesto es que se carga como costo en todos los subprocesos productivos de una cadena de abastecimiento y los termina costeadando el consumidor.

#### *Ley de defensa de la competencia*

Argentina cuenta, a su vez, con un sistema legislativo que favorece las buenas prácticas de mercado en materia de competencia, buscando evitar la monopolización y/o cartelización de la oferta de productos y servicios.

Tanto la Ley de Defensa de la Competencia como la protección de las marcas y patentes a cargo del INPI son relevantes a la hora de ingresar a un nuevo mercado o de desarrollar u nuevo emprendimiento. Estas cuestiones son vitales para reducir al mínimo la existencia de prácticas desleales que puedan – fuera del poder por trayectoria que tengan otros competidores del sector – perjudicar el establecimiento y desarrollo de un lanzamiento, actividad de la que se trata el presente informe.

### *Ley celiaca:*

En agosto de 2018 se sanciona la ley 5999, en la que establece que todo establecimiento gastronómico tiene obligación de servir, ofrecer y capacitarse, para obtener una certificación sobre alimentos sin gluten.

Igualmente, la ley tiene fallos<sup>4</sup> y es imposible de implementar<sup>5</sup>, dado que en muy pocos lugares es posible la implementación de esta ley sin que ocurra una contaminación con otros productos sin gluten.

Actualmente no hay una reglamentación a nivel nacional, ni que abarque todo el rubro sobre productos sin tacc.

### **Económico**

Argentina posee uno de los PBI más grandes de Latinoamérica, pero durante el año 2019 sufrió una caída de dicha variable del 1,3% en relación con el año 2018.

El índice de desempleo en 2019 trepó al 10,1%, lo que también genera una suba en el índice de personas bajo la línea de pobreza que ronda el 35%.

En 2019 Argentina sufre, una fuerte devaluación de la moneda local en relación al dólar, sobre todo en este 3er trimestre, en los que la depreciación es cercana al 60,2% en el transcurso del 2019.<sup>6</sup>

Esto fue provocado por diversas variables que se dieron en un entorno económico mundial poco favorable y sumando en que el país se encuentra en período electoral.

El peso es una moneda emergente y, como tal, se encuentra mucho más vulnerable a cualquier turbulencia que pueda sufrir la economía mundial.

Además, esto trae aparejado una progresiva pérdida de confianza que se genera en los mercados para lograr inversiones en el país, lo que profundiza entonces el problema.

### **Tecnológico**

El desarrollo de empresas locales y extranjeras en el ámbito local sobre deliveries y traslado de comida ha crecido fuertemente en Argentina, las empresas de rappi, glovo, pedidos ya y uber eats, están sentando las bases para que la gente desde la comodidad de sus casas haga los pedidos que ellos quieran y lo único que deben hacer es esperar a que lleguen.

---

<sup>4</sup> <https://www.nueva-ciudad.com.ar/notas/201908/41582-cruces-por-la-falta-de-reglamentacion-de-la-ley-de-celiaca-a-un-ano-de-su-sancion.html>

<sup>5</sup> <https://www.infobae.com/sociedad/2019/08/26/la-odisea-de-los-celiacos-a-un-ano-de-la-sancion-de-la-ley-advierten-que-no-es-posible-su-reglamentacion-en-restaurantes-portenos/>

<sup>6</sup> <https://www.lanacion.com.ar/economia/dolar/dolar-hoy-el-peso-argentino-moneda-mas-nid2241636>

Esto sumado a el impulso que está tomando mercado pagos, la automatización está llegando más lejos, logrando que la gente se quede más en casa.

## **Sociocultural**

En Argentina se estima que 1 de cada 100 personas es celíaca, un estimado de 400.000 argentinos con celiaquía<sup>7</sup>

A nivel social, gracias a encuestas las personas tienen noción sobre el tema, pero no abordan ni tratan de igualar en términos de derechos sobre productos con respecto al tacc.

Si bien en los últimos años se ha visto un incremento considerable en cuanto a la promoción y venta de estos, llegando así en el año 2019 a contar en el registro un total de 11200 productos, a comparación del año 2009 donde solo se registraban 1420, es decir que, en 10 años, ha habido una suba del 700% en cuanto a comercialización de estos.

Generalmente la comida sin tacc, está fuertemente asociado a comidas insulsas y feas, generando así en la gente una idea errónea de estas, por eso, empresas y asociaciones están trabajando fuertemente para revertir estos.

En el año 2018 se sanciona la ley sobre restaurants con menú celiaco, a un año de su implementación, todavía no se han registrado grandes cambios ni tampoco un aumento de establecimientos que sirvan comida sin tacc, esto sumado a los graves inconvenientes que esto provoca en cada establecimiento para no generar contaminaciones ni etas.<sup>8</sup>

## **Análisis FODA**

<b>Fortalezas</b>	<b>Debilidades</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Explotación de un mercado, en el cual no se han satisfecho sus necesidades hasta el momento.</li> <li>• Cercanía con el cliente y trato personificado.</li> <li>• Producto diferenciado de la competencia.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Materia prima más costosa que la utilizada por los competidores.</li> <li>• Falta de hábitos de consumo de productos sin tacc en la sociedad.</li> <li>• Falta de información.</li> </ul>

<sup>7</sup> <http://www.celiaco.org.ar/>

<sup>8</sup> <https://www.eldia.com/nota/2019-8-29-1-47-7-un-posible-adelanto-en-la-lucha-en-defensa-de-los-celiacos-opinion>

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Producto apto para el consumo de cualquier tipo de consumidor.</li> <li>• Productos de calidad, elaborados por personal calificado con todos los cuidados necesarios.</li> </ul>	
<p><b>Oportunidades</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Expectativa de un mercado creciente.</li> <li>• Sector de la sociedad con necesidad de consumir este tipo de productos.</li> <li>• Clientes con una necesidad sin ofertas disponibles en el mercado.</li> </ul>	<p><b>Amenazas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Competencia posicionada en el mercado.</li> <li>• Situación económica del país.</li> </ul>

Ante la amenaza de una competencia ya posicionada en el mercado, buscaremos posicionarnos con el tiempo apostando por un producto diferenciado con un plan de marketing adecuado apuntando a un sector del mercado que aún no ha sido explotado.

Si bien la economía del país es un factor que nos genera incertidumbre, apostaremos a un producto con un precio acorde a el poder adquisitivo de nuestros potenciales clientes sin dejar de privilegiar la calidad de nuestro producto.

Ante la falta de conocimiento de la sociedad, intentaremos brindarle la información que sea necesaria para eliminar cualquier duda o temor que puedan tener y lograr de esta forma una mayor cercanía hacia nuestros productos. A su vez, buscaremos de esta forma inculcar en la sociedad el consumo de productos sin tacc.

Si bien la materia prima a utilizar es mas costosa, intentaremos conseguir proveedores que nos faciliten materia prima de calidad a un precio accesible para obtener un producto de buena calidad a un costo acorde con lo que ofrece la competencia.

### **Análisis de mercado**

Para la investigación de mercado realizamos una recolección de datos primarios a través de una encuesta, en el cual contaba con preguntas abiertas de elección múltiple, preguntas cerradas y a desarrollar.

A través de esta buscamos interiorizarnos con la opinión de nuestros potenciales clientes, conocer sus gustos, definir el target y la viabilidad del proyecto.

Se obtuvieron un total de 114 respuestas, determinando los siguientes resultados:

- El 88% tienen entre 20 a 50 años, por lo cual es el público al que nos enfocamos.
- El 96% de los encuestados no es celíaco o no tiene intolerancia al tacc, pero el 70% de los mismos tiene un conocido que si lo es. A su vez el 55% de los encuestados tiene una noción básica sobre la celiaquía y que lo afecta, el 80% consumió productos sin tacc y un 86% estaría dispuesto a probarlo o volver a consumirlo. Por todo esto vemos que, si bien no existe un conocimiento amplio sobre el tema, la mayoría conoce a alguien o tiene algún conocimiento sobre celiaquía.
- Otro dato importante obtenido es que casi un 80% de los encuestados asistiría a nuestro local, mas de un 90% mostró interés en probar nuestras pizzas y cervezas y en un 95% de los casos irían por tener algún conocido con celiaquía.
- La mayoría de los encuestados utiliza redes sociales y suele almorzar en su trabajo por lo cual nos muestra que sería importante contar con un servicio de delivery a través de una aplicación.
- En cuanto al rango de precios, nos marca que nuestro cliente promedio será de clase media - media/alta.
- Con respecto a las variedades de nuestro producto, las respuestas fueron variadas determinando en un 90% la elección de variedades clásicas, lo cual nos deja en claro que no pueden faltar en nuestra oferta.

Todo esto refleja que es un proyecto viable ya que la gran mayoría de los encuestados mostró interés y aceptará para asistir a nuestro local o consumir nuestros productos.

## **Target**

Teniendo en cuenta el perfil demográfico nos enfocamos en un público sin limitaciones, de género indistinto, con edades entre 20 y 50 años, no obstante, cualquier persona con o sin intolerancia al tacc podría disfrutar de nuestro producto. Apuntamos a un nivel socio económico A/B/C.

Con respecto al perfil geográfico nuestro emprendimiento se centra en potenciales clientes que se encuentren en la zona de microcentro y lugares aledaños. Ante todo, aquellos cuyo puesto laboral este ubicado en las cercanías.

Este perfil se basa en que es una zona muy transitada debido a su ubicación céntrica.

En cuanto al perfil psicográfico nos centramos en personas que estén habituadas a consumir productos sin tacc en su hogar ya sea por necesidad o deseo, así como también a aquellos que están dispuestos a consumir un producto diferente y saludable.

Buscamos cubrir una necesidad insatisfecha en el mercado, poniendo a su alcance un producto de calidad que cuenta con las normas y características necesarias para la conformidad y seguridad de nuestro cliente.

### **Análisis de la Competencia**

Si bien nuestro producto se diferencia del resto por ser apto para celíacos y apuntar a otro sector del mercado, nuestros principales competidores serán todas las pizzerías que se encuentran en la zona.

Es decir, son competidores que ofrecen el mismo servicio, pero con un producto con distintas características.

Al hacer un análisis de la misma, encontramos que hay pizzerías con muchos años de tradición como Guerrín, otras con precios muy accesibles como Kentucky y en su mayoría cuentan con la posibilidad de consumir el producto al paso.

Es una zona muy transitada y con mucha proximidad con la competencia, por lo cual buscaremos apoyarnos en nuestra ventaja competitiva, para que el cliente opte por nuestro producto por ser diferente al resto.

Otra de las diferencias es que la competencia solo ofrece cerveza o chopp tradicionales y no cuenta con cervezas artesanales como en nuestro caso.

