



AUNO
ABOGADOS



IN HOUSE

**Santiago
Trueba**

Legal & Compliance
Head en
Meridional Seguros

G. BREUER

El estudio festeja un siglo y medio de vida.
Entrevista con Pedro Breuer Moreno, socio y
descendiente del fundador del estudio.



INFORME ESPECIAL

MARKETING JURÍDICO

Cómo se preparan los estudios jurídicos
para competir en un mercado con nuevos desafíos.

DIRECTV

**ESTAMOS EN LAS BUENAS, EN LAS MALAS,
EN LAS COMEDIAS, EN LAS FINALES, EN LAS AVENTURAS,
EN LAS DE CIENCIA FICCIÓN, EN LOS KICK OFF, EN LOS GOLAZOS Y MUCHO MÁS.**

TODO EL ENTRETENIMIENTO QUE QUERÉS ESTÁ EN DIRECTV.



Los logos, marcas, camisetas y las imágenes de los jugadores se utilizan al solo fin de promocionar los partidos de fútbol en virtud de acuerdos entre DIRECTV y las ligas de fútbol intervinientes, no existiendo ningún otro tipo de patrocinio o asociación. ©2019 AT&T Intellectual Property. DIRECTV, el logotipo de DIRECTV, y todas las otras marcas de DIRECTV contenidas aquí son marcas comerciales de AT&T Intellectual Property y/o compañías afiliadas de AT&T. DIRECTV Argentina S.A., CUIT 30-68588939-7, Paraguay 610 piso 28, CABA.

Con Epson tu negocio va con todo

Una solución completa diseñada para acelerar la productividad



Más eficiencia y productividad
con menos cambios
de consumibles



Controla tus costos
de mantenimiento



50% menos consumo
de energía vs.
láser color¹

WorkForce[®] Pro WF-6590

IMPRIME | COPIA | ESCANEA | FAX
INALÁMBRICA | ETHERNET | PCL[®]*/PostScript[®] 3

Cama plana tamaño oficio para documentos legales

- Velocidad de hasta 24 ppm ISO (negro/color)²
- Resolución máxima de 4800 dpi x 1200 dpi

www.epson.com.ar

 [epsonlatinoamerica](#)

 [@epsonlatin](#)

 [epsonlatinoamerica](#)

 [@epsonlatinoamerica](#)

* No todos los tipos de papel son compatibles con la impresión PCL[®]. 1 1 - Comparada con las láser de colores de mayor venta con precios de hasta USD699 o menos, en junio de 2015. Cálculo basado en impresión continua con los cartuchos de mayor capacidad. Los ahorros exactos pueden variar según la tarea de impresión y las condiciones de uso. 1 2 - Las velocidades de impresión en negro y en colores se miden de acuerdo al ISO/IEC 24734. Los tiempos de impresión exactos varían según la configuración del sistema, el software y la complejidad de las páginas. Para obtener más información, visitá www.latin.epson.com/velocidad

EPSON[®]
EXCEED YOUR VISION

NUEVOS E-BOOKS ERREIUS

Ahora podés disfrutar de los contenidos de Erreius en formato e-book. Para que pruebes esta nueva forma de lectura, te acercamos el título **SAS - Ley Comentada de las Sociedades por Acciones Simplificadas** de **Marcelo L. Perciavalle**, al que podés acceder, sin cargo, hasta el domingo 25/8.



Ingresar

Para más información, comunicate con nuestro Centro de Atención al Cliente al 4370-2018 o vía e-mail a: contactenos@erreius.com

utdt.edu/derecho

ESCUELA DE DERECHO

POSGRADOS DI TELLA

INICIO: marzo 2020

MAESTRÍA EN DERECHO Y ECONOMÍA

Dirección académica: Eduardo Stordeur (h)

MAESTRÍA Y LL.M. EN DERECHO TRIBUTARIO

Dirección académica: Eduardo Baistrocchi
y M. Celina Valls

MAESTRÍA Y ESPECIALIZACIÓN EN DERECHO PENAL

Dirección académica: Hernán Gullco y
Jesica Sircovich

Informes e inscripción

 posgradosditella@utdt.edu
 5169 7231 / 7251  (+54 911) 5571 9552

Av. Figueroa Alcorta 7350
Ciudad de Buenos Aires,
Argentina

ABOGACÍA UCEMA

CARRERAS DE GRADO

ABOGACÍA

4 años | Innovación, liderazgo y visión interdisciplinaria para los abogados que el presente y el futuro demandan

Clínicas jurídicas desde el inicio de la carrera

POSGRADOS EN DERECHO

Maestría en Finanzas, con orientación en Aspectos Legales de las Finanzas

Certificación Internacional en Ética y Compliance

VACANTES AGOTADAS

Prevención de Lavado de Activos, Lavado de Dinero proveniente del Narcotráfico y Financiamiento del Crimen organizado

Finanzas para abogados

Regulaciones Financieras, Bancarias y del Mercado de Capitales

Diplomatura en Derecho del Consumidor y Defensa de la Competencia

Diplomatura en Gestión y Estrategia en Ciberseguridad

más información en
ucema.edu.ar

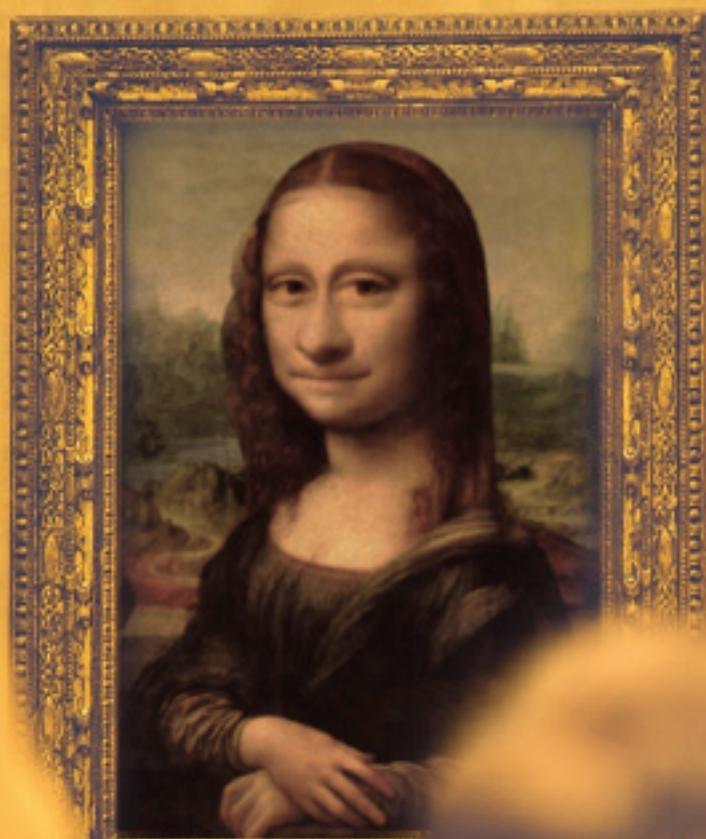
Abogacía Reconocimiento oficial y validez nacional. Res. ME N° 2171/15. Carrera de grado | Modalidad presencial. Título: Abogado/a. Requisitos de admisión: entrevista personal y formulario de admisión completo. Maestría en Finanzas CONEAU Res. N° 539/11. Res. ME N° 2066/98. Carrera de posgrado | Modalidad presencial. Título: Magíster en Finanzas.

Av. Córdoba 374, Ciudad de Buenos Aires

(+5411) 6314-3000   



UCEMA



LOS FRAUDES CORPORATIVOS, A VECES, NO SON TAN FÁCILES DE DETECTAR

BDO, ganadora del Investigations Consultancy 2018*, fusiona sus conocimientos de contabilidad, auditoría, ingeniería e informática para brindar soluciones precisas, ágiles y coordinadas. Confíe en nosotros como el mejor soporte técnico y tecnológico para investigaciones.

▶ SERVICIOS DE FRAUDES, INVESTIGACIONES Y DISPUTAS (FID)

*Premio otorgado por el Global Investigations Review



www.bdoargentina.com

Bchar y Asociados S.R.L., una sociedad Argentina de responsabilidad limitada, es miembro de BDO International Limited, una compañía limitada por garantía del Reino Unido, y forma parte de la red internacional BDO de empresas independientes asociadas.
BDO es el nombre comercial de la red BDO y de cada una de las empresas asociadas de BDO.



SUDESTE

r e s t a u r a n t



Av. Tiscornia 960 -Bajo de San Isidro / Tel.: 4742 7694
Miércoles y jueves 20% de descuento previa reserva.

www.sudeste-resto.com.ar

MAESTRÍA EN DERECHO EMPRESARIO



INICIA:
25 de Marzo



DURACIÓN: 2 años



CURSADA: 2 veces por semana presencial,
y clases virtuales

Destinada a: Abogados, Contadores, Lic en Ciencias Económicas y Funcionarios judiciales.

La Maestría en Derecho Empresario está dirigida a profundizar la formación de aquellos profesionales interesados en la problemática legal empresaria. Se diferencia por contar con una importante formación en materia de administración y finanzas, que permiten adquirir las herramientas de comprensión básicas del funcionamiento de la empresa, y de la economía en la que la misma se mueve.

Cuenta con un destacado cuerpo de profesores con experiencia y formación nacional e internacional.

Inscríbete en: maestrias@eseade.edu.ar
Uriarte 2472 - 11 4773-5825

www.eseade.edu.ar



STAFF

Dirección:

ALFREDO VERONESI

Redacción y edición:

VICTORIA PIÑERA

Colaboración especial:

LUIS DENUBLE

Departamento comercial:

MARÍA TOMASSONI

Producción general:

ARTÍCULO UNO

info@aunoabogados.com.ar

www.aunoabogados.com.ar

ADVERTENCIA: La opinión de los colaboradores y entrevistados es a título personal.

No representa la del director

o la de los restantes

colaboradores de esta publicación.

Año 9 - Número 41

Octubre de 2019

ISSN 1853-7405

AUNO ABOGADOS es una publicación de

Alfredo Enrique Veronesi

Director: Alfredo Enrique Veronesi

Propietario: Alfredo Enrique Veronesi

Nº de CUIT: 20-16766252-9

Agustín Donado 2579, Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

Tel.: (5411) 4545-4662.

Se prohíbe la reproducción total o parcial sin la expresa autorización de su director.

Hecho el depósito que marca

la Ley 11.723. Registro

de Publicaciones Periódicas,

Expte. Nº 5332981.

SPONSOR PLATINO



UCEMA

SPONSOR ORO



Alchouron, Berisso, Balconi,
Fernández Petano & Werner
abogados



Biblioteca Jurídica Online



LEGAL • ACCOUNTING & TAX • REAL ESTATE



MARTINEZ
DE HOZ
& RUEDA



Pérez Alati, Grondona,
Benites & Arntsen



SPONSOR PLATA



CONTACTO

MAIL:

WEB:

TWITTER:

FACEBOOK:

LINKEDIN:

INSTAGRAM:

info@aunoabogados.com.ar

www.aunoabogados.com.ar

@aunoabogados

www.facebook.com/aunoabogados

www.linkedin.com/company/auno-abogados

www.instagram.com/aunoabogados/



Todos los **Contenidos Jurídicos**
que necesitás
en un solo
lugar

elDial.com



**Bonificación especial
suscriptores**



Jurisprudencia	Doctrina	Legislación	Libros Papel	E-books
Capacitaciones Presenciales y Online			Suplementos temáticos	
Modelos de Escritos	Actualidad			

elDial.com | **express** Newsletter Jurídico | newsletter diario vía email.



Visitanos en: **www.eldial.com**

@Contacto info@albrematica.com.ar

Llamanos al **(5411) 4371 2806**

Seguinos en:



CONTENIDO

NOTA DE TAPA

14



HISTORIA, MARCAS Y PATENTES

G. Breuer festeja un siglo y medio de vida.

MARKETING JURÍDICO

G. Breuer festeja un siglo y medio de vida.

24

INFORME ESPECIAL



40

SANTIAGO TRUEBA

Legal & Compliance Head en Meridional Seguros.



22 INFOGRAFÍA
Recursos humanos

32 PRO BONO
Espacio de la Comisión Pro Bono del Colegio de Abogados de la Ciudad de Buenos Aires



34 EVENTO
XI Jornadas Nacionales sobre Imagen, Comunicación y Redes Sociales

36 EVENTO
III Jornada Internacional de Arbitraje

37 NOTICIAS BREVES

38 MEDIOS
Abogados de radio

46 CASOS
Colombres Abogados: con pasado y mirando al futuro



50 ESTADOS UNIDOS
Nueva regulación de la visa EB-5
Por Luis Denuble

51 OPINIÓN
¿Puede el empleador acceder al correo corporativo o computadora del trabajador?
Por Nicolás Durrieu

MAESTRÍA EN DERECHO EMPRESARIO

Adquirí herramientas competitivas para ejercer la profesión en un mundo empresarial desafiante y en constante cambio.

