

EL

Lunes 23 de mayo de 2005

AL CIVILIZADO

ADOS
Corporate

ESTUDIO
OJEDA AYZARNAZABALPATENTES Y MARCAS
ABOGADOSAGENTES DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL
(54-11) 4374-6413 - www.registromarcas.comUP | Universidad
de Palermo

FACULTAD DE DERECHO

Master en
Derecho y Empresas

Acreditado por CONEAU Res. 232/99

Informes e inscripción: Av. Córdoba 3501 (C1188AAB) Ciudad de Buenos Aires - Tel.: 4964-4600 - E-mail: Informes@palermo.edu

www.palermo.edu

Los riesgos de servir a dos señores

Los grandes estudios se enfrentan a diario con situaciones en las que existe un potencial conflicto de intereses entre sus clientes. Salvo en litigios, donde las reglas están más claras, las fronteras son mucho más flexibles de lo que alguna vez imaginaron los redactores del Código de Ética. Mecanismos como la llamada Chinese wall intentan impedir el tráfico de información entre distintas cuentas de un mismo estudio.

El estudio
por dentroLas claves
de gestión
de O'Farrell

Pág. 3



Por Nicolás Cassese

Ya lo decía la Biblia: "Ningún hombre puede servir a dos señores, porque o aborrecerá al uno y amará al otro, o estimará al uno y menospreciará al otro". Aquella fórmula que garantizaba lealtad absoluta y total de los estudios de abogados a sus clientes fue práctica habitual durante años y nadie dudaba de su efectividad. Las reglas eran claras y quienes elegían romperlas sabían que hacían algo indebido.

Pero el mercado se volvió más complejo y ya nada es como entonces. Los estudios, especialmente los grandes, se enfrentan a diario con situaciones donde existe un potencial conflicto de intereses entre dos de sus clientes. La fórmula prehistórica que recomendaba simplemente esquivarlos ya no funciona o se vuelve de difícil aplicación. Surgen entonces interrogantes éticos y de práctica profesional que son de dudosa solución. ¿Cómo detectan los estudios un potencial conflicto de interés? De encontrarlo, ¿cómo lidian con la situación? ¿Se privilegian siempre los intereses de los clientes?

¿Qué seguridad tienen éstos de que la información sensible que le proveen a su abogado no termina en poder de sus competidores?

"Es la pesadilla de los abogados", dice Adrián Hope, socio de Hope, Duggan & Silva, sobre los dilemas generados por los conflictos de intereses. El problema, asegura, es que los límites entre lo que se debe hacer, y lo que no, son difusos y suele haber valores contrapuestos. De un lado está la política comercial del estudio, que recomienda agrandar la cartera de clientes, y del otro la ética, que recomienda no incurrir en posibles incompatibilidades. "Hay zonas grises -agrega-. Con algunos clientes tenemos una relación incestuosa de consultas casi diarias, con otros hablamos una vez cada tres años. Es claro que los primeros merecen nuestra exclusividad pero, ¿qué pasa con los segundos?"

Pasa a pág. 2

ARIZMENDI

55 años

acompañando
a empresas
y profesionales
en la toma de
decisiones.

Información@arizmendi.com

Viene de tapa

"Hay litigios es una lógica tipo Bush: o estás conmigo o estás con mi enemigo", grafica Fernando Muñoz de Toro, *managing partner* de Muñoz de Toro & Muñoz de Toro. Su posición es radical: los estudios deben realizar un *conflict check* ante cada nuevo potencial cliente y evitarlo si surge el más mínimo atisbo de posibles intereses contrapuestos.

"No se puede representar intereses contrarios y así está escrito en el Código de Ética del Colegio Público de Abogados de la Capital Federal", insiste. Muñoz de Toro se refiere al artículo 19, que obliga no sólo a abstenerse de asesorar a intereses opuestos

en la misma causa sino también a informar al cliente de relaciones de amistad o parentesco con su contraparte.

Pese a lo que establece el código, explica Muñoz de Toro, es habitual que algunos estudios no respeten esta práctica. "Hace una semana -diciamos llamó un empresa que es cliente diciendo que un banco les había presentado un negocio en el que, para bajar los costos, les ofrecían compartir la estructura jurídica. Eso se hacía mucho en el auge del mercado de capitales y los resultados no fueron buenos."

Otro caso típico donde surgen conflictos de intereses fue tras el corralito bancario de finales de 2001 y la avalancha de amparos contra los bancos que saturó a los estudios. Muchos de ellos tenían a las propias entidades financieras como clientes y se les generó un dilema.