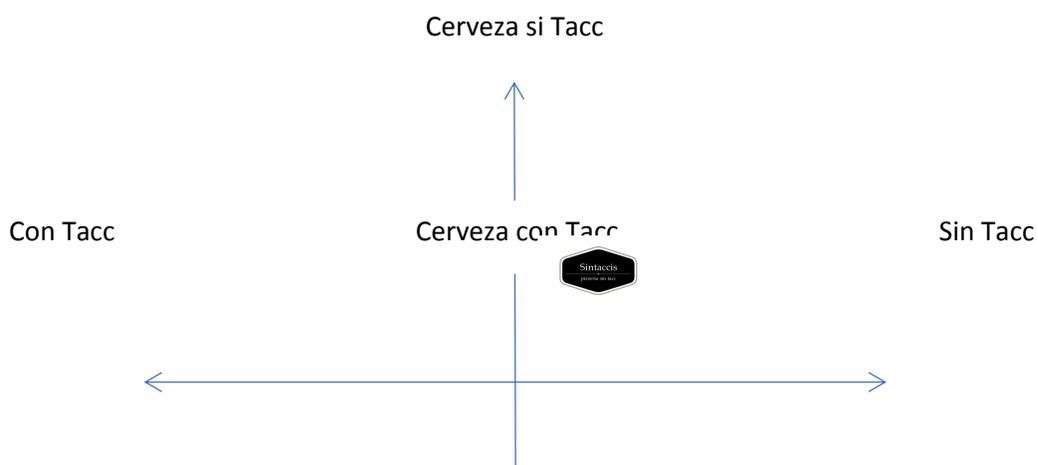
Seleccionamos a 5 de los principales competidores y realizamos el siguiente cuadro:

<b>Razón social</b>	<b>Banchero</b>	<b>Guerrin</b>	<b>Kentucky</b>	<b>El palacio de la pizza</b>	<b>Pizza genova</b>



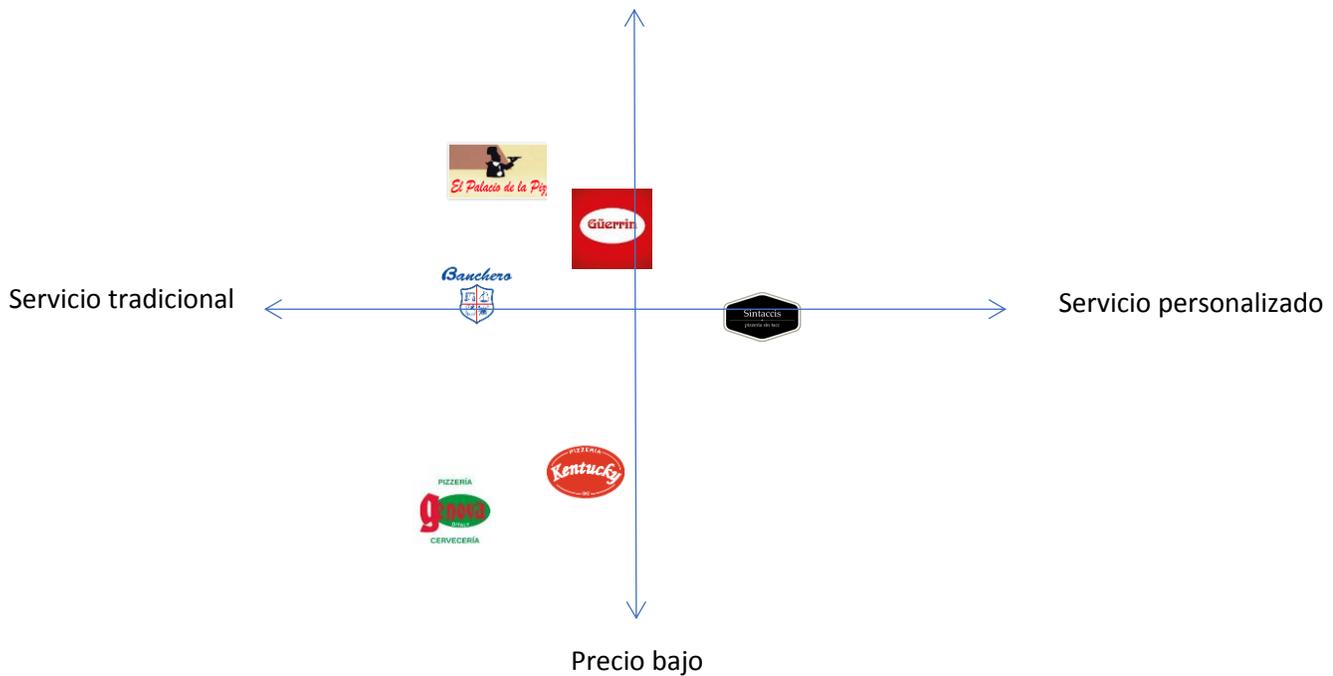
<b>Nº clientes estimados</b>	250	300	150	150	165
<b>Nº empleados estimados</b>	8	10	5	5	5
<b>Porcentaje del mercado</b>	8%	15%	5%	3%	3%
<b>Área geográfica</b>	Microcentro	Microcentro	Microcentro	Microcentro	Microcentro
<b>Locales</b>	Av. Corrientes y Montevideo. Av. Corrientes 1600	Av. Corrientes 1368	Av. Corrientes 1201	Av. Corrientes 751	Av. Corrientes 872
<b>Horarios</b>	8:00 – 2:00	11:00 – 1:00	11:00 – 00:00	7:45 – 1:00	24 hs.
<b>Perfil de precios</b>	\$350	\$350	\$200	\$300	\$200
<b>Fortalezas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Nombre con trayectoria</li> <li>Variedades de pizzas</li> <li>Clientela frecuente</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Nombre con trayectoria</li> <li>Fuerte peso en el mercado</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Opciones baratas para clientes</li> <li>Promociones</li> <li>Horarios</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Nombre fuerte en el mercado</li> <li>Clientes frecuentes</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Opciones baratas para clientes</li> </ul>
<b>Debilidades</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sin opciones sin tacc</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sin opciones sin tacc</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sin opciones sin tacc</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sin opciones sin tacc</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sin opciones sin tacc</li> </ul>

## Posicionamiento





Precio alto



### Estrategia de posicionamiento

El tipo de estrategia de posicionamiento que elegimos es por atributos al producto y comparándolo por la competencia.

Para poder posicionarnos nos basamos análisis a través de cuadros comparativos con respecto a nuestra competencia en el que enfocamos los puntos más importantes del producto y de los servicios.

Observamos que los competidores ofrecen productos de características similares, con una diferenciación marcada en el precio, principalmente impulsada por el peso del nombre (trayectoria) y la calidad de los productos

Para poder posicionarnos, buscaremos llegar al cliente ofreciendo un producto diferente a la competencia en el cual nos centramos en un punto no explotado por la competencia.

La participación activa la lograremos brindando a cada cliente una atención personalizada, además siempre estaremos dispuesto a escuchar las sugerencias de los mismos.

Para ser una empresa activa en redes sociales vamos a tener promociones, sorteos y además brindaremos información con relación a la celiacía y a los productos sin tacc, logrando así, informar al consumidor.

## **Ventaja competitiva**

Nuestra principal ventaja con respecto a la competencia es que ofrecemos productos libres de gluten, lo cual permite que sea apto para el consumo de cualquier persona.

Esto nos permite llegar con nuestra oferta a un público que se encuentra excluido por el hecho de que el producto que ofrece la competencia no es apto para su consumo.

Buscamos sostenernos en nuestra ventaja competitiva, ya que es la que nos permite marcar la diferencia y ofrecer un producto de calidad y diferente con características que no están disponibles en el mercado.

Además de ser un producto apto para el consumo de personas con celiacía, también tiene como beneficio que es un producto saludable para el consumo, por lo cual también buscamos llegar al cliente de esta forma.

## **Estrategia de precios**

Buscamos competir con un precio acorde, producto innovador y de elevada calidad. Aun sin ser el más económico debido al costo de nuestra materia prima, intentaremos ofrecer un producto a un precio accesible a nuestros clientes que nos permita competir en el mercado. Por lo tanto, estaremos incluidos dentro de una estrategia de precios bajos.

## **Canales de distribución**

Nuestro producto además de ser consumido en nuestro local – cuenta con la opción de envío a domicilio a través de las siguientes aplicaciones:

- Rapi, Pedidos ya, glovo.

Como es sabido el requisito para contar con este servicio es estar dentro de la zona de distribución.

## **Producto**

Elegimos el nombre de "sintaccis" buscando lograr un juego de palabras asociando parte del nombre con nuestro producto.

### **Logo:**

Decidimos por un logo moderno y a la vez atractivo para el cliente, mezclando nuestro nombre con una referencia a lo que hacemos.



## **Ubicación**

Nuestro local ubicado en Av. Corrientes al 600 tendrá una ambientación similar a la de las pizzerías tradicionales, con un sector destinado para la comida al paso y otro sector con mesas y sillas con atención personalizada.

## **Menú**

Elaboramos productos libres de gluten sin excepción por lo cual son aptos para el consumo de personas celíacas. Nuestro producto principal es una pizza, la cual se elabora acorde a la variedad.

También ofrecemos 3 tipos de cervezas libres de gluten, las cuales son provistas por un productor de cervezas artesanales y nos garantiza un producto seguro y de calidad.

Para la masa de pizza se utiliza una premezcla de harinas de maíz, arroz y mandioca.

### **Variedades de pizza:**

- Clásica: masa sin tacc, salsa de tomate, mozzarella, aceitunas negras.
- Especial: masa sin tacc, salsa de tomate, mozzarella, huevos, aceitunas verdes, morrón, jamón cocido.
- Fugazza: masa sin tacc, cebolla, cebolla morada, cebolla de verdeo, mozzarella, gruyere.
- Napolitana: masa sin tacc, salsa de tomate, mozzarella, tomate, albahaca, ajo.
- Del día: se ofrece una pizza diferente durante la semana.

**Variedades de cerveza:** rubia, roja y negra.

Nuestro producto puede ser consumido tanto en nuestro local, ya sea con reserva o en una mesa disponible o en la barra. También contamos con servicio de delivery a través de las aplicaciones.

## **Mix de comunicación**

### **Redes sociales**

Nuestro principal medio de publicidad de nuestro producto será a través de redes sociales, ya que creemos que actualmente es la forma más eficiente y adecuada de llegar a nuestro cliente.

A través de Instagram publicaremos horarios, promociones, ofertas e información que sea de utilidad para nuestros clientes sobre los productos sin tacc.