ALGUNOS DE NUESTROS SEMINARIOS OPTATIVOS

- Ejercicio de la profesión en escenarios de crisis
- Programación para abogados
- La matriz energética y vaca muerta
- Responsabilidad Penal de las Personas Jurídicas
- Fintech
- Ciberseguridad y delitos informáticos, protección de datos e Inteligencia Artificial

 @MDE_udesa  @mde_udesa

 DURACIÓN:
Maestría: dos años

 INICIO:
27/03/2020

 INTERCAMBIOS
CON UNIVERSIDADES
DEL EXTERIOR:
Último cuatrimestre
del 2do año

 OPCIONES DE
AYUDA FINANCIERA:
Descuentos corporativos,
becas y planes
de financiamiento

 HORARIO Y
LUGAR DE CURSADA:
Viernes de 9:30 a 18:15 h
Campus: Vito Dumas 284,
Victoria, Bs. As.

Para más información podés escribirnos por WhatsApp!  15 2186-6815

maestriaderechoempresario@udesa.edu.ar
Tel.: (54-11) 4725-6993/6929

udesa.edu.ar/derecho-empresario



Universidad de
San Andrés

REGISTRO DE MARCAS
DE
FÁBRICA Y DE COMERCIO
G. BREUER
Nº 2

HISTORIA, MARCAS Y PATENTES



G. Breuer festeja un siglo y medio de vida. Pedro Breuer Moreno, socio del estudio y descendiente del fundador nos cuenta parte de la historia.

El estudio G. Breuer nació en 1869 como una firma dedicada al registro de marcas y patentes.

Domingo Faustino Sarmiento era presidente de la República Argentina y Gustav Breuer, un joven inmigrante alemán, ya representaba a un cliente con el fin de obtener una patente de invención. Este hecho está plasmado en un documento que aún se conserva en el estudio, dando cuenta que esta historia tiene tiempo y documentos que la avalan.



Recorrer el estudio G. Breuer es transitar las páginas de nuestra historia viva. En sus salas las paredes están adornadas con documentos centenarios firmados por hombres como Carlos

Pellegrini (padre). En la biblioteca se encuentra una amplia colección sobre propiedad intelectual y jurisprudencia de la Corte Suprema de Justicia.

Muchos de los casos en los que

trabajó la firma han sido materia de estudio en varias facultades de derecho en la Argentina.

Esta fructífera historia le permite contar con estadísticas que ilustran como era el mercado patentes en el pasado.

Desde el libro que el estudio editó para su 50° aniversario observamos que entre 1876 y 1932 la oficina de patentes registró un total de 137.600 marcas. Casi el 17% fueron registradas por G. Breuer. Del mismo modo, las patentes otorgadas por la citada entidad fueron 38.598 y casi el 18% fueron registradas por el estudio.

Por supuesto que no todo es pasado. Al margen de haber nacido como una firma dedicada al registro de marcas y patentes, hoy también brinda asesoramiento legal integral en materia de negocios.

Nos encontramos con Pedro Breuer Moreno para conocer un poco más de la historia y el futuro del estudio.

¿Cómo llega G. Breuer a los 150 años de vida?

Llegamos bien y fuertes, creciendo a pesar de las dificultades de la situación, desarrollándonos en este medio complicado, que mucho no ayuda. Estamos sólidos y seguimos incorporando tanto gente de la familia como externos.

¿Cómo está el mercado

lbkmlaw.com | +54 11 4850-1220



**Lewis
Baach
Kaufmann
Middlemiss**
PLLC

Representación legal internacional.
Solución de controversias complejas y compliance.



WASHINGTON DC

NEW YORK

LONDON

BUENOS AIRES



de marcas y patentes en la Argentina?

En un contexto histórico, hoy estamos bastante bajos en la cantidad de presentaciones de marcas, y en la cantidad solicitudes de patentes de invención, bastante pobres. Nuestro país eligió no proteger determinados aspectos de las invenciones, por ejemplo, los productos farmacéuticos, todo lo relacionado con la biotecnología y los desarrollos celulares, entonces los inversores o los dueños de las patentes en el exterior creen que la Argentina no vale la pena y no vienen a presentarlas acá. O, si las presentan, el trámite dura eternamente, nunca las conceden, las terminan denegando, es una historia de nunca acabar. En consecuencia, nos dejan de lado a la hora de invertir en estas materias, que son las que explotan en el mundo. Todo ese sector se pierde y queda lo mecánico, lo más tradicional, que cada vez es menos.

¿Cuáles son las medidas que mejorarían este panorama?

Básicamente, interpretar la ley actual de manera más amplia, no restringiendo su alcance. Y, principalmente, pasar a formar parte del Tratado Patent Cooperation Treaty (PCT), del cual forman parte más de 150 países. Permite al inventor



Hay que ir adaptándose, buscando las soluciones que se creen justas para cada caso. Sobre todo, ir dándole soluciones a los nuevos desafíos, que son distintos. Hoy hay mucha más información que la que existía antes, es un mundo mucho más vertiginoso.



www.insight-rh.com.ar





la elección de un montón de países al mismo tiempo, es una comodidad para el inventor para proteger la invención más fácil en un montón de países y no tener que ir lugar por lugar, país por país, presentando una solicitud individual. Después la tramitás en cada lugar, pero simplifica una parte. Acá no quieren porque dicen que implica perder soberanía.

¿Cómo incide en el mercado de las marcas y patentes la tecnología en general?

Incide mucho. Todo el tiempo los nuevos desarrollos de las tecnologías celulares, el desarrollo de internet o la inteligencia artificial están generando nuevas situaciones que el derecho no había

contemplado. Hay que ir adaptándose, buscando las soluciones que se creen justas para cada caso. Sobre todo, ir dándole soluciones a los nuevos desafíos, que son distintos. Hoy hay mucha más información que la que existía antes, es un mundo mucho más vertiginoso. Antes, saber si uno había sido el inventor de algo era más difícil, porque si a alguien se le había ocurrido en la otra punta del mundo, ya no tenías novedad. Hoy el mundo está en internet, es increíble cómo se divulga el conocimiento, cómo uno puede investigar y cómo eso colabora con el desarrollo porque uno va levantando ideas de distintos lugares. Lo de la inteligencia artificial está planteando, no tanto en

nuestro país, sino en el exterior, desafíos muy interesantes, sobre todo cuando deja de ser la inteligencia artificial (lo que hasta hoy se conoce como tal), que es una máquina automática para determinados trabajos que uno le preestablece. Están ya discutiendo cuando crea sola, es autónoma, independiente del hombre, cuando la programaron y ya después crea sola. Se está discutiendo a nivel mundial quién es el dueño, quién tiene derechos, si alguien los tiene, si la entidad esta es una persona y puede ser ella la que se impute o no los derechos. Es lo que se viene, acá siempre demora en llegar, pero llega.

¿Cómo se relacionan con las nuevas generaciones

BULIT GOÑI | LEMA
ABOGADOS

Av. Córdoba 1255, piso 11, (C1055AAC) Ciudad de Buenos Aires- Argentina
 Tel. 54 11 3986 5727 / estudio@bglabogados.com.ar / www.bglabogados.com.ar





de clientes?

Nos conocen por cómo nos movemos. Tenemos un nombre relativamente conocido. Tenemos presencia en los congresos y eventos, a los que asistimos Jorge Otamendi, Alejandro Breuer

o yo. Se publican artículos. Si uno googlea marcas aparecen porque tenemos presencia, también en redes sociales. Mucho el boca a boca con los clientes, aunque sea algo antiguo, es el mejor consejo: “Me trataron bien”,

“me dieron un buen consejo”, “me dijeron que no gastara plata innecesariamente por esto o que lo hiciera por este camino y me resultó”. Muchas veces la solución práctica es la que rinde.

¿Y con la nueva generación de abogados?

Nos encanta porque son un terremoto, una revolución. Todo el tiempo aportando ideas nuevas, queriendo generar situaciones nuevas. Traen cosas nuevas: “Hagamos más *home office*, hagamos todo en la red”. De hecho, tenemos todo en la nube, así yo puedo trabajar acá, me aburrí, me tomo el tren para no bancarme el tráfico, sigo pensando en el tren, llego a casa, abro la computadora y tengo el mismo escrito que está en la nube. Estuvimos la semana pasada en Londres, y desde ahí colaboramos

GUYER & REGULES

LEGAL · ACCOUNTING & TAX · REAL ESTATE

URUGUAY

Details

MAKE THE DIFFERENCE

LOS DETALLES HACEN LA DIFERENCIA

CHAMBERS LATIN AMERICA AWARDS FOR EXCELLENCE

LATIN AMERICA LAW FIRM OF THE YEAR 2011

URUGUAYAN LAW FIRM OF THE YEAR 2009, 2010, 2011, 2013, 2014, 2016, 2017 & 2018

CLIENT SERVICE AWARD 2012 & 2015

+ 100 YEARS + INNOVATION

+ 100 AÑOS + INNOVACIÓN

MONTEVIDEO (598) 2902 1515
 ZONA FRANCA (598) 2626 1515
 PUNTA DEL ESTE (598) 4224 1515

POST@GUYER.COM.UY
 WWW.GUYER.COM.UY



VER VIDEO de El libro de la marcas.

con presentaciones realizadas en Argentina. Lo único que necesitás es una conexión a internet. Y ya hay estudios en los Estados Unidos que no tienen oficina. La Argentina no está preparada para eso, a la gente le gusta ir adonde visitarte, recorrer las oficinas, le gusta que haya oficinas, no sé por qué, porque en el fondo lo que importa es la calidad del trabajo, cualquiera sea.

Está hace mucho, tenemos una cantidad de libros, está buena, pero realmente uno va viendo. Tuve una discusión hace un año con una abogada norteamericana y le pregunté cómo hacían, y me contestó: “El cliente me llama

y me dice el caso que necesita, entonces le contestó que me dé dos días. Si yo logro en esos dos días reunir un equipo para trabajar y hacer esto, porque cada uno tiene sus temas, listo, le decimos que sí, que lo podemos ayudar en el caso, si no le decimos que no”. Yo la miré incrédulo, y le pregunté si estaba en la casa, cómo hacía con los chicos, con el perro, y me contestó que sí, pero que es cuestión de costumbre.

Te quedás pensando: ¿llegaremos a eso? ¿Nuestro trabajo será reemplazado por la inteligencia artificial? Watson es una inteligencia de IBM, que ya hace un

montón de cosas, que liquida el trabajo repetitivo y aburrido del abogado. Si te digo: “Tenés toda esta serie de contratos, fijate si tiene tales cláusulas que me pueden llegar a complicar o no”. Eso lo hace una máquina. Antes tenías a alguien que recorría hoja por hoja hasta encontrar eso. Para lo que antes necesitabas 40 abogados, 20 horas; ahora en 5 segundos lo hace una máquina. Sobre eso, en Europa, la búsqueda de antecedentes de patentes la hacía una persona, que tenía que saber. Por ejemplo, te pedían una patente farmacéutica sobre un compuesto en particular, de cómo



+54 381 536 4495
381 484 7184

Remedios de Escalada 50 | Local 8 | 4107 | YERBA BUENA | Tucumán | Argentina

cibanez@live.com.ar
estudiojur.ic@gmail.com





reaccionaba una sal. Entonces, tenías que ir a una base anterior a ver si eso mismo o parecido estaba divulgado o inventado, como para que esto no sea novedoso, sino obvio respecto a lo que ya existía. Eran personas que demoraban un año en buscar. Les empezaron a enseñar a las máquinas cómo hacer la búsqueda por determinada palabra, aunque tengan distinto significado, empezaron a aprender el contexto de las palabras y

ya bajaron cuatro meses el plazo. Necesitan menos gente y son más rápidos. La eficiencia o la calidad después la vemos. Las máquinas dependen de la información que les das, si cargás mal la información, son el peor bicho del mundo; si la cargás bien, son geniales.

Es un desafío nuevo, tendrás que encontrar otras formas de hacer. Un abogado canadiense, que, en una conferencia, se presenta, nos dice que fue abogado hasta el 2014,

y pone una diapositiva con compañías conocidas, que ya no existen, y luego todas nuevas, de menos de tres años. Y nos pregunta a todos: “¿Por qué nosotros los abogados vamos a seguir trabajando igual que hace 100 años?, ¿quiénes somos nosotros?”. El hombre había dejado de ser abogado para ser consultor. MercadoLibre no existía hace 10 años, entonces ¿por qué nosotros hace 100 años que trabajamos igual?, ¿quiénes somos para tener ese derecho? 📞



Derecho Penal – Penal Económico

Avda. Santa Fe 900, piso 1º C1059ABP Buenos Aires, Argentina

Tel.: (5411) 4893-0005

estudio@mlsdp.com.ar / www.mlsdp.com.ar

RECURSOS HUMANOS

En el mercado jurídico

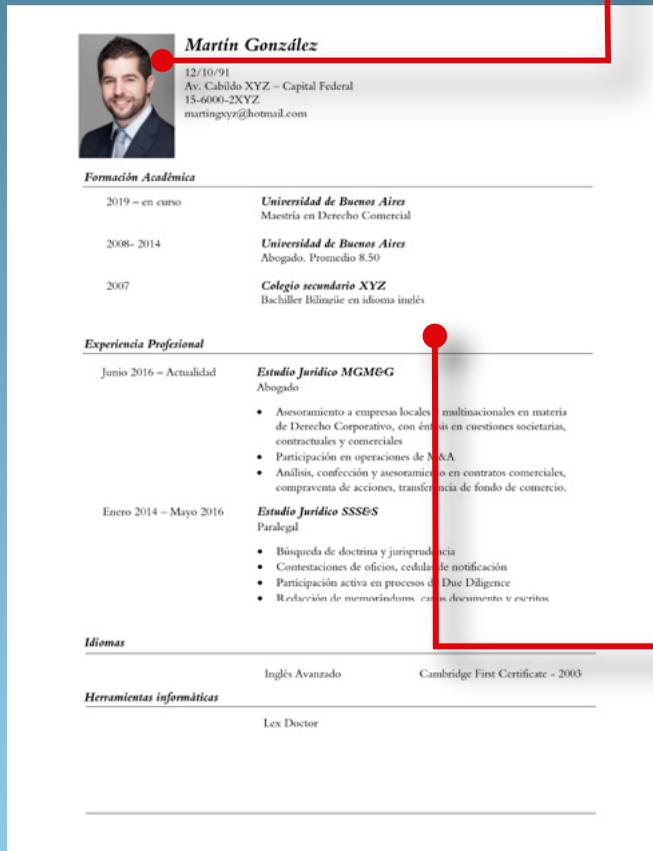
EJEMPLO DE CV

El concepto clave es que “lo bueno, si breve, dos veces bueno”.

