Corlaw

BUSINESS & LAW

REVISTA DIGITAL

EDICIÓN FEBRERO

2023

Índice

Entrevista a Camilo Boggiano ..... 3 - 4

La Economía Creativa ..... 5 - 6

Medidas Alternativas de Solución de Conflictos - El Arbitraje ..... 7 - 8

Asamblea General Ordinaria ..... 9 - 10

El Greenwashing, riesgos e implicancias. ..... 11 - 13

Implicancias legales y riesgos de los sistemas basados en inteligencia artificial. 14

Juntos, pero no revueltos 15

Noticias empresariales 16

Introducción

Esta revista digital tiene como objeto la exposición de distintos temas legales, empresariales, financieros y económicos, que, por su impacto y relevancia, merecen su publicación y tratamiento por parte de los expositores y lectores.

La forma de trabajar, de hacer negocios, de producir, de vender, de pagar, en fin, de realizar cualquier actividad comercial-empresarial, acompañado de la aparición de tecnologías disruptivas y de las nuevas exigencias legales, ameritan un análisis profundo y profesional.

Corlaw Business & Law, fundado en el año 2016, estudio inmerso en el mundo legal-empresarial, está comprometido al aporte positivo de herramientas para que las empresas y personas que desarrollan diariamente sus negocios, puedan contar con todo lo necesario para alcanzar el éxito, tanto en las actividades diarias como en las distintas operaciones especiales que realicen.

Estamos convencidos que, con las distintas publicaciones, se logrará la culturización empresarial necesaria en los diferentes ámbitos, que será útil para todos los actores de la sociedad.

Abg. Pablo Velázquez Krisch
Socio - Director

ENTREVISTA A

CAMILO BOGGIANO

DIRECTOR EJECUTIVO DE CREATIVE HUB

¿Qué cargos y roles está ejerciendo actualmente en el sector empresarial o gremial?

Actualmente, ocupo los cargos de Director Ejecutivo de Creative Hub, una agencia de marketing enfocada en medios digitales, y Co-fundador de Inovatis Group S.A, una empresa paraguaya que brinda servicios y productos de alta calidad en áreas como Desarrollo de Software, Seguridad, Redes, Comunicación y Energía.

¿Cuáles fueron tus emprendimientos anteriores?

Antes de empezar con Creative Hub e Inovatis Group adquirí experiencia en una empresa familiar pionera en el rubro de telecomunicaciones en el interior del país, donde aprendí la importancia de la tecnología para mantenerse a la vanguardia en el mercado.

¿Qué objetivos tienen como gremio?

Nuestros objetivos como empresa y gremio incluyen el desarrollo de tecnología, la innovación en procesos y la educación en el mercado para asegurar la calidad y eficacia de nuestros servicios y productos. A su vez, buscamos fortalecer nuestra presencia en el mercado, a través de la optimización de nuestros procesos internos y la innovación constante.

¿Qué dificultades encuentran en el trabajo por sus objetivos?

Los desafíos que enfrentamos como empresa y gremio incluyen estar en constante búsqueda e actualización para mantenernos a la vanguardia en la tecnología y las tendencias de mercado. También nos enfocamos en optimizaciones de procesos para seguir escalando nuestras operaciones y asegurar la calidad de nuestros servicios.

¿Tienen un acuerdo de socios, código empresarial, protocolo, u otro documento equivalente?

Sí, contamos con acuerdos de socios y un código empresarial que establece nuestras políticas y valores fundamentales. Estos documentos son esenciales para asegurar una gestión empresarial ética y transparente.

¿Cuando ocurren conflictos dentro de la empresa, ¿Cuáles son comúnmente los motivos y cómo los resuelven?

Cuando ocurren conflictos dentro de la empresa, a menudo se deben a diferencias en la opinión o enfoque en cuanto a la toma de decisiones, Para resolverlos, buscamos llegar a un acuerdo a través del diálogo y la comunicación abierta, priorizando siempre el beneficio de la empresa y de nuestros clientes.

Si podrías hacer una ley o modificar una existente, ¿Qué aspectos abarcaría?

Si pudiera hacer una ley o modificar una existente, me enfocaría en la promoción de la educación y la tecnología para el desarrollo sostenible del país y de la región. La educación es la base para el crecimiento

personal y profesional, y la tecnología es una herramienta esencial para el progreso.