También utilizaremos Facebook publicando la misma información que Instagram, pero apuntado o que lo visualice el público de mayor edad o que no está familiarizado con Instagram.

Además, con la empresa que nos provee de cerveza sin tacc, tendremos una asociación para compartir mutuamente información de cada empresa y también promociones y sorteos que beneficien el conocimiento y la divulgación de ambos.

### **Venta directa**

Capacitación de los empleados para estar preparados para responder cualquier pregunta de los clientes eficientemente, atenderlos en forma personalizada y cordial.

### **Estrategia de lanzamiento**

Como primeras estrategias para anunciar nuestra apertura y darnos a conocer para atraer potenciales clientes, hemos decidido empezar con una campaña por redes sociales que comenzara a partir del 1/2/2020 y se irán publicando diversas fotos con datos y nuestros productos para que el futuro comensal se vaya enterando de lo que ofrecemos.

A partir del 3/2/2020 pensamos en instalar en el frente del local un plotter con nuestro nombre y el logo, mientras se está en proceso para la apertura oficial.

Colocaremos la frase de "PRÓXIMAMENTE", acompañado de "pizzas sin tacc", como información adicional en el plotter colocaremos nuestro nombre y nuestras redes sociales.

Desde el día 10/2/2020, tres días antes a nuestra apertura oficial se entregarán porciones de pizza de muzzarella y fugazetta a las personas que pasan por la puerta de nuestro local para que las personas prueben y conozcan el producto que vamos a vender, acompañados de un folleto indicando el día de apertura, los precios y las variedades de pizza que se ofrecerán.

### Plan de acción

meses antes		
Fecha	Tarea	Responsables
20/12/19	Inscripción de la sociedad en La Inspección General de Justicia (I.G.J) como SINTACCIS SRL a cargo de dos socios, Marchesini Juan Pablo y López Juan Ignacio. Se presenta el contrato de constitución y se realizan los aportes del capital social.	Gerentes de local
22/12/19	Alquiler del local.	Gerentes de local
Enero 2020	Se inician a cabo tareas de refacción del local: instalación y colocación de aire acondicionado, obra de baño, instalación del cielo raso, servicio de pintor, instalación de la vidriera con blindex, de la extracción de aire, colocación de matafuegos.	Gerentes de local, arquitecto y obreros
Enero 2020	Inscripción en el Banco Galicia abriéndose una cuenta corriente que se destina para uso comercial y se pide el postnet.	Gerentes de local
07/01/20	Inscripción en la A.F.I.P, se obtiene el número de C.U.I.T. Inscripción como responsables inscriptos, al Impuesto al Valor Agregado (IVA), Impuestos a las Ganancias, Impuestos a los Ingresos Brutos.	Gerentes de local
07/01/20	Inscripción en RENTAS, con la finalidad de anotarlos en las tasas e impuestos correspondientes a nuestra actividad. Luego se recibe el número que nos servirá para controlar las fechas de pagos.	Gerentes de local
07/01/20	Pedir habilitación municipal del negocio. Se presenta los dos anexos requeridos, el anexo técnico controlado por un arquitecto matriculado y el anexo notarial a cargo de	Gerentes de local

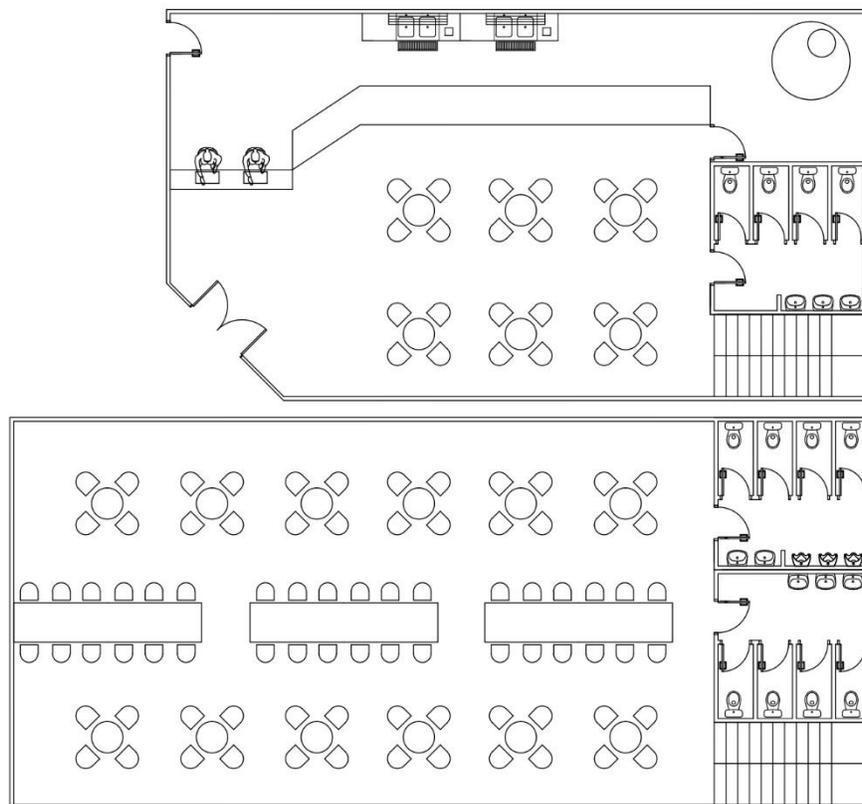
	un escribano público en la Dirección general de habilitaciones y permisos.	
07/01/20	Pedido de teléfono, internet, luz, gas, agua.	Gerentes de local
Del 20/12 al 10/01	Compra de maquinarias, herramientas, equipamiento y muebles.	Gerentes de local
10/01 al 13/01	Ambientación del local. Instalación de maquinarias, herramientas y equipamientos.	Gerentes de local
09/01/20	Inscripción de la marca legal	Gerentes de local
12/01/20	Búsqueda y análisis de proveedores. Elección de proveedores. Búsqueda y contratación del personal.	Gerentes de local
13/02/20	Pedido de materia prima inicial y vajilla descartable.	Gerentes de local
15/02/20	Preocupacional y capacitación de personal de cocina y de servicio.	Gerentes de local
16/02/20	Inscripción del personal a la Obra social, sindicato y compañía de seguros.	Gerentes de local
1/02/20	Creación de página web y redes sociales: Twitter, Facebook, Instagram.	Community manager y Gerentes de local
3/02/20	Instalación de plotter con la frase de "PROXIMAMENTE – pizzas sin tacc" y nuestras redes	Gerentes de local y empleado designado para esta actividad.
10/02/20	Evento de preapertura	Jefe de cocina y ayudante de cocina
13/02/20	Inauguración del negocio	Gerente general y socio gerente
28/02/20	Reunión de cómo va funcionando el negocio a dos semanas de la apertura.	Gerentes de local y todos los empleados
Todos los días, cuando sea necesario	Corrección de cualquier error que esté sucediendo en la cocina y servicio.	Gerentes de local
10/07/20	Análisis de ventas.	Gerentes de local



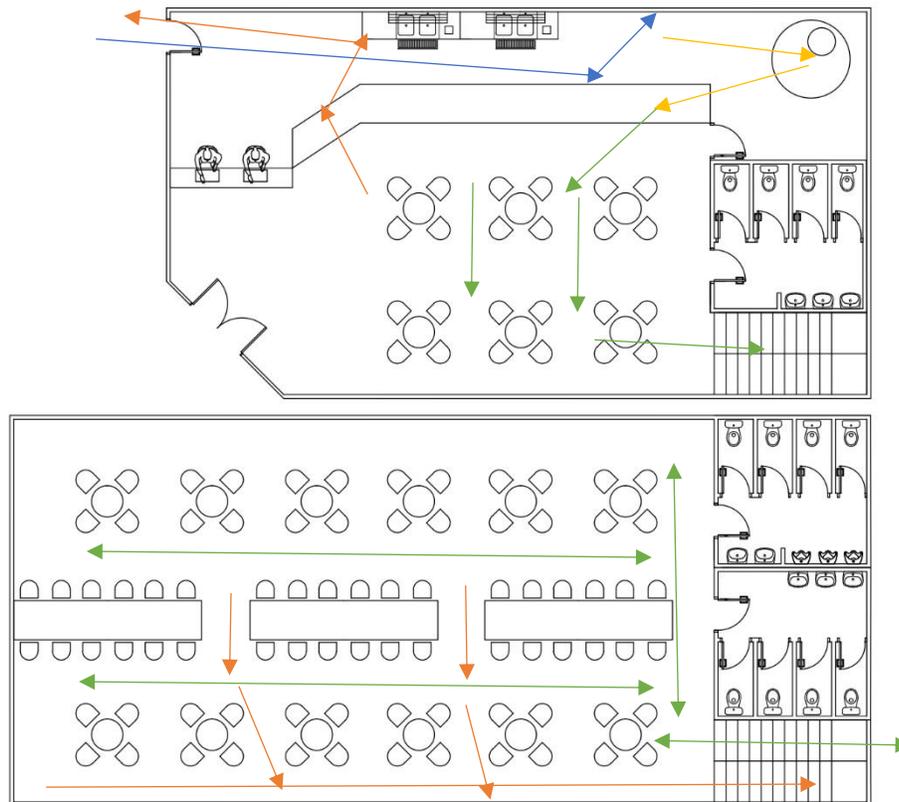
## Plan de operaciones

### Planos

1er plano, planta baja, 2do plano subsuelo



## Flujos



- Línea roja, desperdicios y basura
- Línea azul, materia prima
- Línea amarilla, producción y despacho
- Línea verde, servicio

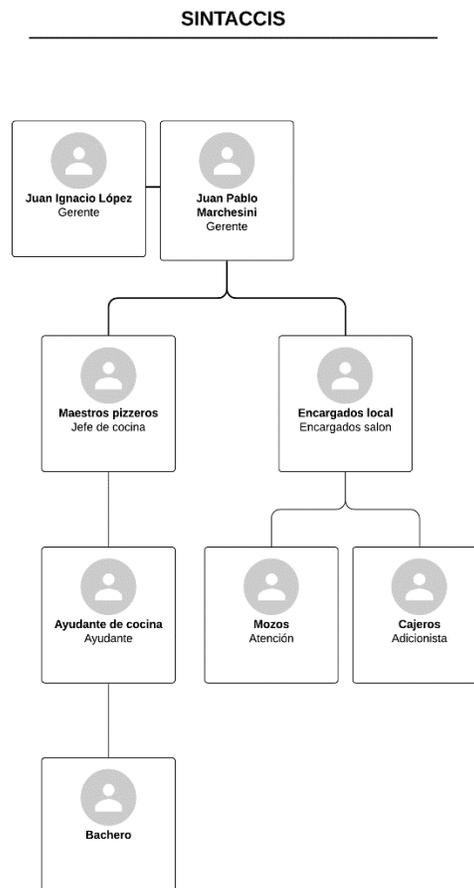
## Listado de equipamiento

- Mostrador recepción
- Caja registradora
- Heladera bajo mesada de 4 puertas
- Mesa de acero inoxidable
- Mantenedor de comida caliente
- Freidora
- Mesas y sillas
- Anafes
- Mesada de acero inoxidable
- Horno barro pizero

- Bacha
- Estanterías
- Heladera bajo mesada de 4 puertas
- Estanterías de secos
- Lockers para empleados
- Cámara baja temperatura
- Tachos de basura
- Pala pizzera
- Moldes de pizza
- Rueda pizzera
- Cuchillos
- Luminaria
- Vajilla
- Cubiertos
- Estantes
- Estantes escurridores
- Tabla colores para alimentos
- Contenedores de masa
- Bases para pizzas
- Balanza electrónica
- Mesa de trabajo
- Barra para comida al paso
- Tupper y contenedores para heladera
- Tupper y contenedores para almacenaje de preparaciones
- Lava vajillas

## Plan de recursos humanos

### Organigrama



### Descripción del puesto de trabajo - Manual de funciones

#### Manual de funciones

Rol	Funciones
Gerente general	- Socios, cima de la escala dentro de la Sociedad de Responsabilidad Limitada. - Control de costos.