NOMBRE DEL ARCHIVO

Cómo llamar el archivo del CV

- SÍ** *Gonzalez Martin CV*
- NO** *CVtincho2019, CVMartinversion8, CV martin-ingles*



FOTOGRAFÍA



SÍ

Buen encuadre, buena luz, fondo neutro, sonrisa auténtica, vestimenta acorde, foto actual.



NO

Foto desactualizada, descentrada/torcida, *selfie*, fondo inapropiado, mala calidad o poca resolución, foto de lejos, foto muy grande.

LA IMPORTANCIA DE INCLUIR LA FOTO EN EL CV

- Permite a los reclutadores o empresas recordarte.
- Los CV con foto son más vistos que los que no la tienen.
- Ayuda a construir tu marca personal.

ORDEN DEL CV

1. Datos personales.
2. Formación académica: importante incluir promedio y año de egreso.
3. Experiencia profesional: detallar tareas principales, con frases cortas, sencillas y claras.
4. Formación complementaria: ej. cursos relevantes.
5. Idiomas: nivel alcanzado y exámenes rendidos.

MÁS CONSEJOS

- Adaptá tu CV para cada búsqueda. No hagas envíos masivos, tomate el tiempo para conocer e investigar un poco acerca de la empresa o estudio adonde vas a dirigir tus antecedentes.
- Utilizá una plantilla de CV con la que te sientas cómodo, pero con un formato sencillo de leer
- Usá lenguaje claro y frases cortas.
- Detallá experiencia relevante para cada puesto.
- Revisá ortografía y puntuación.
- Evitá usar muchos colores o símbolos decorativos y logos, ya que confunden y distraen.
- Hacelo en una o dos hojas como máximo.

Esta infografía fue realizada con datos cedidos por la consultora



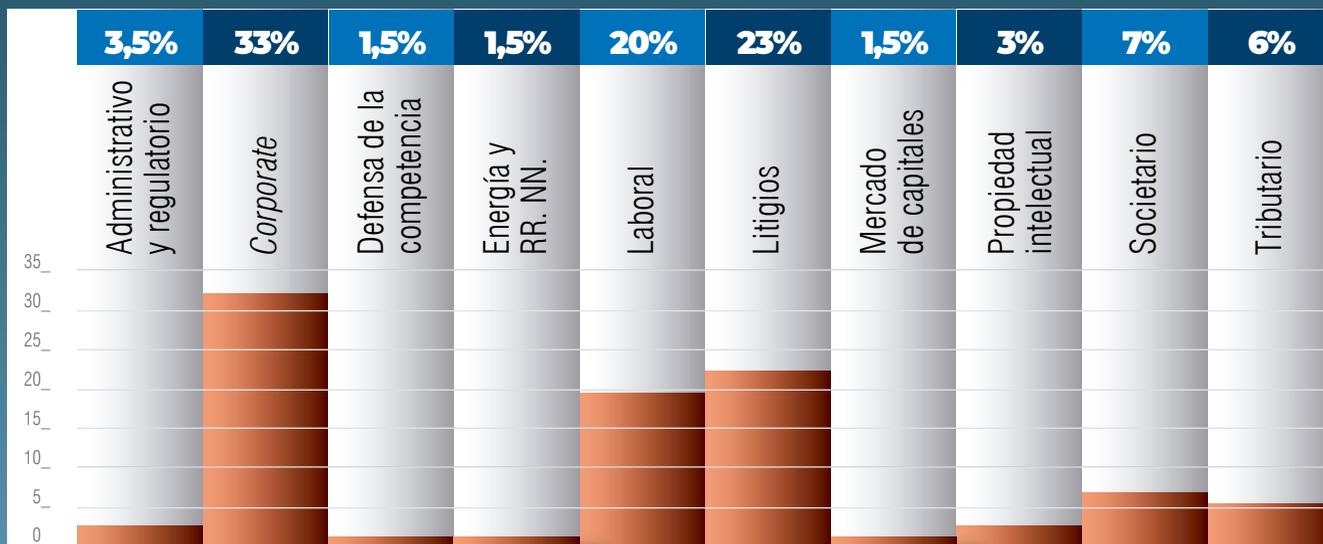
INSIGHT
RECURSOS HUMANOS

insight-rh.com.ar

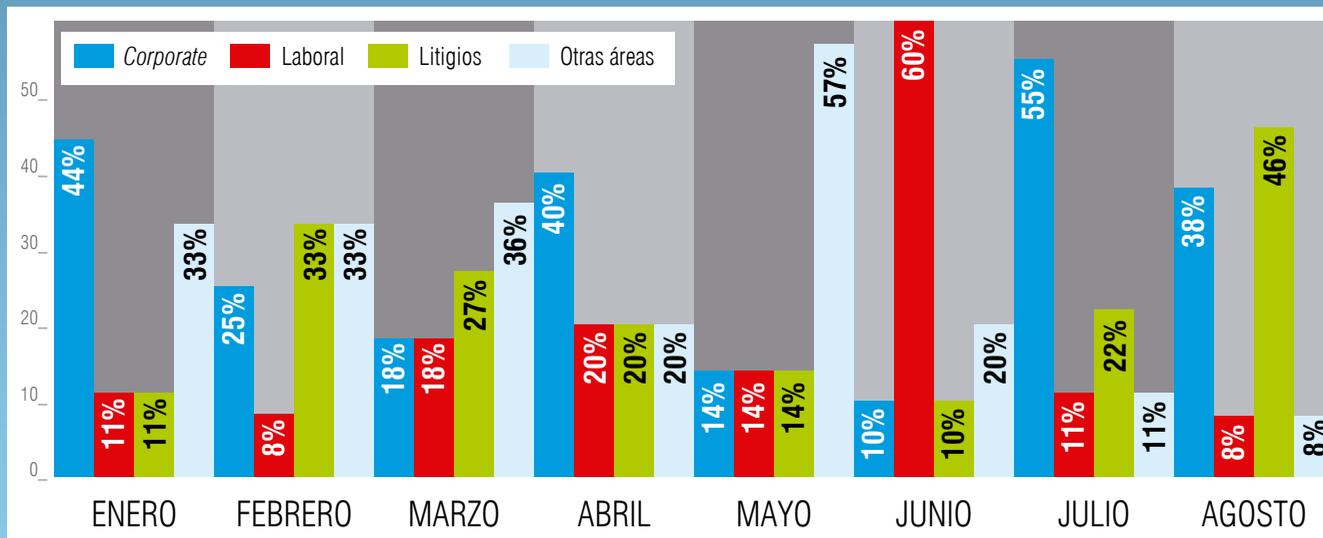


BÚSQUEDAS Enero a agosto de 2019

Por área de práctica



Tendencia por mes por área de práctica



INFORMACIÓN RESPECTO DE LAS ESTADÍSTICAS

- En los últimos meses, las áreas con mayor demanda fueron **laboral**, **corporate** y **litigios**. Entre las habilidades técnicas solicitadas, además de la formación académica y experiencia en el área, el nivel de inglés jugó un papel determinante a la hora de seleccionar entre dos candidatos con igual formación.
- Las habilidades interpersonales, flexibilidad, empatía, trabajo en equipo y capacidad organizativa son algunas de las **habilidades blandas** o **soft skills** más valoradas en el proceso de selección.

CONSEJOS PARA EL FUTURO

- Formación interdisciplinaria** en áreas como negocios, finanzas y especialmente tecnología.
- Idioma inglés:** capacitación constante en el dominio del idioma.

A hand holding a blue pen is positioned over a document featuring various charts and graphs. The document includes a bar chart with red, blue, and yellow bars, and a line graph with green and red lines. The background is a blurred office setting.

MARKETING JURÍDICO

Cómo se preparan los estudios jurídicos para competir en un mercado con nuevos desafíos.

Los mercados son cada vez más competitivos. A esto no escapa la realidad de los estudios jurídicos en todo mundo.

La evolución es cada vez más marcada. El paso de estudio a empresa es notable. En este marco, también evoluciona el marketing jurídico.

Consultamos a distintos referentes de la actividad, tanto de la Argentina como de otros países. Las respuestas desde dentro de los estudios y la visión de los consultores externos.



Lidia Zommer

Socia en Mirada 360 (España)

Estos casi 20 años que llevo en España, la función de comunicación y marketing de las firmas de abogados evolucionó mucho, no solo en la cantidad de estudios que cuentan con esta función, sino también la sofisticación de las tareas y responsabilidad que se le imputan.

Al comienzo de este siglo, algunas firmas, solamente las más grandes, contaban con un área de comunicación y marketing, con profesionales especializados en

estas materias. Al principio, las funciones se limitaban a ocuparse de las relaciones con la prensa, organización de eventos y preparación de propuestas para clientes, además de la permanente presencia en los rankings y directorios.

Esa función se implantó copiando lo que hacían los despachos extranjeros, que se instalaron en España en los 90 y principios de 2000. Las firmas anglosajonas vienen con una tradición de profesionalización de la gestión del estudio, ya que se ven como empresas. Áreas como recursos humanos, finanzas, comunicación y marketing y tecnología estaban a cargo de profesionales, generalmente reportando a un socio responsable o directamente al socio director.

Poco a poco, se fueron agregando funciones y un rol más estra-

N | Nicholson y Cano
C | ABOGADOS

**Grandes Metas,
Grandes Resultados**

Oficinas

San Martín 140, piso 22
(C1004AAD) Buenos Aires, Argentina
Tel.: (+54 11) 4872 1600

info@nyc.com.ar
www.nicholsonycano.com.ar

INFORME ESPECIAL

tégico, más pegado al negocio, con mayor enfoque en clientes. Así se incorporaron funciones de inteligencia de negocio, identificación de oportunidades, se crearon grupos de trabajo con operadoras sectoriales en las diferentes industrias donde las firmas actúan y especialistas jurídicos para identificar, conjuntamente con el director de marketing, oportunidades de colaboración jurídica. La llegada de las plataformas digitales incorporó también otra especialidad, que es el marketing digital. Poco a poco, los profesionales del marketing y de desarrollo de negocio están ocupando lugares de mayor prestigio en las firmas, sirviendo de asesores del negocio, identificando oportunidades y anticipándose a cambios en el mercado.

Por otro lado, la irrupción de los canales digitales amplió la cantidad de firmas que ven posibilidades de generar notoriedad, reputación y contactos a través del marketing de contenidos y de publicidad online. Eso generó que muchas más firmas requirieran responsables de estas áreas.

En general hay un socio que supervisa, y la gran barrera, en general, es que ese socio no tiene formación en comunicación y marketing, pero como sabemos, por un lado “todo el mundo sabe comunicación” y, por el otro, “los abogados saben de todo”, con lo cual, esta yuxtaposición por objeto y sujeto, hace que frecuentemente el profesional de comunicación y marketing tenga que superar varias barreras para conseguir llevar a cabo estrategias innovadoras.

La aversión al riesgo típica de la profesión jurídica junto con la creencia (en parte justificada) de que el sector legal es diferente y

único hacen que el mercado legal avance mucho más lento que otras industrias. Pero todo se andará.

El siguiente reto va a ser cuando estas cuestiones que afectan a la gestión, como la lucha por los talentos, la motivación de los millennials, el compromiso con la firma, la estructura de la carrera profesional y la propuesta para los profesionales, la comunicación interna, la captación de los clientes y la evaluación de su satisfacción, todas cuestiones de gestión que los socios directores reconocen como los máximos desafíos a los que se enfrentan, tengan a sus profesionales responsables con posibilidad de defender sus posturas en los consejos de administración. Sentados en los órganos de gobierno del despacho, como en cualquier industria.

Liora Loewenstein

Consultora de marketing jurídico (Israel)



¿Cómo es el mercado jurídico israelí?

