

Advocacia vai ganhar espaço em 2007, diz Meyer

“O ano de 2007 só não será melhor para a advocacia do que 2008”. Esta é a previsão do presidente do Centro de Estudos das Sociedades de Advogados (Cesa), **Antônio Corrêa Meyer**. Sócio-senior do escritório *Machado, Meyer, Sendacz e Opice*.

Reconhecido como bom analista de cenários, Meyer recomenda: “*Para aproveitar a onda de crescimento é preciso cercar-se de bons profissionais nos segmentos mais promissores e manter-se informado sobre as novidades*”.

Diferentemente dos momentos em que a ordem é conter custos e reduzir a estrutura, o dirigente do Cesa indica ser tempo de investir, associando-se a parceiros entusiasmados com desafios.

No próximo dia 24, em São Paulo, Meyer, ao lado de outros especialistas no mercado de prestação de serviços jurídicos, participa do seminário **Os Rumos da Advocacia para 2007**, destinado a antecipar as tendências e os cenários do ano que vem. O seminário é promovido pela revista eletrônica **Consultor Jurídico**. [Clique aqui para obter mais informações sobre o evento](#).

Participam do evento os estrategistas **Francisco Maciel Müssnich** e **Bruno Câmara Soter**, sócios do Barbosa, Müssnich & Aragão; **Rogério Cruz Themudo Lessa**, diretor-geral do Demarest & Almeida; e o diretor Jurídico da Unilever, **Luís Carlos Galvão**.

A previsão positiva de Meyer faz sentido quando se constata o recorde histórico de 41 mil pontos da Bolsa de Valores de São Paulo, nesta segunda-feira (6/11), seguida dos prognósticos da equipe econômica do governo, que prevêem um crescimento econômico de 5% a 6% do PIB brasileiro no ano que vem, impulsionado pela aceleração da queda das taxas de juros.

Mas não será um crescimento pacífico, alerta Meyer, divisando um período de controvérsias e litígios, como o que se desenha no campo tributário. Para a advocacia empresarial, o sócio do MMSO prevê um forte movimento de compra e venda de empresas — tanto brasileiras quanto estrangeiras, nas duas mãos.

Aos escritórios de pequeno porte, recomenda ele, uma boa política é examinar os traços diferenciais que podem projetar a visibilidade da banca perante a clientela. A especialização que caracteriza as chamadas *butiques*, afirma, é caminho certo para a rentabilidade. Já as perspectivas para o escritório de médio porte não seriam tão boas. A equação da busca do equilíbrio entre receita e despesas torna-se mais complexa no momento tumultuado do impulso econômico, o que desfavorece a rentabilidade.

Nas áreas de Família, Criminal e Trabalhista não patronal, os prognósticos são diferentes por tratar de relacionamentos mais pessoais. Nesse capítulo, os ingredientes fundamentais seguem sendo o bom atendimento e agressividade, com busca de visibilidade e consistência da imagem.

[Para mais detalhes sobre o evento e informações sobre as inscrições, clique aqui.](#)

Date Created

07/11/2006