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Control de calidad de producto.</li> <li>- Encargado de hacer la lista de pedidos de materia prima y bebidas.</li> <li>- Compra de mercaderías, productos de limpieza, vajilla descartable y todo lo que sea necesario.</li> <li>- Pago de sueldos.</li> <li>- Designar tareas y delegación de responsabilidades.</li> <li>- Capacitación de los empleados.</li> <li>- Presupuestos.</li> <li>- Pago de impuestos.</li> <li>- Control de la contabilidad del negocio.</li> <li>- Control, corrección y verificación de efectividad de las tareas delegadas.</li> </ul>
Encargado del local	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Control de stock</li> <li>- Designar tareas y delegación de responsabilidades.</li> <li>- Cierre de caja.</li> <li>- Control, corrección y verificación de efectividad de las tareas delegadas.</li> <li>- Control de calidad de producto.</li> <li>- Encargado de hacer la lista de pedidos de vajilla descartable y etc.</li> <li>- Atiende a los clientes en venta directa, cobra, entrega ticket y cambio.</li> <li>- Atiende el teléfono y los pedidos online.</li> <li>- Encargado de pasar el pedido al cocinero y al ayudante de cocina.</li> <li>- Manejo de caja registradora.</li> <li>- Cierre de caja.</li> <li>- Manejo de dinero rápido, respeto y amabilidad hacia el cliente.</li> <li>- Manejo de números para cierre de caja y para entrega de cambio.</li> </ul>
Mozos	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Toma de pedidos a clientes</li> <li>- Recepción de clientes</li> <li>- Limpieza de salón y baños</li> <li>- Control de calidad de producto</li> <li>- Encargado de pasar el pedido al cocinero y al ayudante de cocina.</li> <li>- Despacho de las pizzas para ventas online o pedidos</li> <li>- Manejo de bebidas</li> <li>- Informas y aconsejar a los clientes</li> </ul>
Jefe de cocina	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Delega responsabilidades al ayudante de cocina.</li> <li>- Control de stock, de fechas de mercaderías, de estado de productos manufacturados.</li> <li>- Realización de mise en place.</li> <li>- Cocción de prepizzas, almacenamiento de productos elaborados.</li> <li>- Encargado de PEPS (Primero entra, primero sale).</li> <li>- Encargado de realizar lista de pedidos: mercaderías y productos de limpieza.</li> <li>- Servicio y despacho. Encargado de dirigir la actividad para su óptimo funcionamiento.</li> <li>- Limpieza superficial del día a día.</li> </ul>

	- Limpieza profunda periódica.
Ayudante de cocina	- Recibe órdenes del jefe de cocina. - Recepción y control de mercadería. - Realización de mise en place. - Almacenamiento de mercadería. - Servicio y despacho.
Bachero	- Lava vajillas, seca, ordena cocina. - Armado de salón. - Limpieza superficial día a día - Limpieza profunda periódicamente - Limpieza de equipamiento.

### **Políticas de capacitación y reclutamiento**

Para el reclutamiento de nuestros empleados los requisitos que principalmente vamos a tener en cuenta como empresa serán en una escala de valores: responsabilidad, honestidad, respeto, comunicación, conducta, etc.

Los requerimientos que vamos a utilizar para el reclutamiento para los empleados serán: conocimiento sobre buenas prácticas de manipulación, conocimientos sobre gastronomía, conocimiento sobre TACC, buena presencia, buena predisposición para aprender, amabilidad, actitud positiva y simpatía.

El cumplimiento de estas aptitudes será primordial para que los seleccionados pasen la primera etapa.

En la segunda etapa, comenzaremos con la capacitación según el puesto:

- Los procedimientos para llevar a cabo las actividades: Los procedimientos detallados serán impresos y entregados a los empleados y además estarán incluidos en casa sector para que sean leídos y serán los siguientes:
  - Recetas y elaboración de estas con ingredientes y cantidades incluidas.
  - Modo de higienización de cada equipo y de vajilla en general.
  - Información que debe tener cada producto almacenado y modo de almacenamiento según el producto.
  - Cierre de caja.
  - Apertura y cierre del local.
  - Información necesaria para transmitirle al cliente sobre el TACC

### Requisitos para cada puesto

<b>Puesto</b>	<b>Requisitos</b>
<b>Cajero</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Manejo de dinero rápido.</li> <li>- Amabilidad hacia el cliente.</li> <li>- Manejo de números para cierre de caja y para entrega de cambio.</li> <li>- Manejo de caja registradora.</li> <li>- Aptitud para responder preguntas y solucionar inconvenientes.</li> </ul>
<b>Maestro pizzero</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Necesidad de conocimientos y experiencia en el área de producción, de mise en place, de cocción, de dirección de empleados y de atención al cliente.</li> <li>- Conocimientos en bromatología.</li> <li>- Armar horarios personal.</li> <li>- Capacitación de ayudantes y bachero den bpm.</li> <li>- Estandarización de recetas.</li> </ul>

<b>Ayudante de cocina</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Necesidad de conocimientos y experiencia en el área de producción, de mise en place, de cocción.</li> <li>- Conocimientos en bromatología.</li> </ul>
<b>Bachero</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Limpieza de cocina y equipamiento.</li> <li>- Limpieza de vajilla.</li> <li>- Ayuda limpieza salón a mozos.</li> </ul>
<b>Encargado de local</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Recepción de clientes.</li> <li>- Organizar a los mozos y cajeros día a día.</li> <li>- Organizar horarios semanales.</li> <li>- Tratar con clientes, informar y manejar quejas.</li> <li>- Apertura y cierre del local.</li> </ul>

## Plan financiero

# ANEXO

## Investigación de mercado

1. Sexo
  - Hombre
  - Mujer
  - Prefiero no decirlo
  
2. Edad
  - 20-30
  - 30-40
  - 40-50
  - Otra
  
3. ¿Usted es celíaco?
  - Si
  - No
  
4. ¿Tiene o conoce algún pariente o conocido celiaco?
  - Si
  - No
  - No sabe
  
5. ¿Tiene idea sobre la celiaquía? ¿Qué cosas lo afectan?
  - Se sobre el tema
  - Se lo básico
  - Muy poco
  - Nada
  
6. ¿Alguna vez probó comida sin tacc?
  - Si
  - No
  
7. Si en la pregunta anterior respondió no, por favor omita esta. La comida que probó, ¿Qué le pareció?
  - Rica
  - Buena
  - Insulsa
  - Fea
  - Otra
  
8. ¿Le interesaría probar comida sin tacc?

- Si
  - No
9. Si se encuentra en la zona de microcentro, ¿le interesaría asistir a una pizzería celiaca?
- Si
  - No
10. Cuando usted concurre a una pizzería ¿Qué variedades consume más?
- Mozzarella
  - Napolitana
  - Fugazza
  - Especial
  - Otra
11. Si algún familiar o amigo con celiaquía le comenta de concurrir a este lugar, ya que puede disfrutar de una pizza y cerveza que no le afecte por contaminación o por materia prima ¿iría?
- Si
  - No
  - Tal vez
12. ¿Le interesa la propuesta de una pizzería al paso con pizzas clásicas y cerveza hechas con productos sin tacc?
- Si
  - No
13. ¿Por qué?
14. ¿Qué medios de pago suele utilizar?
- Efectivo
  - Debito
  - Crédito
  - Mercado pago
15. ¿Cuánto suele gastar cuando sale a comer a una pizzería? (precio por 2 porciones + bebida)
- Hasta \$150
  - Hasta \$200
  - Hasta \$250
  - Hasta \$300
16. ¿Suele almorzar en su trabajo, pide o sale?
- Come ahí
  - Pide

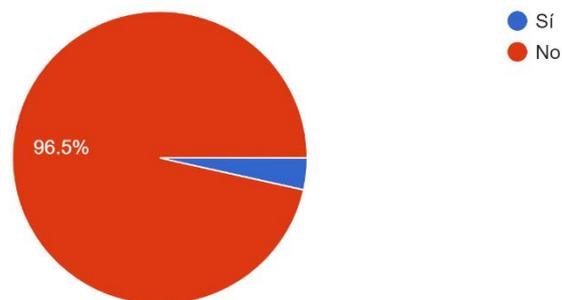
- Sale
  - No come
17. ¿Qué redes sociales suele utilizar?
- Facebook
  - Twitter
  - Instagram
  - Otra
18. ¿participa de sorteos o promociones en Instagram?
- Si
  - No

### Análisis de respuestas y gráficos

Sobre 114 respuestas obtenidas, estos son alguno de los resultados

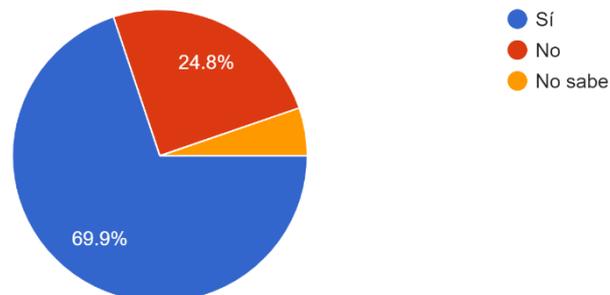
¿Usted es celíaco?