En el país hay 75 mil abogados, y cada año se unen a la profesión unos 3 mil, o sea, cada 120 habitantes existe un abogado, lo cual es una tasa muy alta. Alrededor de 30 estudios en Israel cuentan

con entre 150 y 200 abogados, lo que es un número bastante pequeño comparado a estudios de Europa o los Estados Unidos, que son globales, pero para el país es un número considerable. Estos estudios cuentan con un número considerable de socios, que es la forma de retener a los abogados cuando llegan a este estatus luego de ocho años, pero en realidad quienes toman las decisiones son los socios fundadores y los más antiguos.

Luego, tenemos los estudios medianos, que cuentan entre 100 y 120 abogados, y los pequeños, que son la mayoría, que tienen entre 1 y 7 abogados. Si bien los jóvenes abogados, que son la mayoría, el 75% hasta la edad de 38 años aproximadamente les gustaría trabajar en relación de dependencia, la enorme oferta hace que los sueldos bajen, y finalmente estos jóvenes abogados a pesar de no tener experiencia suficiente, abrirán su propia oficina.

¿Cómo se organiza el mercado jurídico allí?

En cuanto a las áreas de ocupación de los estudios jurídicos, hay una división tajante respecto a los grandes, medianos y pequeños; mientras los grandes estudios dan servicio a las grandes empresas en temas corporativos, los medianos lo hacen para las empresas de volumen mediano, y los pequeños lo hacen a los individuales o particulares en temas de familia, derecho laboral o de propiedad. Por el momento, el Colegio de Abogados Israelí no permite el ingreso de las firmas globales. Esto es para resguardar a sus miembros de que más abogados se lleven una tajada del mercado y evitar, con esto, la competencia.



Hernán Brenna

Head of Marketing & BD en
Marval O'Farrell & Mairal
(Argentina)

¿Cómo viste la evolución de la actividad en los últimos años?

Se observa una industria legal
cada vez más competitiva, en la
cual, por un lado, está el cliente

con un mayor nivel de exigencia en lo que refiere al precio del servicio y, por el otro, la aparición de algunos *players* cuyo su *core business* solía concentrarse en el asesoramiento de otras áreas, lentamente van queriéndose expandir para abarcar también asuntos de asesoría legal. Este contexto claramente desafía las firmas legales y a sus profesionales a ser cada vez más eficientes para sostener la rentabilidad.

Ahí es donde la profesionalización de las áreas de gestión interna, la innovación en procesos y la implementación de tecnología, que no han sido históricamente características de la industria en nuestra región.

Así, comienzan a ser cada vez más imprescindibles, permiten simplificar y hasta automatizar determinados servicios de

AICMJ

Desde el año 2017 existe la AICMJ (Asociación Iberomericana de Comunicación y Marketing Jurídico). Se trata de una comunidad de profesionales de la comunicación y el marketing de firmas de abogacía de los negocios de los países de habla hispana que se unen para compartir conocimiento y generar una mejora en la especialidad. En la actualidad cuenta entre sus integrantes con más de 80 profesionales de más de 20 países. Para conocer más acerca de la Asociación ingresar a:

www.aicmj.org



DURRIEU

— ABOGADOS —

Derecho Penal - Penal Económico

Avenida Córdoba 1309, pisos 6^{to}, 7^{mo} y 8^{vo}.
Ciudad Autónoma de Buenos Aires
Teléfono (5411) 4811-8008
E-mail: durrieu@durrieu.com.ar

www.durrieu.com.ar

INFORME ESPECIAL

baja o limitada complejidad y, sobre todo, otorgándoles a los profesionales legales una mayor libertad para dedicar su tiempo a los asuntos de mayor complejidad y de alto valor agregado para el cliente. En el medio se encuentra un elemento clave a considerar: el cambio cultural que representa para las firmas avanzar con este tipo de transformaciones.

Naturalmente, las firmas más grandes y con mayores recursos están reaccionando más rápidamente a estos cambios y, si bien, están acelerando la inversión en recursos humanos, marketing y tecnología; aún estamos lejos de las industrias más competitivas. Creo que hoy la clave de esta transformación pasa principalmente por acelerar la adopción del *legaltech*, principalmente

en áreas como *proposals automation*, digitalización de documentación, *legal drafting*, herramientas de predicción, e integración de las plataformas. La inteligencia artificial es un área en particular en la cual en Marval O'Farrell & Mairal estamos poniendo gran foco.

¿Cuáles creés que son los tópicos que se manejarán en el marketing de los estudios a futuro?

A nivel general, uno de los principales desafíos que tienen las firmas es no solo continuar evolucionando desde un marketing más tradicional (al que históricamente han estado acostumbradas) hacia acciones de marketing más desarrolladas, sino sobre todo encontrar en esa transición el fino equilibrio que les permita mantener su

esencia y, a la vez, flexibilizarse lo suficiente como para aceptar nuevos estilos de comunicación, la adopción de nuevas plataformas, y la implementación de estrategias de marketing nuevas para el desarrollo de negocios, que son complementarias con lo que han venido haciendo hasta ahora.

En lo particular, el mayor foco de los departamentos de Marketing va a estar puesto justamente en áreas que hoy son nuestra prioridad en Marval O'Farrell Mairal. La primera de ellas es desarrollar capacidades sólidas de gestión y análisis de datos para acompañar el proceso de implementación del *legaltech* que mencionaba antes. En línea con esto, tener un proceso consistente de adquisición, enriquecimiento y análisis de datos, que es fundamental para

ZANG
BERGEL
VIÑES

ABOGADOS

FUNDADO EN 1975



Florida 537 piso 18° C1005AAK Buenos Aires, Argentina.
Tel.: [5411] 4323-4000 Fax: [5411] 4322-0297 info@zbv.com.ar

www.zbv.com.ar



que el área de Marketing tome un rol central y pueda contribuir con oportunidades de negocio concretas.

Otro gran tema es el desarrollo de un plan de *content marketing* que complemente principalmente lo referido a la captación y enriquecimiento de esos datos, ya no solo para posicionar al negocio como *thought leader*, sino que dé un paso más y alimente la gestión comercial que lideran los equipos. Las firmas legales tienen la ventaja de producir un enorme volumen de contenido, pero este suele tener un enfoque más bien técnico dirigido a las consultas puntuales de los clientes más que a captar la atención de nuevos, y en muchos casos carecen de esa estrategia de *inbound marketing* que mencionaba.



Isabel Ariza

Consultora en marketing jurídico.
Española, residente en Argentina

Debido a mi trayectoria internacional, han sido varios los países en donde he tenido la oportunidad de desarrollarme no solo como abogada, sino también en el campo del marketing jurídico. Francia, Tailandia, Vietnam o Egipto han sido países en donde he residido y trabajado, pero me

gustaría destacar principalmente estos dos últimos, Egipto y Vietnam, pues he tenido la oportunidad de observar la evolución del marketing jurídico allí, ya que residí en ellos en distintos períodos de tiempo.

El primer país donde empecé mi andadura internacional fue Egipto, desde 1998 hasta el 2000. El estudio jurídico que me contrató en esos años era de alrededor de 10 empleados. En aquel momento el concepto de marketing jurídico no estaba desarrollado en absoluto. De hecho, recuerdo que estaba mal visto hablar de marketing para un estudio, se asociaba a ventas y, por aquel entonces, un abogado no salía a buscar clientes, sino que eran los clientes los que buscaban el estudio por su reputación.

La segunda vez que volví a Egipto

MHR | **MARTINEZ
DE HOZ
& RUEDA**

BUENOS AIRES

TORRE FORTABAT
Boucharde 680 piso 19
T. +54 11-215097790

NEUQUÉN

Corrientes 1650
Patagonia
T. +54 299-4422135

www.mhrlegal.com



fue desde 2008 hasta 2010. En esta ocasión, trabajé en uno de los principales estudios del país, y la mentalidad sobre el marketing jurídico estaba mucho más desarrollada. Mi trabajo, entre otras cosas, era el desarrollo del negocio: representar el estudio en reuniones internacionales, ponencia y cámaras de comercio. La idea era fidelizar al cliente, convencerlo de elegirnos a nosotros porque teníamos ese algo que nos hacía diferentes al resto.

En Vietnam, estuve la primera vez desde 2004 hasta 2007 y la segunda, desde el 2012 hasta 2015. El estudio en el que trabajé a partir de 2004 era internacional y los abogados eran todos vietnamitas excepto yo. Su mentalidad en cuanto a marketing jurídico era muy avanzada. Todos en el estudio sabíamos que nuestro trabajo no se limitaba a ser abogados, sino que una parte del esfuerzo de cada uno de nosotros se dirigía a hacer que nuestro estudio destacara sobre el resto y todos colaborábamos en mayor o menor medida al marketing del estudio.

Tanto Egipto como Vietnam son diferentes, y mi manera de trabajar se tuvo que adaptar al país y a la cultura del lugar donde residía. Cuando llego a un país me interiorizo no solo de su legislación, sino también de su cultura. No es

lo mismo el marketing jurídico que se va a desarrollar en Egipto que el de Vietnam.

Egipto es un país islámico, donde la religión forma parte de las actividades diarias, tanto en lo social como en lo laboral. Aprendí que los egipcios son cálidos y familiares y esto se traslada a las reuniones de trabajo. Como occidental, aprendí sus costumbres y aprendí a respetarlas, aprendí que para conseguir fidelizar al cliente debía establecer un vínculo de confianza con ellos. Mi conclusión es que Egipto avanza hacia un marketing jurídico en donde se incorporarán todas las técnicas del tradicional y *online*, pero su mayor fuerza seguirá siendo el uso y la mejora de las habilidades interpersonales, así como el contacto directo.

En el caso de Vietnam, también tendremos que conocer su historia. Me quedo con la idea de que son un país guerrero, son fuertes y con ganas de aprender y superarse continuamente. Esto hace que trabajar en un estudio jurídico sea algo muy dinámico. Están acostumbrados a tratar con los extranjeros, y la tecnología es algo que dominan. El marketing jurídico en Vietnam está dirigido no solo al cliente vietnamita, sino al cliente extranjero que invierte allí. El enfoque que yo daba en Vietnam para desarrollar el estudio jurídico era una combina-

ción entre el establecimiento de confianza y el uso del marketing jurídico tradicional y *online*.

Sonia Semienchuk

Comunicación institucional
Beccar Varela (Argentina)



¿Cómo viste la evolución de la actividad en los últimos años?

Prestar servicios de asesoramiento legal es una actividad que, en general, suele mantenerse fuerte, aún con los distintos gobiernos y las políticas que estos impulsan. En la Argentina, durante los últimos años, los escenarios que se fueron sucediendo, con sus propios contextos económicos y políticas, hicieron que ciertas áreas de práctica fueran teniendo sus momentos de expansión y contracción.

En otros países, al hablar de evolución de la actividad, un tema recu-



Petra Cremaschi

ABOGADOS

Mendoza | Buenos Aires

info@petracremaschi.com | www.petracremaschi.com

MENDOZA

Av. San Martín 914
Piso 1º - Ofi. 3º
CP 5500 -
Ciudad de Mendoza
(+54 261) 4239470 / 4232341

BUENOS AIRES

Juncal 1196 Piso 2
C1062ABL CABA
+54 9 261 563-6904



rente en el que se hace foco es el avance de la tecnología en la práctica de la abogacía. Sin embargo, ese fenómeno aún no ha tenido alto impacto en la Argentina. Contar con nuevas tecnologías acelerará varios procesos para los abogados, sin dudas los más tediosos. Contraria a la visión de varios especialistas, veo muy lejano un futuro apocalíptico en el que la tecnología reemplace el análisis contextual y particular que hasta el día de hoy solo el profesional calificado puede llevar a cabo.

¿Cuáles creés que son los tópicos que se manejarán en el marketing de los estudios a futuro?

El marketing jurídico continuará tratando temas relativos al asesoramiento legal en sí, a su esencia, constantes: el conocimiento, la excelencia en la prestación de servicios, la puntualidad en los



tiempos de respuesta, la eficacia, la relación costo/calidad, la sinergia del trabajo en equipo. Asimismo, tratará otros temas no tan recurrentes, como los que giran sobre el eje de la relación de las firmas con las comunidades que integran, tales como la sostenibilidad, el impacto en la sociedad y el medio ambiente, el cuidado de la cadena de valor, ciertos temas de compliance, entre tantos otros. Varios de estos temas ya ocupan un lugar importante en

la agenda de los grandes estudios. Si bien es importante que cada estudio incorpore en su estrategia de marketing los temas clave que atiende el común de las firmas, más importante aún será que desarrolle ventajas competitivas, y, por supuesto, que sepa comunicarlas. En todo esto, la tecnología es una pieza clave para el marketing, al ofrecer nuevas formas de relacionarse con clientes y con la comunidad en general 📧



LA IMPRENTA WINGORD S.A.

**Impresión
offset digital**

Baja tirada (desde 1 ejemplar)

**Impresión
offset tradicional**

grandes tiradas

BROCHURES | LIBROS | PAPELERÍA COMERCIAL | FOLLETERÍA

Mendoza 1244, Tigre, Buenos Aires / Teléfono: 011 4731-8338
E-mail: imprentawingord@wingord.com.ar / Web: www.wingord.com.ar





ProBono

Red de Abogados por el Bien Común

Espacio de la Comisión Pro Bono
del Colegio de Abogados
de la Ciudad de Buenos Aires



Somos una red de más de **1.500** abogados trabajando por el **bien común**.





