

---

## Estudo auxiliará escritório a fazer marketing jurídico

A competição entre escritórios de advocacia ao redor do mundo cresceu imensamente na última década. Na hora de escolher um escritório, os clientes contam com mais opções disponíveis e, conseqüentemente, detêm mais poder sobre os escritórios com os quais trabalham. Nesse atual cenário, a diferenciação tornou-se um fator mandatório e o marketing tem ganhado crescente atenção por parte dos escritórios de advocacia em todos os países.

Escritórios em países como Estados Unidos e Inglaterra estão entre os que desenvolvem o marketing mais avançado, de atuação estratégica e orientada a resultados concretos. Já escritórios na Europa Continental, Ásia e América Latina realizam desde atividades mais táticas e promocionais até atividades mais estratégicas. No caso específico da América Latina, tudo leva a crer que, na média, o marketing praticado pelos escritórios ainda é muito tático, voltado basicamente para ações de comunicação e promoção. Na região, os escritórios brasileiros talvez sejam os mais avançados, pois muitos praticam um marketing mais estratégico.

Em linhas gerais, a verdade é que pouco se conhece sobre o marketing jurídico desenvolvido na região. Existem estudos disponíveis sobre marketing jurídico ou relacionados ao tema nos Estados Unidos e na Europa, mas não se tem conhecimento de nenhum estudo voltado para o desenvolvimento do tema na América Latina. A Legal Marketing Association ([LMA](#)), organização sem fins lucrativos dedicada a servir os interesses e manter os padrões dos profissionais envolvidos com marketing jurídico, está patrocinando um estudo pioneiro: *O Estado do Marketing Jurídico na América Latina / El Estado del Marketing Jurídico en América Latina*.

O estudo tem por objetivo aumentar a compreensão em torno do marketing desenvolvido pelos escritórios de advocacia das principais economias da América Latina: Brasil, México, Argentina, Venezuela, Colômbia, Chile e Peru. Será o primeiro estudo de que se tem notícia na região e os principais escritórios de cada país estão sendo convidados a participar. Nesse sentido, o que é preciso para um escritório participar do estudo?

- Estar presente em um dos sete países selecionados;
- Atuar na área do Direito Empresarial / Societário / Fusões & Aquisições;
- Ser um dos principais e/ou maiores escritórios de seu país;
- Investir 15/20 minutos no preenchimento de uma rápida pesquisa.

Em outras palavras, um escritório que atenda ao perfil definido para o estudo precisará realizar apenas um pequeno investimento de tempo para, em troca, obter um retorno que certamente se mostrará altamente valioso. Além de participar de um estudo pioneiro, o escritório participante terá alguns benefícios:

- Receberá uma cópia do relatório final do estudo em português (espanhol para os demais países), com

resultados gerais e compilados por país, mas sem menção nominal aos escritórios participantes;

– Poderá comparar suas práticas de marketing com a de outros escritórios brasileiros, tomando por referência os resultados do estudo;

– Poderá comparar suas práticas de marketing com a de outros escritórios latino-americanos, tomando por referência os resultados do estudo;

– Poderá usar o conteúdo do relatório final como base para desenvolver suas futuras atividades de marketing.

Em suma, o relatório final do estudo será de valor inestimável para os escritórios participantes. E para a Legal Marketing Association, qual o seu valor? A associação de origem norte-americana, fundada em 1985, conta atualmente com cerca de 2,9 mil membros, dos quais a grande maioria é norte-americana ou canadense. Apesar dessa forte presença da América do Norte, a LMA tem investido em tornar-se uma associação internacional. A conferência anual de 2007, realizada em março na cidade de Atlanta, teve uma mesa redonda dedicada ao desenvolvimento do marketing jurídico na Europa Continental.

Para a conferência de 2008, estão sendo programadas ainda mais sessões voltadas para o marketing jurídico em outros países. Em outubro de 2007, será realizado um evento de três dias em Londres. Será o primeiro evento promovido pela associação fora dos Estados Unidos. É exatamente nesse contexto de internacionalização que está inserido o estudo sobre marketing jurídico na América Latina.

Independente do resultado que a Legal Marketing Association possa obter com o estudo na região, principalmente considerando-se as diferenças culturais e de idioma, fato é que o resultado final será um relatório concreto que efetivamente poderá ser usado pelos escritórios participantes no desenvolvimento de suas futuras estratégias de marketing. Enfim, um pequeno investimento para os escritórios, mas com um grande retorno.

O estudo teve início na segunda quinzena de junho de 2007 e deve continuar em sua fase de coleta de informações até julho/agosto de 2007. Espera-se que o relatório final esteja disponível em outubro de 2007. Interessados em participar devem entrar em contato através do endereço de e-mail [lmastudy@marketingjuridico.com.br](mailto:lmastudy@marketingjuridico.com.br). Informações completas sobre o estudo encontram-se disponíveis no endereço <http://www.marketingjuridico.com.br/LMA>.

#### **Date Created**

13/07/2007