114 respuestas



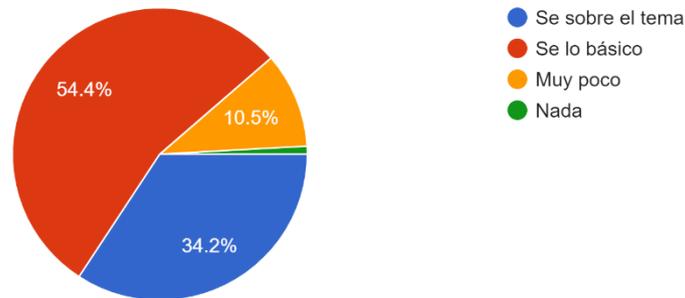
¿Tiene o conoce algún pariente o conocido celíaco?

113 respuestas



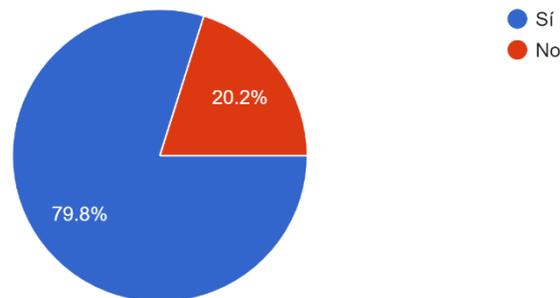
### 3. ¿Tiene idea sobre la celiarquía? ¿Qué cosas lo afectan?

114 respuestas



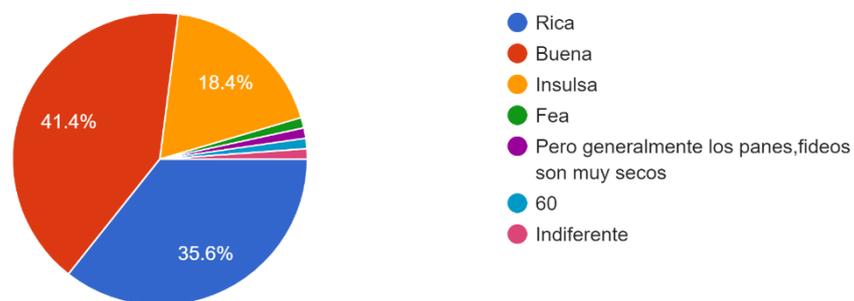
### 4. ¿Alguna vez probó comida sin tacc?

114 respuestas



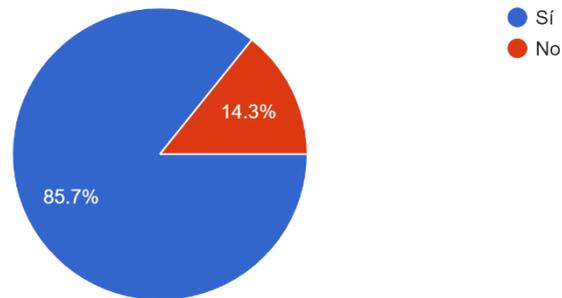
### 5. Si en la pregunta anterior respondió no, por favor omita esta. La comida que probó, ¿Qué le pareció?

87 respuestas



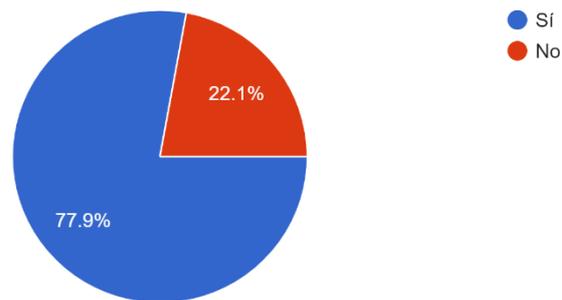
### Le interesaría probar comida sin tacc?

112 respuestas



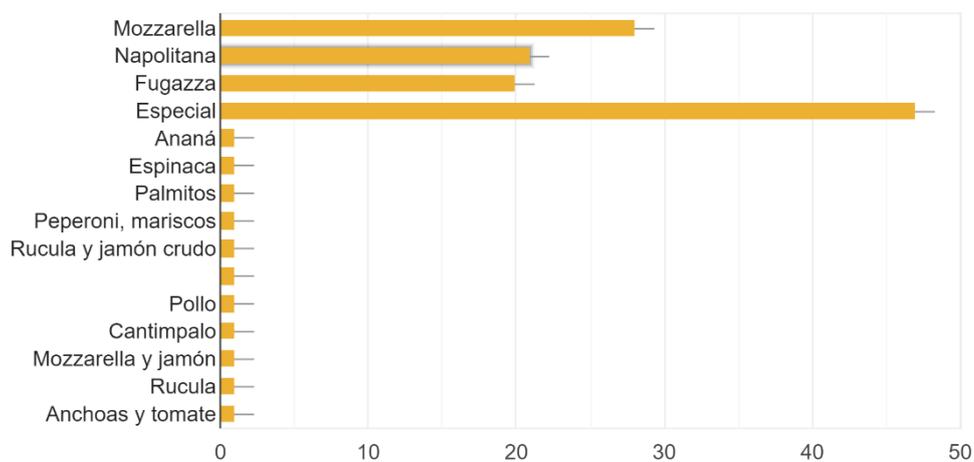
### 7. Si se encuentra en la zona de microcentro, ¿le interesaría asistir a una pizzería celiaca?

113 respuestas



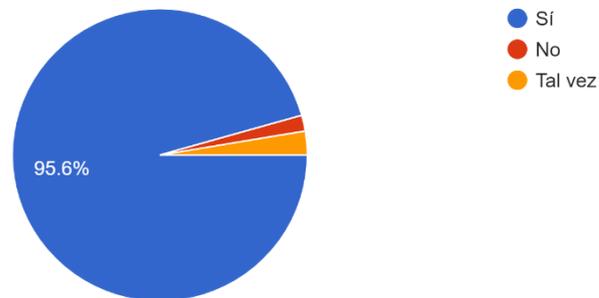
### Cuando usted concurre a una pizzería ¿que variedades consume mas?

111 respuestas



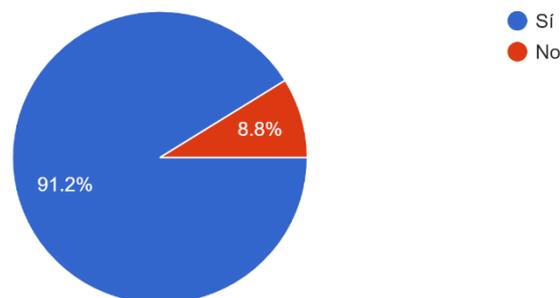
9. Si algún familiar o amigo con celiaquía le comenta de concurrir a este lugar, ya que pueden disfrutar de una p...taminación o por materia prima, ¿iría?

114 respuestas



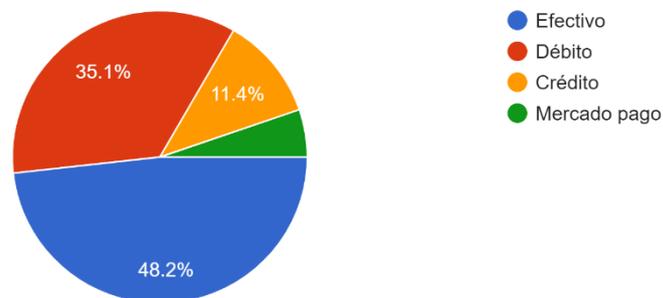
11. ¿Le interesa la propuesta de una pizzería al paso con pizzas clásicas y cerveza, hechas con productos sin tacc?

113 respuestas



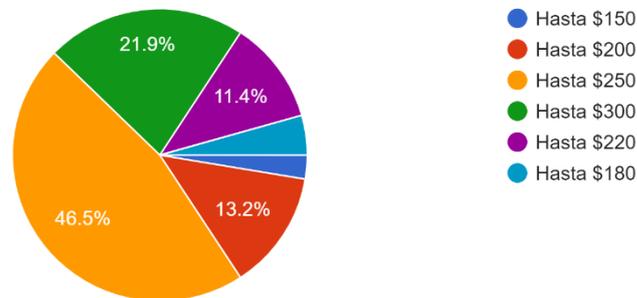
¿Qué medios de pago suele utilizar?

114 respuestas



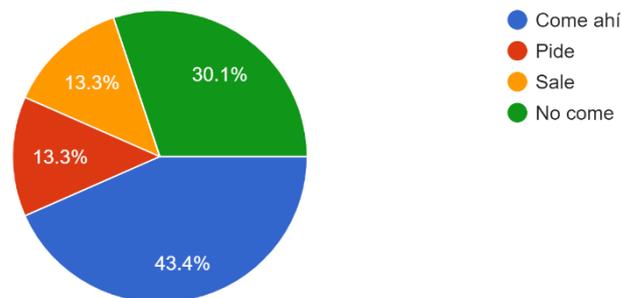
¿Cuanto suele gastar cuando sale a comer a una pizzería? (precio por 2 porciones + bebida)

114 respuestas



¿Suele almorzar en su trabajo, pide o sale?

113 respuestas



## Plan de operaciones

### Habilitaciones y contratos

#### CONTRATO SOCIAL DE “SINTACCIS” SOCIEDAD DE RESPONSABILIDAD LIMITADA.

En la ciudad Autónoma de Buenos Aires, provincia de Buenos Aires, a los 20 días del mes de diciembre de 2019 se reúnen los señores: López Cardone Juan Ignacio, argentino, DNI. N° 37296881, estado civil soltero, nacido el 28/06/1993, con domicilio en Dorrego 1851 de la ciudad de CABA, de profesión Lic. en Gastronomía; Marchesini Juan Pablo, argentino, DNI. N° 33472650, estado civil soltero, nacido el 28/12/1989,



con domicilio en calle Independencia 818 de la ciudad de CABA, de profesión Lic. en Gastronomía; todos hábiles para contratar, convienen la constitución de una Sociedad de Responsabilidad Limitada, que se regirá por las siguientes cláusulas en particular y por la Ley 19.550 y sus modificaciones en general.-

**PRIMERA: Denominación:** La sociedad girará bajo la denominación de SINTACCIS-

**SEGUNDA: Domicilio:** La sociedad tendrá su domicilio legal en la ciudad de CABA, provincia de Buenos Aires, en la calle Corrientes 699, pudiendo establecer agencias, filiales o sucursales en cualquier punto del país o del extranjero.-

**TERCERO: Duración:** El término de duración será de 99 años contados a partir de la fecha de inscripción en el Registro Público de Comercio.-

**CUARTO: Objeto:** La sociedad tendrá por objeto dedicarse, por cuenta propia o ajena o asociada con terceros, ya sea dentro o fuera del país, a la siguiente actividad: Expendedor de alimentos, sin tacc, principalmente pizzas que pueden ser consumidas al paso o en el mismo local.