#YO HAGO TRABAJO PRO BONO

Sumate entrando a www.redfederalprobono.com.ar



Para participar en la Red: **Comisión de Trabajo Pro Bono e Interés Público. Cel.: 15-6950-7676**
Montevideo 640 - Ciudad Autónoma de Bs. As. (C1019ABN) - Buenos Aires - Argentina

XI Jornadas Nacionales sobre Imagen, Comunicación y Redes Sociales



El 10 de septiembre se desarrollaron las [XI Jornadas Nacionales sobre Imagen, Comunicación y Redes Sociales](#) en la emblemática Facultad de Derecho de la Universidad de Buenos Aires. Los profesores Fernando Tomeo y Daniel Roque Vítolo, directores académicos de las Jornadas, realizaron la apertura de esta actividad, la cual nucleó a diversos especialistas.

Estas jornadas tienen por objetivo el debate sobre las distintas problemáticas relacionadas a las TIC y el derecho: *fake news* y libertad de expresión, ciberdelincuencia y pedofilia en internet, e inteligencia artificial aplicada. Se plantean como un necesario campo de reflexión en un panorama que ofrece situaciones inesperadas y desafíos constantes, que requieren repensar el derecho para poder aportar adecuadas soluciones jurídicas.

Entrevistamos a uno de los directores, Fernando Tomeo, abogado especialista en protección de datos y derecho digital, profesor de la UBA, autor del libro

Redes sociales y tecnologías 2.0 y habitual colaborador de *AUNO Abogados*.

En septiembre se realizaron las XI Jornadas Nacionales sobre Imagen, Comunicación y Redes Sociales en la UBA, ¿cómo fue la experiencia de este año?

La experiencia fue muy positiva, muy buena. Seguimos generando un espacio de debate de ideas en tecnología de la información, hace 11 años ininterrumpidos, desde épocas en que prácticamente recién habían nacido las redes sociales.

Estamos muy contentos, la experiencia fue muy buena, la convocatoria muy importante. Estamos dispuestos a continuar en este producto que se ha instalado como un clásico en la Argentina.

¿Cuáles fueron los temas tratados en las jornadas?

Se trataron distintos temas vinculados a las *tech news*, tecnologías de la información, en particular a las tecnologías disruptivas.

Hablamos de la desinformación y la libertad de expresión. El caso de Cambridge Analytica y la explosión luego de este escándalo. También se trataron temas de ciberdelincuencia y pedofilia en internet, una modalidad de crimen que nos impacta a todos, como padres y ciudadanos.

En materia de tecnología disruptiva, se debatieron situaciones

particulares vinculadas a la inteligencia artificial, también la tecnología del *blockchain* y todo el universo de las criptomonedas. Para finalizar con el último panel, el cual trató el derecho al olvido en la Unión Europea y Latinoamérica.

¿Quiénes fueron los oradores?

Cuando hablamos de *tech news*, tuvimos la posibilidad de escuchar a dos periodistas especializados: José Crettaz (periodista y profesor de Economía de los Medios en la Fundación UADE y coordinador del Centro de Estudios sobre la Convergencia de las Comunicaciones) y Brenda Struminger (periodista de La Nación, especializada en desinformación, y politóloga por la UBA). También estuvo presente Agustín Allende (abogado especialista en regulaciones y *compliance* en nuevas tecnologías y fundador de Privacivitas).

En materia de ciberdelincuencia y pedofilia en internet, contamos con la presencia de Horacio Azzolín (fiscal titular de la Unidad Fiscal Especializada en Ciberdelincuencia –UFECI–) y Daniela Dupuy (fiscal especialista en delitos informáticos en la CABA y doctora en Derecho por la Universidad de Sevilla). Ellos son especialistas en la investigación de delitos relacionados al *grooming* y la pedofilia en internet, junto con Enrique del Carril (director del Cuerpo de Investigaciones

Judiciales del Ministerio Fiscal de la CABA y magíster en Derecho y Magistratura por la Universidad Austral).

En el panel de inteligencia artificial, tecnologías *blockchain*, criptomonedas y derecho de medios, trabajaron la doctora Cecilia Celeste Danesi (abogada, profesora e investigadora en la UBA, en el área de inteligencia artificial y derecho); en temas de inteligencia artificial, Santiago Mora (abogado especialista en *fintech*, magíster en Derecho y Economía, y profesor en la UBA), quien mencionó cuestiones vinculadas a la tecnología *blockchain* y las criptomonedas. Además, Erika Synowiec (abogada especialista en derecho de medios y propiedad intelectual y fundadora de Synowiec & Asociados Abogados).

En relación al derecho al olvido en

la Unión Europea y Latinoamérica, Pablo Schiavi (profesor titular de Información Pública, Datos Personales y Redes Sociales en la Facultad de Derecho de la Universidad de Montevideo, Uruguay), Arnaldo Cisilino (abogado especialista en derecho de alta tecnología y socio PAGBAM) y Analía Zygiel (licenciada en Letras por UBA y directora de Diario Judicial.com).

La verdad es que todos los oradores fueron un lujo.

¿Cómo podemos acceder a las conclusiones de los temas tratados?

Las conclusiones fueron varias. Serán publicadas en el último número del año de la revista de la Facultad de Derecho, que se publica mensualmente.

¿Existe otro ámbito donde se trabajan estos tópicos?, ¿en qué lugar

se podrá encontrar más información?

Estos tópicos actualmente se están desarrollando en programas en distintas partes del país en talleres o programas de capacitación. En particular, yo dirijo un programa ejecutivo de derecho y comunicación digital en el Centro de Estudios Universitarios (CUDES), junto con la escuela de negocios de la Universidad Austral. Es un programa intensivo que desarrollamos todos los años en julio, el cual tiene una duración de una semana con jornadas de 8 horas diarias, en el que hemos tratado distintos aspectos y el tema de tecnologías en conjunto, desde los temas académicos más históricos hasta las tecnologías disruptivas en lo podríamos llamar web 4.0 o el derecho 4.0.

**MARVAL
O'FARRELL
MAIRAL**

Buenos Aires
Av. Leandro N. Alem 882
C1001AAQ. Buenos Aires. Argentina
T. (+54.11) 4310.0100
F. (+54.11) 4310.0200

New York
375 Park Ave, 36th Floor, Suite 3607
NY 10152, U.S.A.
T. (1.212) 838.4641
F. (1.212) 751.3854

www.marval.com

III Jornada Internacional de Arbitraje



El próximo 30 de octubre se realizará en la sede de UCEMA, Reconquista 775, Buenos Aires, la III Jornada Internacional de Arbitraje. El evento es organizado por la

Carrera de Abogacía Universidad del CEMA y la Corte Civil y Mercantil de Arbitraje (CIMA) - España. Serán coordinadores académicos la doctora Cecilia Lanús Ocampo

y el doctor Roberto C. Hermida. Entre los oradores se encuentran: Por Argentina, Edgardo Zablotzky, la dra. Graciela Medina, y los doctores Guillermo Ambrogi, Roque Benjamín Fernández, Jorge Reinando Vanossi, Alberto Antonio Spota y Julio César Rivera (h). Además, del ámbito internacional, se contará con la presencia de Juan Serrada Hierro y Francisco Ruiz Risueño (España); Alicia Santillán Gutiérrez (Ecuador); Javier Navarro Velazco (México); Raúl Villarpando (Bolivia) y Jenifer Alfaro Borges (Uruguay). Para más información: [CLIC AQUÍ](#).

ABB FP&W

Alchouron, Berisso, Balconi,
Fernández Pelayo & Werner
abogados

Maipú 267 - Pisos 6,11 y 13
(C1084ABE) Buenos Aires, Argentina
Tel.: (+5411)4626-2340
www.abbfp.com.ar

NOTICIAS BREVES

CONFERENCIA REGIONAL DE LA ASOCIACIÓN INTERNACIONAL DE NEGOCIADORES DE PETRÓLEO (AIPN)

La conferencia "From Mexico to Argentina: Latin America at length" se realizará los días 6, 7 y 8 de noviembre en el Hotel Hilton de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Amalia Sáenz, socia de Zang, Bergel & Viñes Abogados y Alternate Latinamerican Regional Chapter, LARC de la AIPN, será *chair* del evento,

junto a los *co-chair* Daniel De Nigris, Lead Country Manager de ExxonMobil Exploration Argentina, y Javier Vinokurov, Country and Legal Manager Southern Cone de BP Southern Cone Company. El evento promete reunir a los principales referentes de la industria petrolera y cuenta con su convocatoria a *sponsorship* abierta para convocar y estimular la formación de jóvenes en la industria, a través de su segmento "Young Negotiators". Más información [AQUÍ](#).

2.ª CONFERENCIA INTERNACIONAL DE COMPLIANCE, ANTICORRUPCIÓN e INVESTIGACIONES

Marval realizó la segunda edición de su Conferencia Internacional de Compliance, Anticorrupción e Investigaciones. Ante más de 200 asistentes, se llevó a cabo el evento en el que prestigiosos especialistas de Estados Unidos, Gran Bretaña, Brasil y la Argentina expusieron sobre las tendencias y el impacto de las medidas de *compliance* en las investigaciones de corrupción en el mundo. La apertura estuvo a cargo



del *chairman* de Marval, Santiago Carregal, quien señaló que "la cruzada legislativa contra la corrupción no está limitada a nuestro país, en la región también han tenido muchos avances legislativos en la lucha contra este flagelo", haciendo referencia a los casos de Perú y Chile, con la penalización del soborno, y en México, respecto de la extinción de dominio para la recuperación de activos.

Luego se refirió a la lucha contra la corrupción: "es la defensa que tiene la sociedad frente a estos hechos, y que ha llegado para quedarse". Agregó que espera que "sin perjuicio de la situación política y económica en la Argentina, en los próximos años se siga con el mismo ímpetu y decisión en la lucha contra este flagelo, que azota a nuestros países y retrasa su desarrollo".



NOETINGER & ARMANDO: 25 AÑOS Y NUEVAS OFICINAS

Acompañando la celebración de su 25º aniversario, el estudio Noetinger & Armando se renueva y estrena nuevas oficinas ubicadas sobre la

Av. Libertador, en el barrio de Belgrano (CABA). Las nuevas oficinas cuentan con una infraestructura más abierta y moderna, adecuadas al clima de trabajo que N&A busca fomentar y al tipo de servicios que presta.

JÓVENES PRACTICANTES DE IP

El próximo 16 de octubre en el horario de las 18.00 se realizará en las oficinas del estudio Bertón Moreno + Ojam (Av. Cabildo 1507 – Piso 13, Buenos Aires) un evento dedicado a

jóvenes practicantes de IP. La organización corre por cuenta del estudio anfitrión, Palacio & Asociados, Gordó Llobel y Quilmes. Los interesados en

asistir al evento podrán registrarse en el siguiente link: https://www.inta.org/Programs/Pages/Young-Practitioners-reception-BuenosAires_2019.aspx



Av. Eduardo Madero 1020,
piso 5to.
C1106ACX - Buenos Aires - Argentina
Tel. (54 11) 4516-1500
Mail: estudio@abeledogottheil.com
www.abeledogottheil.com.ar

ABOGADOS DE RADIO

Un podcast hecho por abogados con diversidad de temas.



PERFILES

Martín Sabadini

Abogado especialista en temas de salud y trabajo. Fundador de Amparando Salud, consultoría jurídica especializada en prepagas y obras sociales.

María Laura Lastres

Abogada. Trabaja en el Centro de Justicia de la Mujer (La Boca), dentro del Poder Judicial de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Feminista militante. Ha dedicado buena parte de su vida profesional a trabajar con personas en situaciones de vulnerabilidad, especialmente con mujeres en contextos de violencia de género. Lectora empedernida, con algunos TOC sobre cómo cuidar sus libros. Algunas son madres de dragones, ella tiene cactus.

María Laura Lastres y Martín Sabadini son los conductores de *Abogados de radio*, un espacio que combina información, humor y actualidad desde la óptica de dos profesionales del derecho.

Nos encontramos para conocer más del programa.

¿Cuándo comenzó *Abogados de Radio*?

Nuestro primer programa fue



Juana Manso 205, Piso 2
C1107CBE, CABA, Argentina
Tel. 54-11 4320-9600/500
www.ebullo.com.ar



en abril de 2016, en momentos cuando el Poder Judicial reclamaba y parte de la sociedad protestaba en la calle por las reformas encaradas por el gobierno de Cristina Fernández, específicamente aquellas relacionadas con el ingreso al Poder Judicial. A tres años, el ingreso sigue sin ser democrático, la justicia ha demostrado seguir arrastrando vicios de origen y nosotros en *ADR*, queremos ocupar un pequeño espacio donde podamos marcar estas situaciones.

¿Solo se tratan temas legales?

La idea es contar las noticias, aquellas legales especial, pero no únicamente, para que todas las personas puedan entenderlas. Tener invitados de diversas temáticas, pero con dos temas destaca-

DÓNDE ESCUCHAR EL PROGRAMA

En la web

www.abogadosderadio.com.ar

o de lunes de 17 a 19 por

www.radiozonica.com.ar.

dos: la discapacidad y la violencia de género, que son los puntos en los que como conductores manejamos en nuestra labor diaria. También tenemos noticias internacionales, cocina, economía, espectáculos, entre otros.