Si ocuparas algún cargo político en el futuro, ¿A qué le darías mayor enfoque?

Si ocupara algún cargo político en el futuro, me enfocaría en el desarrollo de políticas públicas que promuevan la inversión en tecnología y educación, para impulsar el crecimiento y el desarrollo económico de Paraguay.

¿Alguna lección que aprendiste en el proceso y quieras compartir con los demás emprendedores y ejecutivos?

Una lección que he aprendido en el proceso y que quisiera compartir con otros emprendedores y ejecutivos es que la innovación y la creatividad son clave en el éxito de cualquier empresa o proyecto. Debemos estar dispuestos a tomar riesgos y a explorar nuevas oportunidades para asegurar la calidad y eficacia de nuestros servicios y productos. La educación y la formación constante también son esenciales para mantenerse actualizado y competitivo en el mercado.

La Economía Creativa

Una de las economías que se encuentra en constante evolución en el Paraguay, es la denominada "economía creativa", comúnmente también llamada "economía naranja". Escuchamos frecuentemente pero no abarcamos a veces todo a lo que se refiere.

De acuerdo con el Banco Interamericano de Desarrollo, ésta se resume en convertir las ideas y creaciones en bienes o servicios que centran su valor en la propiedad intelectual.

El intelecto, la creatividad y las ideas son las piezas fundamentales de esta economía y como tal, no se necesita de grandes infraestructuras ni manufactureras, ya que el cimiento está en las ideas y creaciones, de acuerdo a lo dicho por el considerado padre de esta economía, John Howkins, quien también señaló que *"…es aquella en la que las ideas son los principales aportes y los principales resultados… en la que la gente dedica la mayor parte de su tiempo a generar ideas…"*

El diseño de programas, la arquitectura, el arte audiovisual, entre otros, comprenden algunas actividades de esta economía.

Aparte de las miles de industrias que producen infinitos productos que ya conocemos, el mundo también está compuesto por la economía cultural y las industrias creativas, que abarcan las producciones culturales convencionales, como música, video, el internet, que va tomando adeptos aceleradamente, como así también las áreas de soporte para la inventiva.

En Paraguay, la promoción y aliento de este tipo de actividades toma fuerza mediante la fundación CIRD (Centro de Información y Recursos para el Desarrollo), que ejecuta el proyecto del BID LAB para el desarrollo de la Economía Creativa.

Se estima, que en el Paraguay, la economía creativa representa el 2,5 % del PIB (USD. 1.200 millones) y aproximadamente el 0,5% de las exportaciones totales, empleando casi a cincuenta mil personas. Además, se creó una Federación de Industrias Creativas del Paraguay.[1]

Ahora bien, **¿Sabemos qué hacer cuando "surge una idea"? ¿Cuándo tenemos derechos sobre las cosas que hacemos o desarrollamos?**

La protección del derecho de autor recae sobre todas las obras del ingenio, en el ámbito literario o artístico, cualquiera sea su género, forma de expresión, mérito o finalidad, la nacionalidad o el domicilio del autor o del titular del respectivo derecho, o el lugar de la publicación de la obra.

Están especialmente comprendidas, entre otras, las siguientes:

1. las obras expresadas en forma escrita, las obras orales, tales como las conferencias, alocuciones y sermones; las explicaciones didácticas, etc;

2. las composiciones musicales;

3. las obras coreográficas;

4. las obras audiovisuales, en las que se presumen

[1] https://www.ultimahora.com/economia-naranja-expande-redes-y-genera-mas-divisas-n2797104.html

coautores el director o realizador, el autor del argumento, el autor de la adaptación, el autor del guión y diálogos, el autor de la música especialmente compuesta para la obra, y, el dibujante, en caso de diseños animados;

5. las obras radiofónicas;

6. las obras de artes plásticas, incluidos los dibujos, pinturas, esculturas, grabados y litografías;

7. los planos y las obras de arquitectura, que pueden ser de cualquier clase, incluso edificios, siempre y cuando tengan originalidad, constituyan una creación humana y estén exteriorizadas;

8. las obras fotográficas y las expresadas por un procedimiento análogo a la fotografía;

9. los programas de ordenador y softwares;

10. en general, toda otra **producción del intelecto** en el dominio literario, artístico o científico, que tenga características de **originalidad** y sea susceptible de ser divulgada o reproducida por cualquier medio o procedimiento, conocido o por conocer.