A tal fin la sociedad tiene plena capacidad para adquirir derechos, contraer obligaciones y ejercer actos que no sean prohibidos por las leyes o por este contrato.-

**QUINTA: Capital Social:** El capital social se fija en la suma de pesos \$30.000 divididos en 300 cuotas de Pesos Uno (\$ 100.-) cada una valor nominal, totalmente suscriptas por cada uno de los socios de acuerdo al siguiente detalle: El socio López Cardone Juan Ignacio suscribe 150 cuotas de capital representativas de Pesos 15000; el Socio Marchesini Juan Pablo suscribe 150 cuotas de capital representativas de Pesos 15000; Las cuotas se integran en un 100 por ciento en dinero efectivo en este acto, o sea que los socios integran la suma de pesos 30.000 que se justificará mediante la boleta de Depósito del Banco de la Nación Argentina S.A.

En consecuencia el capital integrado en este acto asciende a la suma de pesos \$30.000 se comprometen a integrarlo, también en efectivo dentro del plazo de un año, contado desde su inscripción en el Registro Público de Comercio.-

**SEXTA: Administración, Dirección y Representación:** La administración, representación legal y uso de la firma social estará a cargo de los socios, gerentes designados por acta aparte. Para obligarla, firmarán en forma individual. Los gerentes en el cumplimiento de sus funciones, podrán efectuar y suscribir todos los actos y contratos que sean necesarios para el desenvolvimiento de los negocios sociales, sin limitación alguna, incluidos los especificados en los artículos 782 y 1881 del Código Civil y Decreto N° 5965/63 artículo 9, con la única excepción de prestar fianzas o garantías a favor de terceros por asuntos, operaciones o negocios ajenos a la sociedad.-

**SÉPTIMA: Fiscalización: Reunión de socios:** La fiscalización de la sociedad estará a cargo de todos los socios. En las deliberaciones por asuntos de la sociedad expresarán su voluntad en reuniones cuyas resoluciones asentarán en un libro especial rubricado, que será el libro de actas de la sociedad, detallando los puntos a considerar y firmado por todos los presentes. Las decisiones se adoptarán según las mayorías establecidas por el art. 160 de la ley 19.550. Podrá decidirse el establecimiento de un órgano de fiscalización según lo previsto en el art. 158 de la citada ley.-

**OCTAVA: Balance General y Resultados:** La sociedad cerrará su ejercicio el día 31 de diciembre de cada año, fecha en la cual se confeccionará un balance general, con sujeción a las normas legales y criterios técnicos usuales en materia administrativa y contable, que exponga la situación patrimonial a ese momento, como así también un estado de resultados del ejercicio. Una vez confeccionado el balance general, por intermedio de uno de los gerentes, se convocará a reunión de socios, a fin de ponerlo a disposición de estos para su conocimiento y consideración, en la forma que prevé para dichas reuniones la cláusula séptima. Si por circunstancias imprevistas o falta de quórum, la reunión no pudiera realizarse, el balance se considerará automáticamente aprobado si, dentro de los 10 días corridos a contar desde la fecha fijada para la reunión de los socios, no fuera objetado por la mayoría del capital social, objeciones que, en tal caso, deben efectuarse por escrito y fundadas. El balance deberá ser considerado dentro de los 120 días de cerrado el ejercicio y puesto a disposición de los socios con 15 días de anticipación. Si el ejercicio arroja ganancias, de éstas se destinarán el 5% para la constitución de la “RESERVA LEGAL”, hasta que la misma alcance el 20 % del capital social. Podrán constituirse además otras reservas facultativas que los socios decidan novilizables, dentro de los términos del artículo 70 de la ley 19.550 y sus modificaciones. Salvo lo dispuesto por el artículo 71 de la misma ley para el caso de existir arrastre de quebranto de años anteriores, el remanente de ganancias se distribuirá entre los socios a prorrata de importes y tiempos de sus respectivas integraciones de capital, acreditándose en sus cuentas particulares. Si el ejercicio arroja pérdidas, ésta se cargará a las reservas especiales y, defecto, a la reserva legal, en cuyo caso no se distribuirán ganancias futuras hasta su total reintegro. No contando esta última con suficiente saldo, el remanente se mantendrá en cuenta

especial hasta que sea cubierto por futuras utilidades, teniendo presente al respecto lo dispuesto por el artículo 71 de la Ley 19.550 y sus modificaciones. Las pérdidas de capital social no importarán la disolución de la sociedad si los socios acuerdan su reintegro.-

**NOVENA: Cesión de cuotas:** Las cesiones de cuotas entre los socios podrán celebrarse con la única limitación del mantenimiento de las proporciones de capital existentes entre los socios continuadores. Si algún socio desiste de la compra, los restantes podrán adquirir proporcionalmente sus cuotas. Las que se otorgarán a favor de terceros estarán sujetas a todas las condiciones establecidas por la ley 19.550 en el artículo 152. Las cuotas de capital no podrán ser cedidas o transferidas a terceros, sino con el consentimiento unánime de los socios. El socio que se propone ceder sus cuotas deberá comunicar por medio fehaciente tal circunstancia a sus consocios; quienes deberán notificar su decisión en un plazo no mayor de 30 días, vencido el cual se tendrá como autorizada la decisión y desistida la preferencia. En la comunicación que el socio cedente haga a sus consocios deberá indicar el nombre y apellido del interesado, monto de la cesión y forma de pago. A iguales condiciones, los socios tienen derecho de preferencia de compra. Se deberá dejar constancia en el Libro de Actas de la sociedad sobre la resolución que se hubiere adoptado y su posterior inscripción en el Registro Público de Comercio. Los futuros titulares de cuotas de capital por suscripción, cesión u otro concepto cualquiera, no adquirirán por ese solo hecho funciones gerenciales o de administración.

**DÉCIMA: Fallecimiento o Incapacidad:** En caso de fallecimiento, o por cualquier otra causa legal que importe el retiro o desvinculación de alguno de los socios, sus herederos o sucesores, podrán optar: a) por continuar en la sociedad en el lugar del socio fallecido, ausente, incapaz o eliminado. En este caso los herederos, sucesores o sus representantes legales, deberán unificar su personería y presentación en un solo y único representante frente a la sociedad, y en sus relaciones con la misma, quien no tendrá las facultades de los socios gerentes ni de los liquidadores; b) por retirarse de la sociedad percibiendo el valor proporcional que las cuotas del socio fallecido, ausente, incapaz o eliminado, puedan tener con relación al balance general, que se practicará a la fecha del fallecimiento, declaración de ausencia, incapacidad o exclusión del socio. Este balance deberá ser confeccionado dentro de los 60 días de acaecida la muerte o declaración de ausencia, incapacidad o eliminación del socio, con citación de los herederos, sucesores o representantes, a cuyos efectos deberán los mismos actuar bajo única y sola representación, unificando su personería. En el caso del apartado b) el importe resultante se le abonará a los herederos o sucesores en veinticuatro cuotas pagaderas, la primera de inmediato y las veintitrés restantes a partir de los sesenta días en veintitrés meses respectivamente, debidamente actualizadas con el interés fijado por el Banco de la Nación Argentina, para préstamos de capital ajustables, no pudiendo pretender los herederos o sucesores participación

alguna en las utilidades o beneficios sociales obtenidos con posterioridad al día del fallecimiento, declaración de insania, exclusión, etc. El representante de los herederos podrá o no ser socio de la sociedad, en caso de ser socio quedará sin efecto la prohibición establecida anteriormente de ser gerente o liquidador de la sociedad. La decisión de los herederos deberá comunicarse por éstos a la sociedad, en el término de diez días de ocurrido el fallecimiento, declaración de insania, ausencia o exclusión, con nombramiento del representante frente a la sociedad. En defecto de ésta comunicación se entenderá que deciden continuar en la sociedad en las condiciones fijadas por este artículo.

**DECIMOPRIMERO: Disolución y Liquidación:** La sociedad se disolverá por las causales de derecho establecidas en el art. 94 de la ley 19.550 y sus modificaciones. En tal caso la liquidación se practicará por los gerentes en ejercicio en ese momento, salvo que los socios, por las mayorías estipuladas en el punto séptimo decidan nombrar un liquidador, en cuyo caso lo harán dentro de los 30 días de haber entrado la sociedad en este estado. Los liquidadores actuarán de acuerdo a lo establecido en los artículos 101 a 112 de la ley 19.550, e instrucciones de los socios. Realizando el activo y cancelando el pasivo, el saldo tendrá el siguiente destino: a) se reembolsarán las cuotas de capital según su valor actualizado en moneda constante; y b) el remanente se distribuirá entre los socios en proporción a la participación de cada uno en las ganancias.

**DECIMOSEGUNDO: Diferencias entre los socios:** Cualquier duda o divergencia que se suscitare entre los socios acerca de la interpretación del presente documento o entre ellos y sus herederos, legatarios y/o representantes legales de un socio fallecido o incapacitado, durante la vigencia del mismo o al tiempo de la disolución, liquidación o partición de la sociedad será sometida a la decisión de los tribunales ordinarios de la ciudad de CABA, a cuya competencia se someten los socios, expresamente renunciando, a cualquier fuero de excepción, inclusive el Federal, si pudiere corresponderles.-

Bajo las cláusulas que anteceden, dejan constituida los otorgantes la presente Sociedad de Responsabilidad Limitada; y previa lectura y ratificación del presente documento, a cuyo fiel y estricto cumplimiento se obligan en forma legal, firman el mismo en 2 ejemplares de un mismo tenor y a un solo efecto, en el lugar y fecha más arriba  
indicados.-

FIRMAS.-

## CONTRATO DE LOCACIÓN COMERCIAL

Claudio Marcelo López (D.N.I. N° 17168024) con domicilio en Cabrera 3276, por una parte, en lo sucesivo denominado como LOCADOR, y por la otra Juan Ignacio López Cardone DNI 37296881, y Juan Pablo Marchesini DNI 33472650 adelante llamados LOCATARIOS, convienen en celebrar el presente contrato de LOCACIÓN sujeto a las cláusulas siguientes y a las disposiciones del Código Civil y Comercial.

PRIMERA: Destino: EL LOCADOR, cede en locación con a los LOCATARIOS, que acepta ocupar en tal carácter el inmueble ubicado en calle Corrientes 699 El bien se destinará exclusivamente al rubro comercial de gastronomía, no pudiéndose variar su destino, ni utilizarse como vivienda permanente o transitoria, ni del titular ni sus empleados.