¿También ejercen la profesión?

Desde Amparando Salud, nuestra

consultora en defensa de derecho a la salud, hacemos una fuerte campaña en difundir derechos, pero con una impronta en materia de discapacidad. Es así que tenemos un sector de trabajo al que llamamos “Abogados Azules”, pues nos preparamos en la defensa de las personas con condición o trastorno del espectro autista (CEA o TEA).

¿Qué es Abogados Azules?

Es el área encargada de brindar asesoramiento y acompañamiento legal a las familias que no pueden pagar un abogado o se les complica el acceso a la justicia, con atención preferencial en materia de autismo. Es una temática que me toca de cerca, y es lo menos que podemos hacer para ayudar a las familias que lo necesitan.

PAGBAM

Pérez Alati, Grondona,
Benites & Arntsen

Buenos Aires

Suipacha 1111 - Piso 18. Tel. (54 11) 4114 - 3000

New York

110th East 55th Street - 10th floor. Tel. 1 (212) 748 - 8800

pagbam.com

SANTIAGO TRUEBA

Legal & Compliance Head
en Meridional Seguros

¿Cuáles son las tareas principales del área de legales en una compañía de seguros?

Me encuentro a cargo del equipo de Legales y Compliance que en su conjunto está conformado por siete colaboradores. El equipo Legal, obviamente, es un *business partner* de la Gerencia General y el Directorio y para ello brindamos asesoramiento legal en general y tenemos que estar muy cerca para brindar un adecuado soporte. Al ser una industria altamente regulada existe un compo-

nente regulatorio muy grande, lo que requiere un adecuado manejo de conocimientos de distintas áreas del derecho. Por ejemplo, un abogado que se desempeña dentro del equipo enfocado en contratos de instrumentación de negocios tiene que estar observando las cuestiones regulatorias para prevenir posibles contingencias y en complemento a la relación privada con el *sponsor*, intermediario o *stakeholder*. Es decir, en nuestra industria es fundamental que todos en su área de *expertise*, manejen con preci-

sión los diferentes matices de la regulación.

También tenemos un gran enfoque en cuestiones relacionados al buen gobierno corporativo y mejores prácticas mediante la participación activa –entre otras acciones– en diferentes comités ejecutivos. En lo que refiere al derecho societario realizamos la gestión y manejo cotidiano de la sociedad local (Directorio) y sus accionistas (asambleas), como así también las diferentes presentaciones ante la Superintendencia de Seguros de La Nación, Unidad



de Información Financiera (UIF) y demás organismos públicos.

Asimismo, y en lo que refiere a temas contractuales damos soporte al área de *Vendor Management* para la adecuada instrumentación de contratos de *softwares*, agencias de publicidad y marketing, proveedores de siniestros o cualquier tipo de servicio o insumos que requiera la organización, como así también todos los contratos para la administración de los bienes de la compañía (sucursales, propiedades, centros de atención, entre otros). Adicio-

nalmente todos aquellos contratos que son el vehículo necesario para la instrumentación de los negocios o cual tipo de comercialización de la manera que se explicita más adelante.

También nos encargamos del manejo de todos los conflictos o litigios institucionales (no siniestros) en sus diferentes estamentos: Defensa al Consumidor (extrajudicial, mediaciones, COPREC, reclamos en general), juicios civiles y comerciales (principalmente acciones de clase) y juicios laborales.

En lo particular me involucro directamente en temas de derecho cambiario, propiedad intelectual y en los contratos de reaseguros, puesto que tienen una enorme especificidad y efectos regulatorios. En forma complementaria, presido la Comisión de Asuntos Legales y Compliance de la Asociación Argentina de Compañías de Seguros, ámbito en el que tratamos muchos proyectos normativos de la Superintendencia de Seguros de La Nación, el Banco Central, la UIF, entre otros y, en caso de ser neces-

rio, se realizan presentaciones o propuestas ante dichos organismos.

En lo que refiere al esquema de funcionamiento del equipo, cada uno de los colaboradores tiene perfectamente asignado sus roles, procesos y funciones a cargo y se maneja con un alto nivel de autonomía, independencia y *accountability*. Así, por ejemplo, un miembro del equipo que es un abogado *senior* está a cargo de toda la parte societaria (gobierno corporativo, asambleas, directorio, comités) y que a su vez lleva todos los contratos de *vendor management* y administración de propiedades. Para cumplir con su objetivo, mantiene un alto grado de conocimiento en la materia, puesto que maneja casi la totalidad de sus asuntos *in-house*.

Asimismo, forma parte del equipo una abogada que esta 100% enfocada al producto y a la instrumentación de los nuevos negocios, contratos de comercialización con cualquier tipo de intermediario (*sponsors, brokers*, entidades bancarias y financieras, entre otros). Siempre digo que debe ser una persona que respire el negocio de los comerciales o los dueños de productos, que esté bien cerca de ellos mediante la participación de reuniones internas y externas con potenciales clientes para el correcto armado de los contratos



“Estar comprometido con lo que significa pro bono es el diferencial que incorporan en su ADN los integrantes de este equipo de Legales y Compliance, y eso me enorgullece”

y velando en forma preventiva por las cuestiones regulatorias para mitigar cualquier tipo de contingencia. Con esta mirada de *business partner* manejamos la mayor parte de los temas *in-house*. Se valora la capacidad de adaptación a los negocios e iniciativa para encontrar soluciones ágiles e innovadoras. En especial de cara a la Superintendencia de Seguros de La Nación, que es el organismo al que se presentan para su aprobación los nuevos planes y productos que las áreas de negocio necesitan desarrollar.

Esta misma persona también se enfoca en temas marcarios de La Meridional que, dado el *expertise* requerido, por lo general, se apoya en un estudio de marcas. Asimismo, brinda soporte legal para las campañas de marketing, publicidad, acciones comunicacionales y redes sociales para incluir los *disclaimers* aplicables o, en caso de ser necesario, redactar las bases y condiciones. La definición sería: “Respira el negocio para un adecuado asesoramiento legal en forma ágil, resolutiva e innovadora”. Por último, otra abogada

**HOPE
DUGGAN
& SILVA**
A B O G A D O S

Suipacha 1111, Buenos Aires

Teléfono: 011 4891-1000

Web: www.bds.com.ar

tiene a su cargo todo lo relacionado a los procesos de conflictos que se nombraron anteriormente. Mas allá de la asignación específica de roles y funciones, todos los colaboradores deben tener la capacidad de hacer análisis normativos porque estos impactan en cada uno de sus procesos, como así también analizar sentencias judiciales o cualquier precedente porque será una herramienta fundamental para prevenir a las áreas de negocios sobre determinadas prácticas o estructuras de negocios al momento de su génesis. Es decir, informar qué tendencias se observan en la jurisprudencia, qué tipo de sanciones surgen y, en función de ello, elaborar métricas de gestión que permitan monitorear comportamientos de negocios y mitigar riesgos. El mejor contrato

o instrumentación de un negocio será evaluado cuando se somete a un procedimiento judicial o administrativo o cuando surge el conflicto entre privados. Y si llegado ese momento el contrato es claro para el juez o para quien debe interpretarlo, se podrá decir que se hizo un buen trabajo. De lo contrario, algo falló al momento en que se armó, algo estuvo mal. Asimismo, una correcta instrumentación les permite a las áreas de negocio o de Vendor Management poseer correctas herramientas de negociación para el caso en que haya conflictos y evitar deficiencias económicas o financieras innecesarias.

Mencionabas recién que tercerizan el tema marcario, ¿es lo único?

Muchas veces nos encontramos con cuestiones que están por

fuera de nuestro *expertise* o conocimiento particular. Por ejemplo, en temas relacionados a propiedad intelectual, *data privacy*, procesos penales o los juicios de acciones de clase que por su trascendencia en el negocio y la organización optamos por tercerizadas.

¿Qué te lleva a la elección del estudio?

Cuando decidimos solicitar soporte a un estudio externo es porque necesitamos un *expertise* específico que nosotros no tenemos o por el volumen que poseen determinados procesos. Pero sin duda, la búsqueda de un conocimiento técnico o especialización es el motivo más importante por el cual decidimos una tercerización. En complemento, el abogado externo debe tener la capacidad de ponerse en el lugar de uno, ser pragmático, hacer una correcta valoración de los riesgos,



pros y contras, costos y beneficios y, fundamentalmente, ser conducente y efectivo, como vehículo necesario para la resolución de un problema, y que contribuya en el proceso de toma de decisiones.

¿Y el perfil de abogado que buscan dentro del área?

Entendemos el rol de Legales dentro de la empresa como un área de servicio que facilita la materialización de los objetivos organizacionales. También, por supuesto, es prevenir y mitigar potenciales riesgos o contingencias. Pero haciendo hincapié en la parte del soporte para mí es fundamental que el abogado tenga una fuerte vocación de servicio, de proveer soluciones al negocio y ser un facilitador. Tiene que respirar y mimetizarse con el problema para cumplir adecuadamente su rol. Para ello, debe ser pragmático, adaptable a las diferentes situaciones y poseer la capacidad de dar un asesoramiento legal evaluando riesgos con escasa información y en tiempos altamente limitados y desafiantes. Para lograr estos objetivos, los diferentes perfiles tienen que tener fuertes habilidades de comunicación y ser empáticos con las necesidades del otro. Esto también aplica para los miembros del equipo de Compliance. En general la tarea



PERFIL

Abogado graduado en la Universidad Católica Argentina y posee la Maestría en "Law & Economics" de Universidad Torcuato Di Tella. Ha realizado la Diplomatura de Derecho de Seguros en la UCES como así también diferentes cursos relacionados al seguro en la Asociación Argentina de Compañías de Seguros. Es Head of Legal & Compliance en Meridional Seguros y abogado pro bono activo miembro de la Comisión Pro Bono del Colegio de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

de *compliance* es tediosa y de una gran carga administrativa por los pedidos de información resultando ser un poco molesta para las áreas de negocios. Si uno como abogado o analista de *compliance* no es claro en sus pedidos o requerimientos, difícilmente pueda obtener buenos resultados en el corto plazo. Por el contrario, si se construyen lazos, buenos vínculos y se realiza un esfuerzo comunicacional para explicar los objetivos, probablemente seas mucho más efectivo.

Asimismo, una de las cuestiones fundamentales que buscamos potenciar en forma constante es que los miembros del equipo legal

realicen trabajo Pro Bono. Yo soy abogado pro bono y La Meridional es la primera compañía en la Argentina en hacer pro bono en el país, sumándose al trabajo que realizan los estudios jurídicos y en adherirse a la Comisión pro bono del Colegio de la Ciudad de Buenos Aires. Será altamente valorado que un miembro del equipo dedique tiempo al pro bono y, sin lugar a duda, contribuirá como un elemento muy positivo al momento de la evaluación de su *performance* anual. Esto por cuanto para mí es una característica que agrega mucho valor al equipo y a la organización. Soy el primero que lo hago

**TANOIRA
CASSAGNE**
A B O G A D O S

Puerto Madero

Juana Manso 205, 7mo. piso
Puerto Madero (C1107CBE)
Ciudad de Buenos Aires

San Isidro

Quito 2618, 3er. piso
Béccar (B1609)
Provincia de Buenos Aires

Tel.: 5272-5300

tanoiracassagne.com

e incentivo permanentemente a que más colaboradores se sumen a esta práctica. En definitiva, que puedan volcar la misma vocación de servicio para la atención de los asuntos diarios, pero para la atención de casos pro bono que permita devolver a la sociedad algo de lo que ellos recibieron y ser un agente transformador para el desarrollo de la comunidad y la sociedad en su conjunto. Preguntar acerca de experiencia en trabajo pro bono es parte de mi *checklist* de preguntas en cualquier entrevista que realizo. Estar comprometido con lo que significa pro bono, es el diferencial que incorporan en su ADN los integrantes de este equipo de Legales y Compliance, y eso me enorgullece.

¿Qué es lo que aprendiste, como abogado, en una compañía de seguros?

Con los años me fui dando cuenta de que uno no debe ser un *stopper* en cada situación en que le toca participar o que uno advierte que no se ajusta 100% a lo que uno le gustaría. Si así lo fuera, probablemente pierda presencia y fuerza y dejará de ser un *business partner* para las diferentes áreas. Por el contrario, hay que trabajar en la generación de confianza basada en el servicio que uno brinda y sobre la base de conocimientos

técnicos sólidos para ser parte en el proceso de toma de decisiones e instrumentando los diferentes desafíos de la mejor manera posible. En definitiva, esto será de vital importancia para facilitar los negocios y prevenir o mitigar cualquier tipo de riesgo.

En relación a la tecnología, ¿cómo ves el futuro de la profesión?

La tecnología es algo que llegó para quedarse y va a ir creciendo cada vez más. El desafío está en cómo nos adaptamos a este cambio. Si pensamos que es algo que nos va a perjudicar y nos va a dejar sin un rol estamos teniendo una actitud pasiva y poco positiva. El problema no es la tecnología, sino nuestra actitud frente a este proceso vertiginosamente cambiante e inestable. Vale la pena tener una actitud proactiva y saber aprovechar los cambios tecnológicos de una buena manera para hacer más eficiente nuestra profesión.