Los dibujos y modelos industriales

Sobre los **dibujos industriales y modelos industriales,** se considera que existe un **dibujo industrial** cuando haya una combinación de líneas y colores; y **modelo industrial,** toda forma plástica de líneas y colores, destinados a dar una apariencia especial a un producto industrial o artesanal y que sirva de tipo para su fabricación.

Las marcas y las patentes

Por último, toca hablar de las **marcas,** que también es algo muy común cuando emprendemos un negocio, la acción de "registrar la marca". Éstas, son todos los signos que sirvan para **distinguir productos o servicios** que ofrecemos al público. Podrán consistir en una o más palabras, lemas, emblemas, monogramas, sellos, viñetas, relieves; los nombres, vocablos de fantasía, las letras y números con formas o combinaciones distintas; las combinaciones y disposiciones de colores, etiquetas, envases y envoltorios.

Igualmente, podrán consistir en la forma, presentación o acondicionamiento de los productos o de sus envases o envolturas, o de los medios o lugar de expendio de los productos o servicios. Las marcas otorgan múltiples beneficios económicos a sus propietarios.

Respecto a las **patentes de invención,** serán **"patentables"** las **invenciones** nuevas de productos o procedimientos que impliquen una **actividad inventiva** y sean susceptibles de aplicación industrial. Una invención se considerará susceptible de aplicación industrial cuando puede ser producida o utilizada en cualquier tipo de industria o actividad productiva. Se considerará que una invención tiene novedad si ella no tiene anterioridad en el estado de la técnica.

También, cuando a una patente se le agrega una nueva funcionalidad, estaremos hablando de un **modelo de utilidad,** que en resumen permite un mejor o diferente funcionamiento, utilización o fabricación del objeto que lo incorpora, o que le proporcione alguna utilidad o efecto técnico que antes no tenía.

Entonces, es importante saber todas las cosas susceptibles de registro, para así, cuando las desarrollamos, es fundamental registrarlas, de lo contrario perderíamos todos los derechos económicos que ellas nos conceden.

TIAGO MARÍN GIANGRECO

Medidas Alternativas de Solución de Conflictos
El Arbitraje

Los negocios son la base de la economía de un país, y los mismos acarrean necesariamente relaciones jurídicas entre las partes que celebran el negocio.-

Desgraciadamente, de esas relaciones derivadas de los negocios, muchas veces surgen problemas entre las partes por diversos motivos, y estos, en gran medida, se terminan resolviendo en tribunales. Pero sabemos que recurrir al poder judicial supone grandes gastos y la pérdida de mucho tiempo para su resolución.-

Entonces, siendo el tiempo y el dinero las dos cosas más valoradas en el ámbito económico, merece la pena analizar un método alternativo de resolución de controversias, logrando así salvaguardar estos aspectos, y pudiendo invertirlos en otros ámbitos para lograr el crecimiento de la empresa.-

Siguiendo esta línea de pensamiento, si bien ya se encontraba legislado en el Código Procesal Civil el arbitraje, en el año 2002 entró en vigencia la ley N° 1.879 "DE ARBITRAJE Y MEDIACIÓN", que deroga la totalidad de las normas del mencionado cuerpo legal, y con esta ley, que tiene como base la Ley Modelo de la Comisión de la Naciones Unidas para el Derecho Mercantil Internacional, se empieza a utilizar el arbitraje en mayor medida.-

Como podemos ver, aunque ya hace mucho tiempo se encuentra legislado y vigente el arbitraje como medio de solución de conflictos en el país, el desconocimiento generalizado tanto por parte de los particulares así como de los profesionales del derecho de este procedimiento para resolver conflictos, genera que caiga en desuso, por lo que se considera pertinente exponer en el presente artículo las definiciones generales, el ámbito de aplicación, y algunas de las ventajas del arbitraje.-