SEGUNDA: Plazo: Las partes acuerdan que el plazo de vigencia de la locación será de 36 meses a contar del día 22 del mes de diciembre del año DOS MIL DIECINUEVE, operando el vencimiento de pleno derecho, sin necesidad de notificación alguna el día 22 de diciembre de 2022, fecha en la que el LOCATARIO deberá restituir el inmueble al LOCADOR en el estado previsto en la cláusula cuarta. —

TERCERA: Precio: Las partes convienen libremente como precio de la locación la suma de PESOS \$35000 mensuales. El mismo será abonado en efectivo o donde el locador lo manifieste en el futuro. La mora se producirá de pleno derecho, sin necesidad de notificación ni de interpelación alguna, devengando la suma adeudada por cualquier concepto un interés punitivo diario, equivalente dos por ciento, que se calculará hasta el momento de la cancelación total, desde el día 1 del mes impago, para el supuesto del alquiler. En caso de mora, las notificaciones que se cursen, tanto al LOCATARIO como a GARANTES, mediante cartas documento o telegramas colacionados a los domicilios especiales constituidos en el presente, para el caso de que por cualquier causa no sean recibidas por los destinatarios o devueltas al remitente, se darán por notificadas a las partes en la fecha de devolución que figure en el aviso o pieza restituida. Así mismo las partes convienen la vía ejecutiva para el caso de incumplimiento de las sumas establecidas.

CUARTA – Inmueble: el LOCATARIO declara que ha visitado el inmueble y comprobado que el mismo se encuentra en perfecto estado de conservación e higiene, muros y techos recién pintados, aberturas en buen estado, desocupado y en funcionamiento todas sus partes, obligándose el LOCATARIO a restituirlo en idénticas condiciones a las de recepción, manifestando que el mismo consta con sus aberturas, cerraduras, llaves, vidrios, pisos, revestimientos, instalaciones eléctricas, de agua fría y caliente, sanitarias con sus artefactos completos, grifería y los siguientes accesorios: Aire acondicionado, los que se encuentran en perfecto estado y funcionamiento, por lo que serán a su exclusivo cargo todas las reparaciones, reconstrucciones y/o refacciones que fueran menester realizar para el debido cumplimiento de esta obligación, cualquiera fuera la causa, naturaleza o cuantía del deterioro, aunque éstas fueran por fuerza mayor, o hechos de terceros y sin derecho a reembolso alguno a su favor. Al término de la relación contractual, el locatario deberá abonar al LOCADOR los gastos que ocasionen la compra de materiales y gastos de mano de obra para entregar el inmueble recién pintado y en excelentes condiciones. Cabe aclarar que ambas partes podrán presentar presupuestos para su comparación y estipular de este modo el costo final que deberá afrontar el LOCATARIO.

QUINTA – Obligaciones: Es obligación del LOCATARIO: a) efectuar la conexión del servicio de energía eléctrica a su nombre y cargo en un plazo no superior a los quince (15) días corridos, a partir de la suscripción del presente, y abonar su suministro hasta la fecha de corte de los servicios al momento de entrega del inmueble al LOCADOR, en el que deberá presentar la

correspondiente baja. b) Permitir el ingreso al inmueble al LOCADOR, o a quien éste designe, cuantas veces lo requiera. c) Sufragar por su cuenta y cargo todas las reparaciones, arreglos o entorpecimientos de los servicios sanitarios, cloacales, sus cámaras, instalaciones eléctricas, pluviales, etc., y realizar todas las mejoras de mantenimiento del inmueble que sean necesarias. d) Abonar las costas judiciales y extrajudiciales que se originen en el incumplimiento de las obligaciones contractuales. e) Respetar las ordenanzas municipales y exigencias de cualquier otra jurisdicción o naturaleza, por lo que asume la responsabilidad por todas las consecuencias que deriven de su inobservancia. f) El LOCATARIO durante la vigencia de este contrato tendrá a su cargo el pago del servicio de Internet, expensas ordinarias, y el pago del impuesto de luz, agua y gas devengado durante la relación locativa, los que se consideran accesorios al precio y podrán ser cobrados por la vía ejecutiva. g) Queda facultado EL LOCADOR a negarse a recibir el pago del arriendo hasta tanto no se dé cumplimiento a la obligación citada en el apartado F.

SEXTA: Prohibiciones: Le está prohibido al LOCATARIO: a) Efectuar alteraciones, modificaciones, mejoras e innovaciones en el bien locado o sus partes, sin consentimiento previo, expreso y por escrito otorgado por EL LOCADOR, quedando las que se introduzcan, consten o no con autorización, a beneficio de la propiedad, sin derecho a exigir al LOCATARIO indemnización, reintegro o devolución alguna (salvo acuerdo en contrario), y sin perjuicio de la facultad del LOCADOR de exigir su remoción para que recupere su estado anterior, a cargo del LOCATARIO. b) Ceder o transferir por cualquier título total o parcialmente los derechos de esta locación, sublocar o prestar, parcial, total o temporariamente so pena de declarar de pleno derecho la resolución judicial por EL LOCADOR, sin necesidad de requerimiento ni notificación alguna y promover el desalojo del inmueble, con la sola acreditación por éste del incumplimiento a este apartado por el LOCATARIO. c) Mantener (aunque fuera en forma transitoria) elementos que por su naturaleza, impliquen serios peligros para las personas o el bien alquilado.

SÉPTIMA: Garantía: La Sra. Micaela Solange Falasca D.N.I. 38847744, con domicilio en Dorrego 1851 y el Sr. Santiago López Cardone, D.N.I. .... con domicilio en calle Betbeder 1000, se constituyen en codeudores solidarios, fiadores y principales pagadora, con expresa renuncia a los beneficios de excusión, aviso, división de bienes y cualquier otro beneficio o prerrogativa que la ley pueda reconocerles y respecto a todas las obligaciones emergentes del presente contrato o impuestos por la ley, en especial por el pago de alquiler y sus accesorios, cualquiera fuera su monto y número de mensualidades impagas, toda carga y obligaciones pecuniarias de cualquier origen y naturaleza, importes o sumas punitivas, compensatorias y/o resarcitorias, costas y costos extrajudiciales o judiciales originadas por el incumplimiento del LOCATARIO y demás que se originen en la presente convención. Dicha fianza se extiende como vigente aún después de expirado el plazo contractual de la locación, mientras el LOCATARIO continúe ocupando el inmueble o adeudando cualquier concepto o suma, hasta la efectiva desocupación y entrega del inmueble al LOCADOR y recepción por éste en las condiciones pactadas, cancelación de toda deuda y cumplimiento de todas las obligaciones del LOCATARIO.

OCTAVA: Sustitución de garantía: Las partes acuerdan que es facultad del LOCADOR, el exigir el cambio de la garantía mencionada supra en el caso de fallecimiento o que aquella cayera en insolvencia, convocatoria, quiebra, concurso civil o inhibición personal. En dichos supuestos el LOCATARIO deberá suministrar nueva garantía a satisfacción del LOCADOR y en el plazo de diez días desde su requerimiento por ésta última, considerándose su incumplimiento causal de resolución contractual de pleno derecho y de desalojo.

NOVENA: ACCION DE DESALOJO: La falta de pago de dos meses de alquiler consecutivo, dará derecho al LOCADOR a, previos los trámites establecidos por la ley, considerar irrevocablemente rescindido el presente contrato de locación y convenio, pudiendo pedir el desalojo del bien y con derecho a reclamar las pérdidas e intereses que ocasionen el incumplimiento.

**DÉCIMA: COBRO POR VIA EJECUTIVA:** Queda establecido entre las partes y de acuerdo al art. 1208 del Código Civil y Comercial, sus concordantes y correlativos, la vía ejecutiva para el cobro de los alquileres atrasados, en los casos de mora, y para cualquier concepto como tasas, servicios pendientes, etc.

**UNDÉCIMA: DEVOLUCION DE LLAVES:** Si al entregar las llaves y desocupar el inmueble locado se comprobare la existencia de desperfectos, averías y/u obstrucciones imputables al LOCATARIO, éste quedará obligado a satisfacer el importe del alquiler mensual más lo establecido por la cláusula décimo cuarta por todo el tiempo necesario que transcurra, hasta que los desperfectos o deterioros sean reparados. La recepción por parte del LOCADOR del inmueble arrendado, aún sin reserva alguna de su parte, no importará conformidad con el estado del inmueble, por lo que el locatario deberá requerir comprobante de recepción en el que conste expresamente dicha circunstancia para su liberación

**DÉCIMO SEGUNDA: GASTOS DE SELLADO Y CERTIFICACION DE FIRMAS:** Las partes convienen que los gastos de sellado del presente contrato estarán a cargo del LOCATARIO en un cien por cien (100 %) del monto total del contrato.

**DÉCIMO TERCERA: DEPÓSITO EN GARANTÍA:** En garantía de las obligaciones contraídas mediante este contrato, el LOCATARIO da en depósito al LOCADOR la suma de PESOS 20000 (\$). Este importe no podrá computarse a pagos de alquileres atrasados o vigentes, penalidades, cargas u obligaciones debidas por aquel, con la salvedad de lo que ha continuación se conviene. Es en calidad de depósito de garantía y responde en parte o totalmente a los desperfectos, daños o roturas originadas en la propiedad, sus artefactos o accesorios, y que LOCADOR o sus representantes observen cuando el LOCATARIO al finalizar la locación, siempre y cuando de fiel cumplimiento a todas las obligaciones contraídas mediante este contrato, y restituye al inmueble y sus accesorios al término del presente a entera conformidad del LOCADOR.

Caso contrario dicha suma quedará en poder de este y sin perjuicio de iniciar acciones judiciales por mayor monto en caso de ser necesaria.

**DÉCIMO CUARTA: Cláusula penal:** Se estipula como cláusula penal, que ante el supuesto de que el LOCATARIO no restituya el inmueble en tiempo y las formas convenidas, otorga derecho al LOCADOR a exigir un valor mensual, por la ocupación indebida, equivalente a la triplicación del alquiler último vigente hasta la recuperación por EL LOCADOR de la disponibilidad material y jurídica del inmueble, no implicando ello tácita reconducción ni prórroga alguna, sin perjuicio del ejercicio de las facultades del artículo siguiente, pudiendo proseguir el cobro por la vía ejecutiva.

**DÉCIMO QUINTA: Pacto comisorio:** Cualquier incumplimiento por parte del LOCATARIO a las estipulaciones de este contrato, faculta al LOCADOR a declarar resuelto de pleno derecho el contrato de alquiler, exigir el desalojo inmediato y en su consecuencia promover todas las acciones que le competa en su favor, extrajudiciales, o judiciales, sea de desalojo, cobro de deuda, daños y perjuicios, etc., pactándose que en el supuesto de cobro lo sea por la vía ejecutiva.

