

# LAWYERS

Primero llegaron los capitales de riesgo, después las incubadoras de negocios en Internet para crear empresas. Ahora, es el turno de los abogados.

# QUE INCUBAN



**S**ólo una buena idea no es suficiente para sobrevivir en un mercado que, de acuerdo con la consultora estadounidense Gartner Group, sólo dejará con vida dos de cada diez sites que pretendan ganar en

Internet. En este contexto, no bastan siquiera las capitalizaciones.

Pero si la consolidación es una realidad, también lo son los alrededor de 600 start ups existentes en América latina, de los que más del 50 por ciento son argentinos. Y semejante mercado genera la necesidad de desarrollar un business plan detallado, contratos con inversores, partners, proveedores de tecnología, medios de pago, y trámites —registro de marca entre otros— en los que necesariamente tienen que intervenir los abogados.

Por el momento, los estudios grandes —Allende & Brea, Negri, Teijero & Incera, Brons & Salas y Muñoz del Toro, entre otros— ya se lanzaron a la carrera para incorporar dotcoms en sus carteras. La premisa es contar con una cantidad importante de clientes, a los que les ofrecen —siempre que el producto sea interesante— pagar parte de los honorarios, que van de u\$s 25.000 a u\$s 40.000 —según el caso—, en equity.

Pero como otra de las realidades de Internet es la falta de conocimiento del total de las necesidades por parte de los entrepreneurs, otros abogados buscan una apuesta diferente. Las incubadoras de Internet ofrecen servicios de todo tipo, y a medida. De los proyectos que llegan, seleccionan aquéllos a los cuales les ven futuro. Les ofrecen todo lo que no tengan —como financiación, y asesoramientos varios— y, por lo general, a cambio piden equity.

Ese es el caso de Raúl Martínez Fazzalari —ex abogado de la Comisión Nacional de Comunicaciones, responsable de la redacción de

las normas referidas a Internet hasta 1999—, y Juan Pablo Gallego, ex asesor de comunicaciones del Senado de la Nación.

## DIFERENCIAS LEGALES

En su estudio —donde trabajan desde 1995 en lo civil y comercial— sólo se hablaba de telecomunicaciones e Internet. La fusión con el estudio más importante de telecomunicaciones en España, perteneciente a Javier Cremades, les permitió formar una "incubadora legal" —marca registrada del estudio español— y buscan abrir oficinas bajo la denominación Cremades, Gallego & Martínez Fazzalari en México, Venezuela, Chile y Perú.

La finalidad es brindar los servicios jurídicos necesarios para la formación, desarrollo, venta u oferta de acciones de empresas de Internet. La diferencia: "Tiempo, seguridad y especialización. Creo que son tres diferencias muy fuertes", dice Fazzalari.

"Aprovechamos hasta la diferencia horaria para que los procesos sean más rápidos", se jacta el abogado. Pero la diferencia fundamental —además de la creación de un Consejo Asesor Externo del Estudio para lo referido a las grandes políticas que está integrado por personalidades de la ciencia, de la cultura, del derecho y por

supuesto del sector de las telecomunicaciones que preside el ex presidente de Telefónica y ex ministro de Hacienda del gobierno español, Antonio Barrera de Irímo— radica en que Gallego & Martínez Fazzalari apostaron a formar equipos técnicos, de áreas no legales.

"La diferencia con la formación de equipos de sistemas marketing o publicidad es el poder concentrar los esfuerzos en el aspecto legal del negocio, prestando todos los servicios jurídicos requeridos", dice Fazzalari. Además, esperan recibir empresas de España que quieren invertir en la Argentina, y generar negocios y oportunidades para las empresas de Internet en Argentina que deseen ser evaluadas por empresarios españoles.

Mientras tanto, los estudios tradicionales se muestran escépticos ante una oferta semejante. "Nuestra función no es hacer el análisis de un inversor. Recibimos gente que nos quiere contratar en todas las etapas. Pero no evaluamos los negocios", dice Juan Martín Arocena, abogado de Allende & Brea. Según Federico Busso, socio de Negri, Teijero & Incera, y abogado de Patagon.com, "no creo que sea buena idea de un fundador pedir a un estudio este tipo de cosas", sostiene. Será cuestión de esperar, y que la Web de su veredicto.

## Incubadoras legales vs. estudios tradicionales

### TRADICIONALES:

**Aspectos legales de Start Ups o empresas del mundo real que quieren organizar su salida a Internet.**

**Relaciones con inversores:** Referidos en forma espontánea.

**Relaciones con empresas de tecnología:** Referidos en forma espontánea.

**Importancia de Internet en la estructura del estudio:** Un área dedicada.

**Relaciones con otras áreas no legales:** Referidos en forma espontánea.

**Límite:** Sólo asesoran en materia legal.

### INCUBADORA LEGAL:

**Además de los servicios legales, aportan asesoramiento en materia de tecnológica, marketing y publicidad.**

**Relaciones con los inversores:** Como parte del servicio.

**Relaciones con empresas de tecnología:** Tienen un departamento de sistemas que presta servicios de asesoría y acuerdos con ISP.

**Importancia del área en la estructura del estudio:** Dedicación completa a telecomunicaciones e Internet.

**Relaciones con otras áreas no legales:** Tienen departamento de Marketing y Publicidad, además de vinculaciones con inversores europeos.

**Límite:** Asesoran sólo a empresas en materia de telecomunicaciones e Internet.