Entonces, por todo lo precedentemente expuesto, **podemos definir al arbitraje como un proceso de resolución de controversias adoptado por las partes, en el cual, el hecho disputado se presenta a uno o más árbitros que emiten un laudo o resolución.** Es un medio alternativo de resolución de conflictos, debido a que permite a las partes resolver su disputa prescindiendo de litigios o intervención judicial estatal.-

La ley define al acuerdo de arbitraje como *"el pacto por el cual las partes deciden someter a arbitraje todas o ciertas controversias que hayan surgido o puedan surgir entre ellas respecto de una determinada relación jurídica, sea o no contractual. El acuerdo de arbitraje podrá adoptar la forma de una cláusula compromisoria incluida en un contrato o la forma de acuerdo independiente."*[1].

La ley nos dice también que, **objeto de arbitraje puede ser toda cuestión transigible y de contenido patrimonial, siempre que sobre la cuestión no hubiese recaído sentencia judicial, pero prohíbe que sea objeto de arbitraje aquellas disputas en las cuales se requiera la intervención del Ministerio Público.**

Tanto el Estado, las entidades descentralizadas, las autárquicas y las empresas públicas, así como las municipalidades, podrán someter al arbitraje sus diferencias con los particulares, sean nacionales o extranjeros, siempre que surjan de actos jurídicos o contratos regidos por el derecho privado.

El arbitraje entonces, sabemos que se encuentra legislado en el país, y así también sabemos en qué relaciones, y de qué manera podemos aplicarlo, por lo que es bueno repasar sus ventajas, entre las cuales se encuentran:

1. La potestad de las partes para seleccionar al árbitro o a los árbitros;
2. Activa participación de las partes;
3. La confidencialidad del proceso de arbitraje;
4. El laudo emitido por el o los árbitros es definitivo y fácil de ejecutar;
5. La rapidez del proceso de arbitraje en comparación con un proceso judicial;
6. El proceso de arbitraje es mucho más económico que el proceso judicial.-

El arbitraje, ya sea por el desconocimiento general, o por renuencia de los profesionales, es un procedimiento muy poco utilizado en nuestro país, en comparación al resto del mundo, pero de igual manera se considera a este proceso una salida sumamente factible para la resolución de controversias de índole privada, por lo que se aconseja enérgicamente tenerlo más en cuenta a la hora de formar relaciones contractuales de cualquier tipo.-

[1] Ley Nº 1.879 del año 2002 "DE ARBITRAJE Y MEDIACIÓN" Art. 3° inc. a) Acuerdo de arbitraje.-

Asamblea General Ordinaria

Las Sociedades Anónimas y Empresas por Acciones Simplificadas (más conocidas por sus siglas "EAS") se encuentran obligadas por ley a celebrar de forma anual la Asamblea General Ordinaria dentro de los cuatro meses posteriores al cierre de cada ejercicio.

Es por ello, que en esta época del año muchas empresas comienzan a prepararse para celebrar dicha asamblea y creemos oportuno citar ciertos elementos a tener en cuenta:

¿Qué es la Asamblea?

La Asamblea es la máxima autoridad de una sociedad, es además, el medio por el cual se deliberan, debaten y toman decisiones de una empresa por medio de la votación. Las resoluciones adoptadas en la Asamblea son de carácter obligatorio para todos los socios.

¿Qué tipos de asambleas existen?

Las Asambleas pueden ser ordinarias o extraordinarias, según los temas que se tratarán en el orden del día. En este artículo, nos enfocaremos específicamente en las Asambleas Ordinarias, las cuales según lo establece el Código Civil en su artículo 1079, deben considerar y resolver los siguientes asuntos:

1.Analizar y aprobar la memoria anual del directorio, balance y cuenta de ganancias y pérdidas, distribución de utilidades, informe del síndico y toda otra medida relativa a la gestión de la empresa que le corresponda resolver de acuerdo con la competencia que le reconocen la ley y el estatuto, o que sometan a su decisión el directorio y los síndicos.

2. Designar directores y síndicos, fijando sus debidas remuneraciones. Así también, debe resolver respecto a las responsabilidades de los mismos y su remoción cuando consideren necesario.

3.Emisión de acciones dentro del capital autorizado.