¿Qué hacer con los particulares que se les acercaban para demandar a sus clientes? La práctica correcta hubiera sido rechazarlos, pero un abogado del sector revela que no siempre fue así y muchos estudios acudieron a abogados externos para que firmasen sus presentaciones, evitando así que los bancos detectasen su presencia. También suele ocurrir que abogados de renombre sean miembros de los directorios de varias empresas, lo cual genera peligro de incompatibilidades a la hora de ejercer la profesión.

Salvo en litigios, donde hay consenso en que no se debe trabajar para las dos partes, la realidad es que la intransigencia en materia de conflictos de intereses no es

CHINESE WALL SANTO, REMEDIO

Receta supuestamente infalible a la hora de combatir posibles conflictos de intereses: los estudios apelan a la figura de la *Chinese wall* cuando deciden atender a clientes con intereses potencialmente contrapuestos. Pero, ¿qué es y cómo se constituye esta muralla? Según el libro *Serving two masters. Conflicts of interest in modern law firm* (Sirviendo a dos amos. Conflictos de intereses en firmas de derecho modernas), de Janine Griffiths-Baker, para que sea efectiva esta figura debe incluir la separación física de los abogados que atienden cuentas contrapuestas (incluyendo detalles como sus archivos, sus secretarías y hasta los espacios de socialización como almuerzos), programas de entrenamiento para explicar la importancia de estas regulaciones, gerentes encargados de monitorear su cumplimiento y sanciones establecidas para quien no las acate. Todas las reglas del universo, sin embargo, no pueden impedir que, si lo quisiesen, dos abogados se reúnan, cerveza de por medio, luego del trabajo, y compartan lo que deben.

un servicio especializado se contraponen en muchas oportunidades con el celo con el que se pretende resguardar la exclusividad de la atención que brinda el abogado. Resulta lógico que si un estudio logra un *expertise* importante en un sector determinado, acudan a él los diferentes *players* del mercado. En ese caso, se sacrifica exclusividad en beneficio de especialidad.

transparente y ponga especial celo en impedir el tráfico de información entre una cuenta y la otra.

Para eso existe la *Chinese wall* (muralla china), un mecanismo muy difundido en los grandes estudios anglosajones tendiente a encapsular áreas que atienden intereses potencialmente contrapuestos. Pero salvo en los grandes estu-

"Hay veces que sabemos demasiado", se sincera otro abogado consciente de que la práctica de la profesión les permite acceder a información confidencial, que en el futuro puede resultar de utilidad a sus estudios de su actual cliente. Esa es la razón por la que algunas empresas obligan a sus estudios a firmar contratos, que les impiden trabajar con su competencia en el futuro.

Atentos a esto, en M & M Bonichil, donde también aplican el mecanismo de *Chinese wall*, tienen un procedimiento establecido para manejar los posibles conflictos de intereses, que comienza en el momento mismo en que se acerca un nuevo cliente. Entonces se le avisa al socio administrador y él hace un chequeo. Si el conflicto es claro, no atienden al nuevo cliente.

Pero también puede darse el caso en que el conflicto sea posible pero no inevitable, como cuando hay dos *players* de la misma industria sin antagonismo directo. En esos casos se suele consultar al cliente más antiguo si no tiene inconvenientes en compartir el estudio con uno de sus competidores. Si éste accede, algo que ocurre en la mayoría de los casos, se constituye la famosa muralla para aislar la información que se maneja en cada una de las cuentas. Todos los procedimientos resultan apenas suficientes a la hora de resguardar el principal activo que tiene un estudio: la confianza.



De izquierda a derecha: Patricia Martín, Adrián Hobe y Fernando Muñoz de Toro

la práctica habitual en el mercado. Las fronteras suelen ser más permeables que lo que imaginaron los redactores de los códigos de ética. La concentración de la práctica legal corporativa en un número no tan grande de estudios, a pesar de algunos divorcios más o menos recientes, es tal vez uno de los factores que más incide en esta aparición de dilemas éticos.

Además, la demanda de

"Hay clientes -explica Pablo Louge, socio de Allende & Brear- que establecen como condición de contratación que no tomemos a otros clientes de la misma industria. Pero son los menos." Louge considera que muchos otros prefieren tomar a alguien que esté especializado en el sector y que, por lo tanto, tenga trato con el resto de los actores. "La exclusividad nos quita la posibilidad de capacitarnos en el área", considera. La condición para poder atender a dos clientes con intereses en el mismo sector es que el estudio sea confiable,

dios, la práctica no está muy difundida en la Argentina. Desde Baker & McKenzie, Avelino Róton explica el funcionamiento de este mecanismo en su firma. "Asignamos equipos de abogados diferentes, sin posibilidad de comunicación entre ellos ni consultas a los archivos correspondientes", resume el socio.

"Es un tema delicado al que le damos mucha importancia", señala Patricia Martín, de M & M Bonichil. "El abogado es como el médico: la confianza es fundamental", agrega.