

La historia de la alianza que firmó Carey & Allende con uno de los abogados más influyentes de Medio Oriente

SANDRA NOVOA F.

El estudio de abogados Carey & Allende protagonizó el primer acuerdo de cooperación de una oficina local con un estudio del Medio Oriente: será la plataforma a través de la cual Abu-Ghazaleh Legal (ABLE) se vinculará con Latinoamérica.

Esta multinacional cuenta con más de 400 abogados y 52 oficinas que aparte de la zona de origen abarcan Europa, Asia, Norteamérica y África y trabaja en las áreas corporativa y comercial, libre competencia, arbitraje, financiero-bancario, propiedad industrial, tributario, arbitrajes y todas las áreas del derecho.

La contraparte chilena cuenta con 28 abogados especializados en las temáticas corporativa, juicios y arbitrajes, laboral, penal y acaba de crear un departamento tributario.

Luis Felipe Arze, asociado senior de Carey y Allende, cuenta que decidieron aterrizar en esta región a través de Chile considerando la importante colonia árabe que hay en el país y lo exitosa que ha sido en el mundo de los negocios.

El contacto fue generado por la relación previa entre Guillermo Carey y el presidente de dicha compañía, Talal Abu-Ghazaleh (69). Ambos son miembros del Pacto Global de Naciones Unidas. De hecho, a fines de la semana pasada se juntaron en Nueva York para participar en una reunión con el secretario general de la ONU, Ban Ki-moon, y aprovecharon de dar el puntapié inicial a su alianza.

Como parte del acuerdo, Abu-Ghazaleh les encomendó formar una red con estudios de primer nivel en América Latina a la que ya se incorporaron Abeledo Gottheil Abogados en Argentina; Grimaldo Lazo Abogados en Perú y Brigard & Urrutia en Colombia. En Brasil y México están sondeando potenciales partners con



INTERNACIONALIZACIÓN.— Jorge Allende, Guillermo Carey y Luis Felipe Arze destacan que acuerdo con Abu-Ghazaleh Legal les permitirá derivar a sus clientes a 52 oficinas en todo el mundo. Además están conformando una red de bufetes en América Latina.

» Abu-Ghazaleh preside firmas con más de 400 abogados

Talal Abu-Ghazaleh es un reconocido colaborador de organismos internacionales como Naciones Unidas y la OMC. Nació en abril de 1938 en Jaffa, Palestina, y después de terminar la secundaria en Sidon se fue a estudiar becado a la American University de Beirut. Mientras obtenía su título ofició de profesor y traductor. Su primer trabajo después de graduarse fue en una firma auditora.

En 1969 escuchó una conferencia sobre propiedad

intelectual en la Time-Warner, en San Francisco, y decidió dedicarse a este campo. En 1972 formó Talal Abu-Ghazaleh Company (Tagco) y Abu-Ghazaleh Intellectual Property (AGIP).

A la fecha ha desarrollado 14 firmas de servicios profesionales especializadas en áreas management, consultorías, servicios legales y tecnologías de la información. Entre los profesionales a su cargo, hay más de 400 abogados.

quienes proyectan cerrar esta semana, y completar así el núcleo de países de la primera etapa.

Arze explica que el objetivo es derivarse clientes y fomentar las inversio-

nes y relaciones comerciales en ambas direcciones: "Ya hemos generado referencias de clientes y también entre los latinoamericanos de la alianza. Además, estamos planeando la visita

de empresarios a Medio Oriente el próximo año".

Guillermo Carey afirma que hay sinergias que les ayudarán a potenciarse y crecer hacia otros mercados.

Expertos debaten sobre la marca Unimarc: ¿mantenerla o enterrarla?

Tras la venta de los activos de la cadena Unimarc a una sociedad conformada por el empresario Álvaro Saieh y su grupo familiar, ha surgido la interrogante de si convendrá mantener la conocida marca Unimarc o sepultarla para siempre.

Como la mayoría de las veces en este tipo de materias, las opiniones de los expertos están divididas. Mientras algunos defienden que hay que mantenerla con vida y rescatar como sea sus fortalezas, otros abogan porque termine.

De la visión de que perdure es Eduardo Novión, director general creativo de 180 Grados, quien sostiene que tener una marca más chica en este rubro de gigantes va a ser siempre valorado por el público, y agrega que lo malo puede arreglarse con un buen cambio de look y con promociones entretenidas que atraigan gente a los locales.

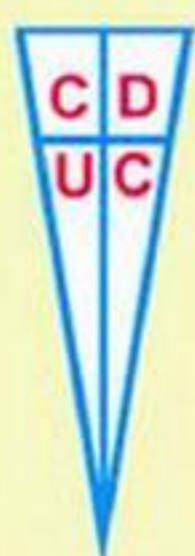
En esta misma línea se muestra Ignacio del Solar, gerente general de Ogilvy Mather, afirmando que es una marca histórica en su categoría, aunque no está muy claro cuál es su capital, por lo que podría ser más rentable entenderlo y desarrollarlo que empezar todo de nuevo.