En cuanto al punto 1 y 2, se debe tener en cuenta que son los que de forma obligatoria deben ser tratados dentro de los 4 meses posteriores al cierre de cada ejercicio.

Todos los demás asuntos que no se encuentran citados en este listado, deberán ser tratados por medio de asambleas extraordinarias así como toda modificación del estatuto.

¿Quién realiza la convocatoria?

La Asamblea puede ser convocada por el Directorio y, en su defecto, podrá ser convocada por el Síndico, quienes deberán realizarlo por medio de publicaciones hechas en un diario durante 5 días corridos, con por lo menos con 10 días de anticipación y no más de 30 a la fecha de celebración. La publicación debe contener la siguiente información:

- Carácter de la asamblea;
- Fecha, hora y lugar de reunión;
- Orden del día, y;
- Requisitos especiales exigidos por los estatutos para la participación de los accionistas.

En cuanto al lugar, es importante tener en cuenta que la ley establece que deberá celebrarse en el domicilio social de la empresa.

Cuando no se logre alcanzar el quórum necesario para el primer llamado, se procede a realizar el segundo llamado, el cual podrá realizarse de forma simultánea al primero si el estatuto social así lo estableciera. Si no lo hiciere, el Código Civil establece que *"se hará dentro de los treinta días siguientes, y las publicaciones se efectuarán por tres días con ocho de anticipación como mínimo".*

Comunicación

Una vez finalizada la sesión de la Asamblea Ordinaria, se debe comunicar a la Abogacía del Tesoro en un plazo de 15 días hábiles, quien analizará los documentos adjuntados y emitirá una constancia. Este último paso es de suma importancia, ya que su incumplimiento acarrea sanciones para la sociedad.

RODOLFO
ESPÍNOLA

El Greenwashing, riesgos e implicancias.

En la última decada hemos visto un aumento progresivo de la demanda de productos y servicios "respetuosos con el medio ambiente" por los consumidores. Los efectos del cambio climático han impulsado una demanda vertiginosa y consciencia sobre los productos sostenibles que puedan utilizarse sin dañar el medio ambiente.

Así, las empresas han apostado por el *marketing* verde de muchas maneras, debido al gran potencial para captar a clientes. Por ejemplo con la adopción de nombres de marca que sugieran y evoquen lo ecológico; mediante el uso de expresiones como "sostenible","verde", "orgánico", "eco", "impacto cero" y "natural"; con espectaculares imágenes de montañas, océanos y bosques de singular estética como escenarios en sus publicidades; uso de matices verdes en las fuentes y textos; y realizando expresiones sobre los beneficios y utilidades ambientales que sus productos brindan. Así y casi de la mano,ha nacido lo que se conoce como «green washing», frase que está compuesta de dos raíces inglesas, «green», que es verde, y «washing», que significa lavar. Es una práctica de marketing que adoptan determinadas compañias en las que afirman haber adquirido un compromiso medioambiental, sin haber introducido cambios o políticas reales.

Según estudios recientes de Dentsu International y Microsoft Advertising , se ha corroborado que más del 90% de los consumidores buscan marcas comprometidas con la sostenibilidad y que puedan evidenciar que esta es una de sus prioridades. Así también, el estudio sugiere que las compañías que no incorporen la sostenibilidad a sus estrategias afrontarán una respuesta negativa de los consumidores en los próximos años y que más del 50% de los consumidores mileniales y de la generación Z pagan más por este tipo de productos. Exhibir productos ecológicos, que generen lazos con aquellos consumidores que busquen dar su grano de arena y conozcan la importancia de sus habitos de consumo puede ser muy positivo para las empresas; y por supuesto **rentable.** Según reportes de oficinas de comercio de EEUU, los clientes han sido fieles a las marcas que tienen un historial demostrado de cumplir sus compromisos ambientales, como es el caso de la marca de ropa femenina "Eileen Fisher", que cuenta con una clientela incondicional. Y dicho compromiso es muy notorio, ya que la empresa recoge su ropa usada y la recicla para convertirla en productos nuevos

De acuerdo a la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual, las solicitudes de registro de marcas para productos y servicios relacionados con el medio ambiente y con la lucha contra el cambio climático siguen en aumento. En el 2021 la Oficina de Propiedad Intelectual de la Unión Europea (EUIPO) publicó su informe sobre las marcas verdes de la Unión Europea en el que se analizan las solicitudes de registro de marcas mediante la búsqueda de más de 900 términos relacionados con la protección del medio ambiente

y la sostenibilidad, como "fotovoltaica", "solar", "eólica" y "reciclaje". Según el informe, el número de marcas de este tipo ha aumentado de forma constante, pasando de menos de 1.600 en 1996, primer año de funcionamiento de la EUIPO, a casi 16.000 en 2020. Las solicitudes de registro de este tipo de marcas representan actualmente entre el 10% y el 12% de las solicitudes anuales.