Por ejemplo, los miembros del equipo no le aportan ningún valor agregado a la organización respondiendo en tiempo y forma innumerables oficios o requerimientos administrativos de pedidos de información. Es algo que deben cumplir, pero ejecutarlo en tiempo y forma no le aporta valor agregado a la compañía.

Sí, por el contrario, eso lo puede resolver la tecnología, todos van a tener mayor disponibilidad para generar valor desde otro lugar. Hay un montón de herramientas de tecnología que hoy se ofrecen en el mercado y que uno puede ir analizando para su uso como herramienta de gestión y control. Por otro lado, el rol del abogado de empresa que como dijimos es, entre otras cosas, construir confianza, seguirá siendo un arte que va a seguir existiendo y altamente valorado y demandado.

¿Qué hace Compliance dentro de la compañía?

Tiene dos roles principales: uno es el cumplimiento regulatorio, lavado de dinero, UIF, Ley de Responsabilidad Empresaria y Programa de Integridad, entre otros. Es decir que está muy enfocado en el cumplimiento de la norma por ser sujetos obligados, puesto que le agrega una serie de obligaciones/requerimientos adicionales que no tienen otros sujetos y que son muy similares a la de otras industrias (ej.: bancos, entidades financieras, entre otros). Esto por cuanto somos un eslabón fundamental para la detección de cuestiones de lavado de dinero. El otro rol de Compliance está relacionado con las políticas internas, código de conducta y políticas en general 

O'FARRELL

ABOGADOS DESDE 1883

Av. de Mayo 651. 3° piso. BsAs, Argentina | +5411 4346100 | www.eof.com.ar   



Colombres Abogados, de la provincia de Tucumán. Un estudio con más de 70 años en el mercado.

¿Dónde comienza la historia del estudio?

Federico Colombres (h): Nuestro abuelo, Adolfo Colombres, fundó el estudio en 1948 y, aprovechando en esa época el desarrollo industrial que se vivía en la provincia, supo captar un nicho: ingenios, alimenticias, metalmecánicas, etc. Con la incorporación de nuestro padre, Federico, el estudio creció muchísimo en cartera de clientes y en posicionamiento, continuando dentro del sector empresarial/industrial. Luego, es nombrado en el directorio del Banco de la Provincia de Tucumán, donde desarrolló una manera de pensar muy vinculada a las finanzas y al análisis económico, impronta que supo transmitir a todos lo que hoy estamos aquí. Habilidades diferenciales para una carrera con poca forma-

ción en esas áreas.

Se fueron incorporando nuevas industrias como clientes: bancos, empresas agropecuarias, empresas de telecomunicaciones, mineras, etc. Y, desde una fuerte identificación con la industria azucarera, el estudio pasó a generar clientes en el ámbito de la citricultura, uno de los *clusters* de mayor crecimiento en la provincia. Nos consolidamos también como estudio de apoyo de las cámaras del sector, como el Centro Azucarero de Tucumán, la Unión Industrial de Tucumán, La Asociación Citrícola del Noroeste de Argentina, entre otras.

Actualmente, somos la tercera generación en el estudio, y nos acompañan otros abogados en el equipo. Nuestro mayor capital es ese: el equipo. En el estudio no hay rotación porque no hay

límite para el crecimiento y para la participación, la organización es bastante horizontal.

¿Cuáles son los ejes del trabajo?

Luciana Colombres: Tenemos una cultura muy sólida, compartida e incorporada en nuestras vidas. Puertas adentro, lo más importante es el bienestar de las personas que integran el equipo. Para los que somos de la familia, es muy importante que los que trabajan con nosotros tengan las mismas oportunidades de crecimiento y progreso. Si eso no sucede, todo esto no tiene sentido. Cara hacia el cliente, trabajamos mucho sobre la personalización. En primer lugar, procuramos que todos los abogados tengamos relación con todos los clientes o, al menos, sepamos en qué están; que la relación sea con el equipo

y no con un abogado. Hablamos con los clientes asiduamente, sin intermediarios, y estamos atentos constantemente a entender su negocio y generar valor con nuestro trabajo.

¿Cuáles son las áreas de práctica?

FC (h): Somos un estudio corporativo, nuestro segmento son las empresas. Tenemos empresas locales medianas y grandes, y una cartera importante de multinacionales. Para las primeras, tenemos una cartera de servicios más amplia, porque en su camino de profesionalización se le presentan un sinnúmero de cuestiones que tratamos de atender: el desarrollo de la estructura corporativa para poder crecer, el armado de directorios, la planificación de nuevos negocios, el desarrollo de los departamentos internos y

su asesoramiento, la asistencia legal en el día a día, las cobranzas, cuestiones impositivas y de *compliance*, etc.

Las corporaciones grandes, en cambio, vienen con necesidades mucho más concretas. En los últimos 15 años, por ejemplo, hemos trabajado muchísimo en el asesoramiento impositivo y el litigio tributario, dado que la provincia de Tucumán es el tercer fisco con mayor presión impositiva del país. Desde que iniciamos con el servicio de impuestos, no hemos parado de tener demanda de servicios.

Por otra parte, hemos tenido mucha participación en conflictos de empresas familiares, algunos de ellos judicializados, lo que nos ha permitido ver en carne propia una de sus peores consecuencias: la destrucción de valor. Por eso, hemos sido activos propul-

sores de mecanismos alternativos de solución de conflictos en empresas familiares y en la parte de planificación: armado de estructuras legales para administrar la sucesión generacional, diseño de estatutos que prevean contingencias futuras, redacción del protocolo familiar, entre otros. Hoy te puedo decir que, con mucho acompañamiento, hemos evitado dolores de cabeza a empresas familiares, especialmente mediante la prevención de conflictos que estaban en puerta y que se lograron encauzar.

¿Qué características tiene el mercado de empresas en Tucumán?

LC: Tucumán, afortunadamente, tiene un mercado interesante de empresas e industrias, a la vez que tiene un polo universitario muy antiguo, con lo que hay un ecosis-



ESTUDIO YMAZ

ABOGADOS



Mariscal Ramón Castilla 2971
C1425DZE Buenos Aires, República Argentina
Tel. (54 11) 4803 3663 lin.rot. Fax (54 11) 4803 3660

www.estudioymaz.com.ar

tema que genera nuevas inquietudes y demanda servicios. Hay industrias muy consolidadas, con muy buena *performance* y mucho conocimiento incorporado, que demandan servicios específicos y más sofisticados, como la citricultura, el IT, pero también hay un sector enorme de pequeñas y medianas empresas que se están profesionalizando, que requieren de más asistencia.

¿Cómo se preparan de cara al futuro para la profesión?

FC (h): El negocio de la abogacía está muy comoditizado y, en todo lo que respecta a tareas repetitivas, están ingresando competidores tecnológicos, que incorporarán inteligencia artificial, servicios de automatización de documentos, tercerización (Legal Process Outsourcing - LPO), etc. Ahí tenemos una amenaza que hay que resolver con creatividad. La tendencia será el “más por menos”. El futuro demandará profesionales muy versátiles, con foco en la interdisciplinariedad y las habilidades blandas. Vendrá una abogacía que deberá satisfacer nuevas demandas, y en la que interactuará con inteligencia artificial y *machine learning*. El profesional del futuro será una especie de centauro digital: mitad hombre, mitad máquina. Como profesionales deberemos posicionarnos en el lugar en que



“Los abogados tenemos que cambiar el *mindset*: debemos mirar lo legal desde el negocio y, en ese sentido, la universidad no nos entrena. No nos enseñan ni siquiera rudimentos de finanzas ni nos dan elementos de análisis económico”.

las máquinas no pueden competir con nosotros: las habilidades blandas, la empatía, el liderazgo, la capacidad de conducir equipos, la orientación al resultado. Para lo *hard* estará la tecnología. En esa dirección, pensamos que se revalorizará la calidad humana, la cultura, el valor agregado personal del abogado. Por eso, hemos apostado siempre a formarnos en cuestiones adicionales al derecho, como la expresión escrita, el liderazgo; a participar en actividades culturales y a apoyar entidades de bien público y de promoción de valores. Consideramos la empatía

como una característica fundamental para trabajar aquí y para encarar los problemas de nuestros clientes. Los abogados tenemos que cambiar el *mindset*: debemos mirar lo legal desde el negocio y, en ese sentido, la universidad no nos entrena. No nos enseñan ni siquiera rudimentos de finanzas ni nos dan elementos de análisis económico. Los abogados tendemos a poner demasiado foco en las formas y por eso a veces entorpecemos el negocio. Cuando el abogado llega la reunión, es visto como el aguafiestas.



Denable Law PLLC

1120 Avenue of the Americas, 4th Floor
New York, NY 10036
Tel. + 1 212 626 2645
info@denublelaw.com
www.denublelaw.com



En el estudio tratamos de tener siempre la mirada puesta en el negocio, y seguimos preparándonos y apostando a eso. Tratar siempre de encontrarle un cauce de desarrollo. Ser pragmáticos. Esa es la propuesta que le hacemos a nuestros clientes. Asesorarlos desde la visión de su negocio, y tomando como punto de partida su estrategia competitiva. Para dos clientes diferentes, ante un mismo caso, podemos dar un asesoramiento diferente, porque todo lo tamizamos con la mirada estratégica del negocio que haya delineado.

Si tuviera que resumir en dos palabras nuestros planes a futuro, el foco estaría en brindar servicios focalizados en sectores estratégicos de la actividad del cliente, donde podamos agregar valor: planificación patrimonial, profe-

sionalización, asesoría de directorios, sustentabilidad; y también la exploración de nuevos modelos de negocios que innoven sobre lo conocido e, incluso, pensando en alianzas para prestar nuevos servicios.

Respecto de lo primero ya hablamos anteriormente. Respecto de los nuevos negocios, tuvimos una incursión en el ámbito de las aplicaciones cuando uno de nuestros abogados, Juan José Sirena, armó, junto a un socio ingeniero, una web orientada a abogados locales que administraba las novedades de los juicios que se producían en la Justicia de Tucumán (www.detribunales.com.ar). Anduvo muy bien en la etapa beta, pero lamentablemente no se pudo escalar por limitaciones de acceso a los servidores de la Justicia, pero sirvió como primera

incursión. Creemos que, a diferencia de otros tiempos en que se trataba de entender la tecnología para asesorar, ahora debemos incorporarla en el modelo de negocios. Los estudios jurídicos proveerán sistemas y aplicaciones, sobre todo para tareas que no generan valor, y que, además, serán operadas por no abogados. Sucederá eso: tareas como análisis de siniestros y cuantificación ya no serán más abordadas por abogados. Un lego con la ayuda de sistemas como LegalHub, por ejemplo, se ocupará de estas cuestiones. Nadie sabe muy bien qué va a pasar, pero, al menos, hay que estar atentos y tratar de generar nuevas alternativas de negocio. Seguramente la próxima década nos encontrará haciendo algo bastante distinto y compitiendo con no abogados.

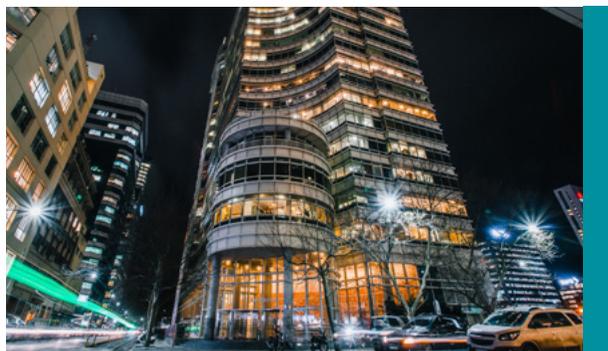

**BECCAR
VARELA**

trayectoria e innovación

Sede Central
Edificio República,
Tucumán 1, Piso 3
(C1049AAA) CABA

Sede Zona Norte
Torre de las Naciones,
Luis García 695, Piso 9
(B1648AEC) Tigre, BA

+54 11 4379 6800/4700 Argentina



www.beccarvarela.com



Por
Luis E. Denable
 Abogado
 matriculado en
 Argentina
 y Nueva York.
 Fundador de
 Denable Law
 PLLC
 (denublelaw.com)

NUEVA REGULACIÓN DE LA VISA EB-5

Las visas para entrar y vivir en los Estados Unidos se clasifican en visas de inmigrante y de no inmigrante. La diferencia fundamental es que las primeras permiten al titular permanecer por tiempo indeterminado en el mencionado país y, luego de reunir determinados requisitos, convertirse en ciudadano. En cambio, las visas de no inmigrante solo permiten vivir por un tiempo determinado, si bien en algunos casos pueden ser renovadas reiteradamente. La visa de inmigrante EB-5 permite obtener la residencia permanente (*green card*) al extranjero inversor y su núcleo familiar. Este programa, vigente desde 1993, que tiene un cupo anual de 10.000 visas por año, requiere actualmente que el inversor genere 10 puestos de trabajo a tiempo completo y una inversión mínima de US\$ 500.000 si la inversión se realiza en áreas rurales o de alto desempleo o de US\$ 1.000.000 en áreas urbanas.