Por el contrario, hay quienes opinan que la marca es anticuada, por lo que necesita impulsar una denominación más moderna, con una nueva visión del negocio.

"Creo que la marca Unimarc está desgastada, desprestigiada y que se quedó demasiado atrás, sobre todo si se compara con su competencia", afirma un actor del rubro, a la vez que hay algunos creativos que coinciden con esta opinión.

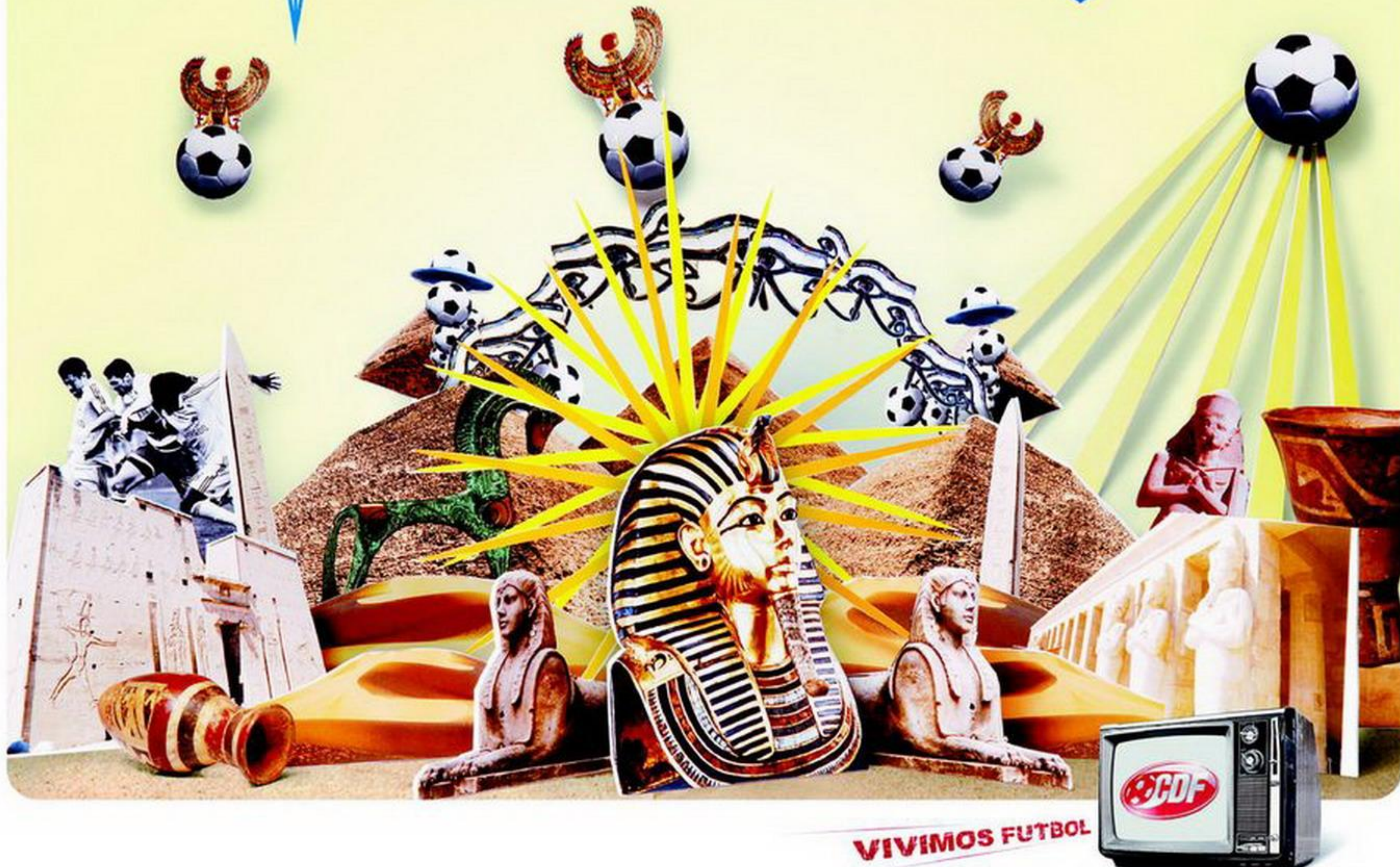
En esta misma línea está Raúl Alé, director del MBA UDD, afirma que "debería botarla, ya que tiene mal prestigio entre los consumidores".

UN 4 DE NOVIEMBRE SE DESCUBRIÓ LA TUMBA DE TUTANKAMON. HOY DESPUES DE 90 MINUTOS, UN EQUIPO CAVARA LA SUYA.



U. Católica v/s Colo-Colo

EL CLASICO DESDE LAS 16:00 HRS.



VIVIMOS FUTBOL