Una fórmula probada que permite a las empresas demostrar sus credenciales verdes es el uso de una marca de certificación. Un ejemplo conocido en Paraguay es la marca de certificación Leadership in Energy and Environmental Design, o LEED, que se utiliza en el sector de la construcción y la edificación para acreditar las mejores prácticas de construcción sostenible.

Las marcas de certificación, utilizadas conjuntamente con la marca, suelen ser la mejor opción para las marcas que buscan una forma de transmitir inmediatamente su compromiso con la sostenibilidad.

Sin embargo, y debido al bombardeo de noticias sobre empresas que hablan de sus credenciales ecológicas y de cómo se están alineando con los objetivos climáticos mundiales, reduciendo los residuos y aumentando el reciclaje, esto ha generado también que los consumidores se muestran escépticos ante las campañas de *green marketing,* haciendo sonar alarmas cada vez más fuertes ante empresas que a todas luces exageran o falsean su buena fe ambiental, salvo que estas puedan demostrar con transparencia la base objetiva de dichas aseveraciones.

En 2019, la ASA (Agencia de Estándares de Publicidad de Reino Unido), prohibió un anuncio de Ryanair que afirmaba que era la aerolínea con las emisiones más bajas de Europa, pero no aportaba pruebas suficientes para respaldar la afirmación. La ASA también señaló una practica recurrente sobre compañías que comercializan productos respetuosos con el medioambiente, pero omiten información sobre el impacto de sus otros productos.

El portal Bloomberg Línea, ha informado que Académicos de la University College de Dublin, desarrollaron una serie de de algoritmos para ayudar al sector de los servicios financieros a detectar y cuantificar el lavado verde. Según el investigador Hoepner y su equipo (llamado GreenWatch) utilizan inteligencia artificial para analizar declaraciones sobre sostenibilidad de 700 empresas globales, enfoandose en los medios de comunicación, sitios web y otras comunicaciones corporativas. A continuación, comparan esas declaraciones proambientales con la huella de carbono de una empresa para ver si realmente está reduciendo las emisiones de carbono a un ritmo de 7% anual con el fin de cumplir los objetivos de cero emisiones en 2050. En su análisis, GreenWatch clasifica a las empresas en función de si sus declaraciones de sostenibilidad son verídicas.

En nuestro país, ya han existido denuncias en redes sociales por empresas con productos "supuestamente sostenibles" pero que eran solamente *marketing* verde con afirmaciones falsas o infundadas, de manera que se están dando los primeros pasos incipientes sobre el daño del "Greenwashing". Advertir estas prácticas es fundamental, ya que además puede llamar la atención de reguladores, legisladores y por otro de los propios competidores, clientes o defensores del consumidor.

Recientemente la Comisión Europea (CE) propuso actualizar las normas de la Unión Europea en materia de protección de los consumidores y adaptarlas a una nueva transición ecológica. Las normas actualizadas garantizan que los compradores puedan tomar decisiones informadas y respetuosas con el medioambiente cuando compren productos. Los clientes tendrán derecho a saber la durabilidad de cada uno de los productos que adquiera y, en su caso, cómo puede repararse. Ade-

más, las normas reforzarán la protección de los consumidores frente a declaraciones medioambientales poco fiables o falsas, ya que se prohibirá el greenwashing (blanqueo ecológico) y las prácticas que les inducen a error sobre la durabilidad de los productos.