**DÉCIMO SEXTA: Domicilios legales:** las partes acuerdan como domicilio legal, valido a todos los efectos judiciales o extrajudiciales, el siguiente;

1. a) EL LOCADOR en Lopez Jordan 1015, b) el LOCATARIO en el inmueble locado y LOS FIADORES en los domicilios anteriormente denunciados, los que subsistirán a todos los fines, aunque el inmueble fuera desocupado, salvo que notificación expresa en contrario

**DÉCIMO SÉPTIMA: RESOLUCIÓN ANTICIPADA:** De acuerdo a lo establecido en el art. 1221 del Código Civil y Comercial, el contrato puede ser resuelto anticipadamente por el

LOCATARIO después de transcurridos los primeros seis meses de contrato, debiendo notificar en forma fehaciente al locador. Si hace uso de la opción resolutoria en el primer año de vigencia de la relación locativa, deberá abonar al LOCADOR, en concepto de indemnización la suma equivalente a un mes y medio de alquiler al momento de desocupar el inmueble y la de un mes si la opción se ejercita transcurrido dicho lapso.

DÉCIMO NOVENA: Conforme las partes, previa lectura y ratificación, firman dos ejemplares de un mismo tenor y a un solo efecto, dejando expresamente aclarado que renuncian al fuero federal y/o cualquier otro de excepción que pudiera corresponderles, y se someten a la jurisdicción de los Tribunales Ordinarios de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires para cualquier cuestión que se plantee entre las mismas.



"2019 - Año de la Exportación"

**DECLARACION JURADA RESOLUCION GENERAL N° 7/2015**

Inspección General de Justicia  
Ministerio de Justicia y Derechos Humanos

Buenos Aires, 14/12/2019

**DECLARACION JURADA SOBRE LA CONDICION DE PERSONA EXPUESTA POLITICAMENTE**

En cumplimiento de lo dispuesto por el artículo 511 de las Normas de la Inspección General de Justicia, el que suscribe por la presente DECLARA BAJO JURAMENTO que las informaciones consignadas en el presente trámite son exactas y verdaderas, y que **SI ME ENCUENTRO** incluido en los alcances de la Resolución U.I.F. N° 134/2018 y modificatoria como Persona Expuesta Políticamente.

Además asumo el compromiso de informar cualquier modificación que se produzca a este respecto, dentro de los treinta (30) días de ocurrida, mediante la presentación de una nueva declaración jurada.

Firma

**López Cardone, Juan ignacio**

Aclaración

Documento: Tipo DNI N° **37296881**

N°

Denominación de la Entidad: **SINTACCIS**

Número Correlativo: **NO REGISTRADO**

Constituida: **NO**

Cargo en la Entidad: **Gerente**

Domicilio Real: **dorrego1851**

Relación con la Persona Expuesta Políticamente: - - -

Inciso de resolución UIF N° 134/2018 en el cual se encuentra comprendido: **I-04**

En caso de estar incluido en el inciso "**B" o "I"**", adicionalmente deberá completar de la P.E.P. referenciada en tal inciso:

Nombre y Apellido: - - - -, - - - -

Documento: Tipo - - - - N° - - - -

CUIT/CUIL/CDI N° - - - -



03141219A6A3390EE051C4128513668537407BC856

1490D8

 <b>F. 460/J</b> <b>PERSONAS JURÍDICAS</b>	Sello fechador de recepción	<input checked="" type="checkbox"/> SOLICITUD DE INSCRIPCIÓN <sup>(1)</sup>  <input type="checkbox"/> MODIFICACIÓN DE DATOS <sup>(1)</sup>	
DEPENDENCIA AFIP: <input type="text"/>	CUIT: <input type="text" value="20372968819"/>		
MOTIVO DEL TRÁMITE: <sup>(1)</sup>	ESPONTÁNEO <input type="checkbox"/>	OFICIO <input checked="" type="checkbox"/>	
<b>DATOS DE IDENTIFICACIÓN</b>			
DENOMINACIÓN DE LA ENTIDAD: <u>SINTACCIS</u>			
<b>DOMICILIO FISCAL</b>			
CALLE: <u>CORRIENTES</u>		Nº: <u>699</u>	
SECTOR: .....	TORRE: .....	PISO: ..... DPTO/ OFIC/ LOCAL: ..... MANZANA: .....	
DATO ADICIONAL: .....			
LOCALIDAD: <u>CIUDAD AUTONOMA DE BUENOS</u>		PARTIDO/ DEPARTAMENTO: <u>CABA</u>	
PROVINCIA: <u>BUENOS AIRES</u>		CÓDIGO POSTAL: <u>1414</u>	
<b>DOMICILIO LEGAL</b>			
CALLE: <u>CORRIENTES</u>		Nº: <u>699</u>	
SECTOR: .....	TORRE: .....	PISO: ..... DPTO/ OFIC/ LOCAL: ..... MANZANA: .....	
DATO ADICIONAL: .....			
LOCALIDAD: <u>CIUDAD AUTONOMA DE BUENOS</u>		PARTIDO/ DEPARTAMENTO: <u>CABA</u>	
PROVINCIA: <u>BUENOS AIRES</u>		CÓDIGO POSTAL: <u>1414</u>	
<b>OTROS DATOS</b>			
TIPO DE TELÉFONO: <u>CELULAR</u>	Nº: <u>2657637169</u>	DIRECCIÓN DE E-MAIL: <u>lopezjuanignacio95@gmail.com</u>	
<b>DATOS ECONÓMICOS</b>			
ACTIVIDAD SEGÚN NOMENCLADOR VIGENTE	DENOMINACIÓN	CÓDIGO	FECHA DE INICIO DÍA/ MES/ AÑO
ACTIVIDAD PRINCIPAL	expedio de comida y bebidas	552.119	10/02/20
ACTIVIDADES SECUNDARIAS			

DECLARACIÓN JURADA - ORIGINAL - Para la AFIP

 <b>F. 460/J</b> <b>PERSONAS JURÍDICAS</b>	Sello fechador de recepción	<input checked="" type="checkbox"/> SOLICITUD DE INSCRIPCIÓN <sup>(1)</sup>  <input type="checkbox"/> MODIFICACIÓN DE DATOS <sup>(1)</sup>
---	-----------------------------	--

<b>DATOS COMERCIALES</b>	
MES DE CIERRE DEL EJERCICIO: <u>12</u>	FECHA CONTRATO SOCIAL (DDMM/AAAA): <u>05/</u>
PORCENTAJE DE CAPITAL: NACIONAL: <u>100</u> %	EXTRANJERO: <u>      </u> %
ORGANISMO DE CONTRALOR: <sup>(2)</sup> <u>afip</u>	EXPEDIENTE N°: <u>      </u>
JURISDICCIÓN: LOCALIDAD: <u>      </u>	PROVINCIA: <u>      </u>

FORMA JURÍDICA <sup>(1)</sup>													
SOCIEDAD ANÓNIMA	COMANDITA POR ACCIONES	RESPONSABILIDAD LIMITADA	COLECTIVA	CAPITAL E INDUSTRIA	COMANDITA SIMPLE	DE HECHO	ASOCIACIÓN	FUNDACIÓN	COOPERATIVA	ECONOMÍA MIXTA	EMPRESA DEL ESTADO	PARTICIPACIÓN ESTATAL MAYORITARIA	ORGANISMO PÚBLICO
		<input checked="" type="checkbox"/>											
019	027	035	043	051	067	078	086	087	094	108	116	124	125
SUCURSAL EMPRESA EXTRANJERA	UNIÓN TRANSITORIA DE EMPRESAS	CONSORCIO DE PROPIETARIOS	DIRECCIÓN ADMINISTRATIVA ESTATAL	GARANTÍA RECÍPROCA	SOCIEDAD EN FORMACIÓN	MUTUAL	COOPERADORA	OTRAS ENTIDADES CIVILES	OTRAS SOCIEDADES	FONDO COMUN DE INVERSIÓN	FIDEICOMISO	FIDEICOMISO FINANCIERO	
132	159	167	175	183	191	203	215	223	237	238	239	240	241

DATOS TRIBUTARIOS			
IMPUESTOS		CARÁCTER <sup>(3)</sup>	
DENOMINACIÓN		CÓDIGO IMPUESTO	FECHA ALTA DIA/ MES/ AÑO
I.V.A		030	07/01/20
INGRESOS BRUTOS		2449	07/01/20
IMPUESTOS A LAS GANANCIAS		217	07/01/20

REGÍMENES DE RETENCIÓN/ PERCEPCIÓN				
DENOMINACIÓN	RÉGIMEN			FECHA ALTA DIA/ MES/ AÑO
	CÓDIGO IMPUESTO	CÓDIGO RÉGIMEN	R.G. N°	

<b>DATOS DE LA SEGURIDAD SOCIAL</b>	
CANTIDAD DE PERSONAL QUE OCUPA <u>2</u>	FECHA DE INICIO COMO EMPLEADOR (MM/AAAA): <u>      </u>

COMPONENTES DE LA SOCIEDAD O AUTORIDAD EN EJERCICIO				
APELLIDO Y NOMBRES	CARÁCTER <sup>(4)</sup>	RESIDENTE EN EL PAÍS		CUIT/ CUIL/ CDI
		SI <sup>(1)</sup>	NO <sup>(1)</sup>	
LÓPEZ CARDONE JUAN IGNACIO	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		20372968819
MARCHESINI JUAN PABLO	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		23334726509

El que suscribe Don <u>      </u> en su carácter de <sup>(5)</sup> <u>      </u> afirma que los datos consignados en este formulario son correctos y completos y que ha confeccionado esta declaración jurada sin omitir ni falsear dato alguno que deba contener, siendo fiel expresión de la verdad.	Lugar y Fecha:
	Firma y Sello:
	Reservado para certificación de firma:

DECLARACIÓN JURADA - ORIGINAL - para la AFIP

(1) Marcar con una X según corresponda.  
 (2) Cód.: 01-IGJ. 02-RPC. 03-INAC Y M. 04-Comisión Nacional de Valores. 05-Otros  
 (3) Importador, Productor, Comercializador de Combustibles Líquidos-Ley 23.966 Título III Cap. I)-B). Personales: Resp. de Deuda Ajena-Resp. Sueltos-Administrador Fiduciario, Ganancias y Glosa, Mínima Presunta- Resp. de Deuda Ajena-Administrador Fiduciario-Sociedad Gerente.  
 (4) Cód.: 01-Director. 02-Presidente. 03-Socio. 04-Representantes. 05-Administrador Fiduciario.  
 (5) Presidente, Socio Representante Legal o Apoderado.