En este tipo de visas, el origen y la legitimidad de los fondos es evaluado meticulosamente por la administración

de los Estados Unidos, y el monto de la inversión debe estar en riesgo, es decir, que el negocio pueda no ser rentable y, consecuentemente, el inversor pueda perder el capital invertido.

Este régimen fue modificado recientemente por el Servicio de Ciudadanía e Inmigración de los Estados Unidos (USCIS, por sus siglas en inglés), y su entrada en vigor será a partir del 21 de noviembre de 2019. El principal cambio regulatorio es el aumento de los estándares mínimos de inversión. En efecto, a partir de la fecha de vigencia de la regla final, el nivel mínimo estándar de inversión aumentará de US\$ 500.000 a US\$ 900.000 para zonas rurales o de alto índice de desempleo y de US\$1.000.000 a US\$ 1.800.000 para zonas urbanas. Asimismo, la nueva regulación establece que dichos montos mínimos de inversión se ajustarán automáticamente a la inflación cada cinco años.

Esta modificación está en línea con el mayor rigor regulatorio vigente en materia inmigratoria en los Estados Unidos.

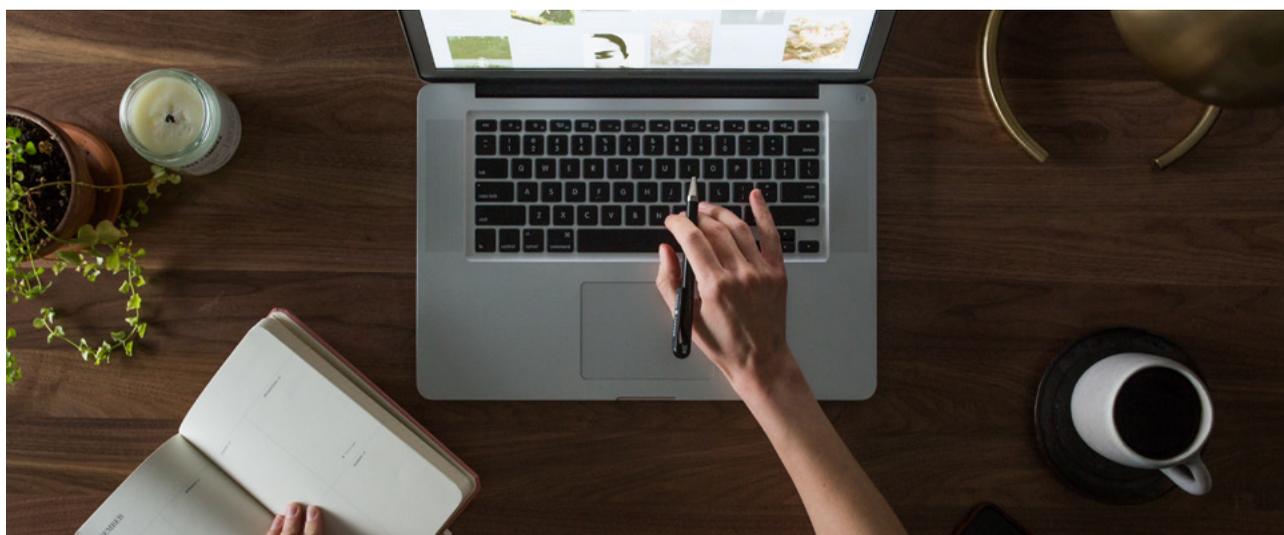


Desde 1995 brindando Servicio Jurídico a Empresas, Pymes y corresponsalia a los principales estudios Jurídicos del país.

H. Yrigoyen 728 - Zárate // Tel/fax: 03487-436308
 www.mm-ejuridico.com ✉ estudio@mm-ejuridico.com



¿Puede el empleador acceder al correo corporativo o computadora del trabajador?



Por **Nicolás Durrieu**
Socio de Durrieu Abogados
Coordinador académico
de UADE

INTRODUCCIÓN

Adelantándome a la conclusión, la legalidad en el acceso al correo o computadora corporativa dependerá de si se violó o no la expectativa de privacidad que tenía el empleado.

La cuestión es recurrente en las investigaciones internas corporativas y amerita ser analizada con detenimiento por las consecuencias jurídicas negativas que podrían generarse: 1) la nulidad de la prueba, y 2) la comisión del delito de violación de correspondencia o ingreso indebido a una base de datos (arts. 153 y 153 bis del Código Penal). En otras palabras, no solo sería nulo todo lo actuado que se funde en un acceso indebido, sino que también los directivos podrían ser imputados de un delito.

EL DERECHO A LA PRIVACIDAD

Como principio general, la única forma en que podría ingresarse al ámbito privado de un correo electrónico sería por orden de juez competente, mediante auto fundado.

Ello en virtud de la inviolabilidad del correo epistolar que establece nuestra Constitución Nacional en su artículo 18, el cual se encuentra equiparado al correo electrónico mediante el artículo 2 de la Resolución 333/2001 de la Secretaría de Comunicación, entre otras normas.

Por otro lado, el Código Penal también protege la privacidad de las personas de una intrusión indebida, tanto mediante el artículo 153 del Código Penal, que sanciona el acceso a cual-

quier comunicación electrónica, o mediante el artículo 153 bis, que sanciona el acceso indebido a una base informática, como puede ser una computadora personal.

No obstante, ningún derecho es absoluto. En el ámbito laboral y empresarial, se discute si la empresa tiene derecho a acceder libremente a las herramientas de trabajo que le ha provisto a su empleado como correlato de sus facultades de organizar su actividad lícita libremente (art. 64 de la Ley 20.744, de Contrato de Trabajo – LCT) y como consecuencia de su derecho como empleador de controlar los medios de producción de su propiedad (art. 70 de la LCT). A fin de ponderar la extensión de ambos derechos (el de la privacidad del empleado y el de las facultades de control del empleador), la jurisprudencia mayoritaria actual ha partido bajo el baremo de la “expectativa de privacidad” que tiene el trabajador de que su empleador no intervendrá en sus comunicaciones o su computadora, aun a través de medios indirectos, como es el servidor de propiedad de la empresa. Al respecto, se ha dicho que “no tiene relevancia quién sea el proveedor de la cuenta de correo electrónico, pues toda vez que se les asigna

“Existen dos casos controvertidos que se plantean con habitualidad. El celular corporativo y la política bring your own device. En cuanto al primero, puede considerársele como una computadora portátil, con lo cual entiendo que la información que contenga pueda ser sujeto de control”.

un usuario y una clave personal de ingreso, se abandona el estado público y lo convierte en privado, impidiendo que los mensajes obtenidos a través de la intervención en el servidor del dominio pueda (...)” (CNCC, Sala I de 13/02/2015, “Gottlieb, Rodolfo Saúl y otros”, causa 41.816/14).

EXCEPCIONES

Ahora bien, ¿cuáles son las medidas que deben tomarse para reducir la expectativa de la privacidad del trabajador y que permitirían el ingreso del empleador? Una primera aproximación lo establece la Sala I de la Cámara Nacional de Apelaciones en lo Criminal y Correccional de la Capital Federal “C., J. A. y otro s/ nulidad” (Causa n° 47.334/2016), resuelta el 25/3/19, en la que si bien declaró la nulidad de la incorporación de los correos

electrónicos presentados por la querrela, indicó que “nada se había establecido en relación a tal extremo como política de la empresa y que hubiese permitido a los empleados conocer, con la claridad que las normas citadas exigen, cuáles eran los límites a su intimidad (...)”. En el mismo sentido, la Oficina Anticorrupción ha expedido los “Lineamientos de integridad para el mejor cumplimiento de lo establecido en los artículos 22 y 23 de la Ley N° 27.401 de Responsabilidad Penal de Personas Jurídicas”, en donde establece que en el protocolo de investigaciones de un programa de integridad deberán regularse las cuestiones relativas al acceso a los medios y dispositivos que el empleador pone en manos de los trabajadores.

En concreto, las buenas prácticas de *compliance* establecen que se



EL ESTUDIO JURIDICO BOLIVIANO CON MAYOR RECONOCIMIENTO INTERNACIONAL

CHAMBERS LATIN AMERICA AWARDS EXCELLENCE BOLIVIA 2010 - 2011 - 2013 - 2015

Miembros de: INTERLAW An International Association of Independent Law Firms

CHAMBERS LATIN AMERICA AWARDS 2015 WINNER

LEGAL 500 TOP TIER

GAR 100 Selected firm 2015

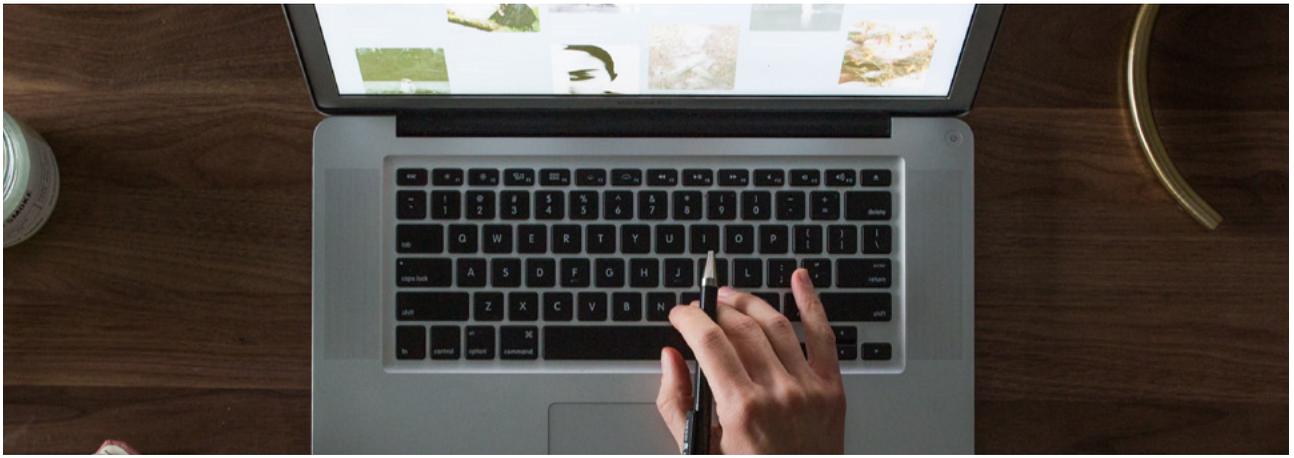
g.r100 Selected firm 2014 100

Distinguen en primer lugar a Moreno Baldivieso por su experiencia y solidez en el asesoramiento legal.

WITHIN THE 100 MOST IMPORTANT INTERNATIONAL ARBITRATION LAW FIRMS IN THE WORLD

La Paz: 591.2.2441600 • Santa Cruz: 591.3.3353515 • Cochabamba: 591.4.4532688 • Tarija: 591.4.6633303 www.emba.com.bo





documente el consentimiento expreso del trabajador (ver el art. 318 del Código Civil y Comercial de la Nación y el art. 5 de la Ley 25.326, de Protección de Datos Personales) en cuanto a que las herramientas de trabajo que se brindan deben tener dicha finalidad, por lo que pueden estar sujetas a inspección.

No obstante, no debe dejar de considerarse que, en el marco de un contrato laboral, la relación entre el empleado y el empleador es asimétrica, por lo que tiene una especial protección por la ley laboral. Por este motivo, toda renuncia a derechos por parte del trabajador puede ser tomada de manera restringida por los tribunales. A fin de reducir dicha contingencia, el derecho a control deberá ponerse en conocimiento del empleado con habitualidad y durante toda la relación laboral.

Es muy común que el consentimiento se preste al inicio del contrato y que, con el transcurso del tiempo, pueda volver a generarse una expectativa de privacidad si no se le recuerdan al trabajador sus derechos o en la práctica no los ejerce.

Existen dos casos controvertidos que se plantean con habitualidad. El celular corporativo y la política *bring your own device*. En cuanto al primero, puede considerarse como una computadora portátil, con lo cual entiendo que la información que contenga pueda ser sujeto de control. Respecto de la segunda, entiendo que podría cuestionarse el ingreso irrestricto al dispositivo, ya que puede contener información privada ajena al trabajo. Por tal motivo, entiendo que el acceso solo podría darse en el marco de una investigación con un objeto claro. Para un mayor

resguardo de la privacidad del trabajador, debería filtrarse la búsqueda de la información de acuerdo a palabras relacionadas con el objeto de la investigación. Otra opción es demandar que se genere una carpeta o disco rígido específico con fines laborales.

En caso de que el empleador no tenga bien definidas dichas políticas, a fin de evitar toda contingencia, es conveniente darle intervención a la justicia para que disponga su acceso mediante una orden judicial.

Por último, claro está, es legítimo el acceso o presentación de la información si el destinatario es el empleador, directivo o, incluso, otro empleado –que aporta voluntariamente el correo electrónico al empleador–, salvo que haya un deber de secreto profesional (art. 318 del Código Civil y Comercial de la Nación).

ESTUDIO SIGNO PERITOS CALÍGRAFOS

Tel.: (011) 3980-4024

Móvil: 15-5113-2955

www.caligrafosigno.com.ar



¿CON GANAS DE MÁS AUNO ABOGADOS?

Ingrese en un espacio en el que los abogados siguen contando cómo piensan y gestionan su negocio.



CANAL



YouTube



VER MÁS