En Paraguay, se encuentra vigente la Ley 1334 de "Defensa del Consumidor y del Usuario" que en su artículo 35 prohíbe cualquier publicidad engañosa, conceptuandola como "cualquier modalidad de información, difusión o comunicación de carácter publicitario que sea entera o parcialmente falsa, o que de cualquier otro modo, incluso por omisión, sea capaz de inducir a error al consumidor, cuando se proporcionen datos respecto a la naturaleza, características, calidad, cantidad, propiedades, origen, precio, condiciones de comercialización, técnicas de producción o cualquier otro dato que sea necesario para definir la relación de consumo." Su incumplimiento es suceptible de generar sanciones administrativas y demandas competencia desleal y responsabilidades en el ámbito civil.

Implicancias legales y riesgos de los sistemas basados en inteligencia artificial.

Parecía un objetivo dificil de alcanzar hace un tiempo, sin embargo hoy se ha convertido en una realidad que ya es aplicada por empresas de todo el mundo, la inteligencia artificial comienza a ser parte de nuestra cotidianidad. La creación de contenido con ChatGPT,vídeos producidos con Synthesia, traducciones hechas con el software Deep L y aplicaciones como Timely que ayudan a conocer y medir la productividad de cada trabajador, son instrumentos tecnológicos desarrollados y basados en la inteligencia artificial (IA).

Sin embargo, como ha sucedido siempre en la historia,las regulaciones y normativas corren detrás de los saltos tecnológicos sin jamás alcanzarlas. No obstante la Unión Europea se ha puesto a trabajar velozmente y ya cuenta con una primera prupuesta sobre la IA, que busca definir algunos límites y brindar una seguridad jurídica a todas las empresas desarrolladoras.

Temas relacionados a la protección de datos, competencia desleal,derechos del consumidor y particularmente derechos de propiedad intelectual,son cuestiones fundamentales y transversales a este nuevo mundo que promete generar un boom en todas las industrias. Por citar algunos desafíos podemos mencionar casos como: empresas que solicitan protección mediante patentes por invenciones que han sido desarrolladas por una aplicación de Inteligencia Artificial; cantantes famosos que se sienten vulnerados por aplicaciones que imitan perfectamente sus voces; grandes universidades que invierten en sistemas que buscan encontrar tesis y trabajos creados por IA y no por sus alumnos, entre otros.

En un fallo reciente, la Oficina de Registro de Copyright de los Estados Unidos (USCO, por sus siglas en inglés) ha dicho que los derechos de autor de una obra creada por un sistema o una máquina con inteligencia artificial (IA) no se pueden proteger debido a que falta un elemento fundamental: la creatividad de la mente humana. Sin embargo jurisdicciones como la del Reino Unido avisoran optar por otro camimo más flexible. Es previsible entonces que esto se vuelva aún mucho más complejo y difuso en tanto y en cuanto se expanda el uso de la inteligencia artificial por los artistas y las máquinas generen obras creativas de mayor calidad, lo que desdibujará aún más los límites entre las obras de arte hechas por un ser humano y las realizadas por una computadora.

Juntos, pero no revueltos

Negocios familiares. Episodio N° 1

Los negocios familiares son el pilar de nuestra economía nacional, existen más de 700.000 empresas familiares, que corresponden aproximadamente al 85% de las unidades económicas del país, que producen el 65% de los bienes y servicios, y generan el 66% de los empleos. Son el tipo más común de organización empresarial, y definitivamente, son el tipo de negocio más importante para la clase media.

Sin embargo, a nivel mundial solo el 1% de las empresas familiares sobrevive a la tercera generación. Según la doctrina, este tipo de empresas tienen 3 características generales: 1) propiedad; 2) control; y 3) transición generacional

En las empresas familiares se da la particularidad de que deben coexistir tres círculos: la propiedad, la familia y la empresa. La propiedad efectivamente ostentada por el miembro familiar líder o pionero, la familia en la cual el mismo tiene varios roles (abuelo, padre, tío, etc.) y en la empresa donde operativamente hablando puede, o no, seguir siendo el CEO.

Es decir, el dueño, inicialmente y antes de la transición generacional, es accionista, padre de familia y C.E.O. De esta conjunción de roles, responsabilidades familiares y atribuciones empresariales es del cual surge la razón del éxito de las empresas familiares en el mercado, y, al mismo tiempo, las debilidades que le impiden innovar y trascender de un negocio familiar a un legado empresarial.

El asunto se complica a causa de las relaciones familiares que están involucradas en el negocio, o de otra forma, el negocio que se involucra en las relaciones familiares. Parece imposible separar los dos grandes universos que coexisten a veces pacíficamente, y otras no tanto. Pero, de lo que tenemos absoluta certeza, es que la organización es la clave de su éxito a largo plazo.

Entendemos que es muy complicado visualizar un camino que lleve a una transición generacional exitosa, sin embargo, no es necesario ver todo el camino para tomar el primer paso.

Y el **primer paso,** es la formalización de la empresa a través de estructuras societarias como las EAS, las S.A o las S.R.L. De esta forma se empieza a separar los bienes familiares íntimos de los bienes que la empresa familiar necesita para existir, también es posible conformar un directorio que tome las decisiones gerenciales, y desde ahí, determinar el relacionamiento con los otros miembros de la familia.

Noticias empresariales

1. La inteligencia artificial y su forma de optimizar los negocios para el 2023

Los avances en la tecnología han permitido siempre automatizar procesos dentro de los negocios. Cada día más, el empresario moderno necesita adaptarse y usar estas herramientas que le permitirá ahorrar costos en su empresa y optimizar mejor los tiempos de ejecución.

Infobae. (10 de marzo del 2023). *Empresarios de Egipto desean invertir en Paraguay.* https://www.infobae.com/america/opinion/2023/01/24/la-inteligencia-artificial-y-su-forma-de-optimizar-los-negocios-para-el-2023/

2. Win Source realiza la transformación digital completa en 2023 con una nueva estrategia centrada en IA

Win Source realiza la transformación digital completa en 2023 con una nueva estrategia centrada en IA para el próximo capítulo de crecimiento

PR Newswire. (10 de marzo del 2023). *Win Source realiza la transformación digital completa en 2023 con una nueva estrategia centrada en IA*. https://www.prnewswire.com/news-releases/win-source-realiza-la-transformacion-digital-completa-en-2023-con-una-nueva-estrategia-centrada-en-ia-301767446.html

3. La desaceleración de la economía mundial continuará en medio de indicios de resiliencia y la reapertura de China

La lucha contra la inflación está comenzando a dar sus frutos, aunque los bancos centrales deben continuar sus esfuerzos

IMF Blog. (30 de enero del 2023). *La desaceleración de la economía mundial continuará en medio de indicios de resiliencia y la reapertura de China*. https://www.imf.org/es/Blogs/Articles/2023/01/30/global-economy-to-slow-further-amid-signs-of-resilience-and-china-re-opening

4. Unas 4.000 mipymes fueron creadas bajo ley de Empresas de Acciones Simplificadas

A dos años de la Ley que crea las Empresas de Acciones Simplificadas (EAS), unas 4.000 micro, pequeñas y medianas empresas (Mipymes) fueron creadas bajo esta figura, contribuyendo a la formalización del sector.

RevistaPlus. (09 de marzo del 2023). *Unas 4.000 mipymes fueron creadas bajo ley de Empresas de Acciones Simplificadas.* https://www.revistaplus.com.py/2023/03/09/unas-4-000-mipymes-fueron-creadas-bajo-ley-de-empresas-de-acciones-simplificadas/

5. El 76% de las empresas españolas aumentará sus inversiones en Iberoamerica en 2023

Los países iberoamericanos refuerzan su atractivo como destino para las inversiones españolas en 2023. Si nos centramos en las pymes, el porcentaje será superior al 76%, llegando al 81%. La mayor parte de estas inversiones se llevarán a cabo mediante crecimiento orgánico (52%), mientras que un 45% lo hará combinando crecimiento orgánico con adquisiciones de otras compañías

Forbes (22 de febrero del 2023). *El 76% de las empresas españolas aumentará sus inversiones en Iberoamerica en 2023.* https://forbes.es/ultima-hora/237346/el-76-de-las-empresas-espanolas-aumentara-sus-inversiones-en-iberoamerica-en-2023/

Corlaw
BUSINESS & LAW
@corlaw_group
info@corlawgroup.com
@corlawgroup
www.corlawgroup.com
Corlapp
GET IT ON
Google Play
Download on the
App Store