

Escritórios devem criar rede entre países emergentes, diz editor da Chambers

Reprodução

O novo desafio para o mercado jurídico é criar redes entre países em desenvolvimento para permitir o crescimento de parcerias comerciais e aumentar o fluxo de bens e serviços entre aqueles que têm desenvolvido o papel de liderar o crescimento global. Os mercados emergentes são um prato cheio para a advocacia e a América Latina se torna cada vez mais disputadas por escritórios.

Quem assiste de camarote a essa movimentação é **Andres Jaramillo Mejia**, editor da *Chambers Latin America*, publicação que faz, anualmente, o ranking com as melhores bancas do continente. Sua missão é mostrar ao mundo como o mercado se desenvolve e quem são os melhores advogados para chegar a esse filão.



Ele tem observado, por exemplo, que, devido ao alto preço de *commodities* e o *boom* de alguns setores como petróleo, gás e mineração, os setores mais tradicionais da advocacia, como de fusões e aquisições e financeiro, estão abrindo espaço para a atuação mais especializada de advogados.

Para entender o mercado, a *Chambers* desenvolve pesquisas com mais de mil advogados e empresários todos os meses, levando em conta a satisfação dos clientes, o volume e a relevância das transações e casos nos quais a banca atuou.

Otimista quanto ao quadro da advocacia brasileira, Andres Jaramillo Mejia diz que a *Chambers* já está bolando publicações em português em um futuro próximo, “devido ao tamanho e relevância do mercado”.

Ele esteve no Brasil no dia 11 de setembro para lançar a última edição do guia *Chambers Latin America*, no hotel Tivoli, em São Paulo. Na festa, conversou com a reportagem da **Consultor Jurídico**, em uma mistura de português e inglês, e combinou uma entrevista por e-mail, publicada abaixo:

ConJur — Temos notado o aumento de publicações com listas e rankings de escritórios e advogados. A que se deve esse aumento?

Andres Jaramillo Mejia — O mercado legal está ficando mais competitivo a cada dia. Como os maiores clientes e as maiores transações não são mais locais, a necessidade de ter advogados em outros países está se tornando crucial e é a chave do sucesso para qualquer negócio internacional. Grandes multinacionais precisam saber quem são os melhores advogados e escritórios para entrar em contato quando vão fazer negócios em outros países. Publicações internacionais independentes, como a *Chambers*, são a melhor fonte de informação para eles.

ConJur — A Chambers é apontada como publicação internacional de mais prestígio entre advogados. Como chegou a esse ponto?

Andres Jaramillo Mejia —

Nossa boa reputação é baseada em nossa pesquisa independente. Ninguém pode comprar o acesso aos rankings! A chave para o sucesso é baseada no contato direto e permanente com clientes, em ter a maior equipe dedicada à pesquisa no mercado jurídico da América Latina, com quatro pesquisadores em tempo integral dedicados apenas ao Brasil, e a cobertura que temos de todo o mundo, nos permitindo ter uma perspectiva global do mercado.

ConJur — Como é feito o ranking da Chambers? Quantas pessoas são ouvidas? Clientes ou advogados?

Andres Jaramillo Mejia — Nossa pesquisa é baseada em vários fatores. A informação fornecida pelos escritórios é uma boa maneira de começar, mas nós não nos limitamos a isso, sempre tentamos ir além. A satisfação dos clientes é a chave para nossas recomendações, bem como o volume e a relevância das transações e casos nos quais a banca atuou. Nós também prestamos bastante atenção ao ambiente de trabalho no escritório, como trabalho em equipe, envolvimento entre associados e sócios. A visibilidade comercial e a capacidade de resposta também são levadas em conta. Nós entrevistamos mais de mil clientes e advogados todo mês para cobrir a pesquisa de 23 jurisdições na América Latina, incluindo nossas seções de Global Networks, Latin America-wide e Central America-wide.

ConJur — Advogados dizem que ter o escritório na publicação ajuda a se firmar no mercado, mas não garante novos clientes. Quem é o público-alvo da Chambers? São clientes em potencial ou os próprios advogados?

Andres Jaramillo Mejia — Ambos. Clientes de empresas nacionais e multinacionais usam o guia quando estão buscando entrar em novos mercados. Nós não pensamos que a *Chambers* é a única fonte de informação que eles usam, mas nós temos certeza que nossa pesquisa independente é o melhor para validar a decisão sobre qual escritório e advogados vão contratar em uma jurisdição específica. Os próprios advogados são clientes de outros escritórios, quando uma empresa busca investir em outro país, normalmente busca contato com advogados de sua própria jurisdição para coordenar o trabalho no exterior. Nesse ínterim, advogados também usam os guias para ter certeza de que seus clientes estão em boas mãos.

ConJur — Como a Chambers se sustenta comercialmente? Vende anúncios? Ela vende espaço para os escritórios no ranking?

Andres Jaramillo Mejia — Uma vez que a pesquisa está completa, os escritórios têm a chance de comprar um perfil que será publicado no guia. Isso é um negócio separado do ranking em si e a decisão de comprar ou não um perfil não tem qualquer impacto na forma que produzimos os rankings ou recomendações. A *Chambers* também trabalha em parceria com algumas redes jurídicas para ter patrocínio para nossas cerimônias de premiação e lançamento de livros.

ConJur — A Chambers pensa em fazer uma publicação em português para o Brasil?

Andres Jaramillo Mejia — Nós estamos pensando em ter algumas publicações em português para o mercado brasileiro em um futuro próximo, mas eu não posso dar muitos detalhes sobre esses planos, pois ainda estamos bolando. De qualquer forma, devido ao tamanho e relevância do mercado, isso é algo que estamos considerando seriamente no momento.

ConJur — Qual é o principal mercado para a advocacia atualmente?

Andres Jaramillo Mejia — Mercados emergentes estão exercendo um papel chave hoje em dia. O

mundo não está mais centralizado nos Estados Unidos ou na Europa. Os Brics estão desenvolvendo um papel importante para mudar esses paradigmas, tanto quanto outras economias como Turquia, México, Peru e Colômbia. O desafio para o mercado jurídico é criar redes entre esses países e permitir o crescimento das parcerias comerciais para aumentar o fluxo de bens e serviços. Quando eu estava crescendo, tinha pouca ligação entre o Brasil e os países de língua espanhola da América Latina. Isso é algo que está mudando e deve mudar ainda mais, integração regional é o principal fator para competir globalmente.

ConJur — Qual é o principal mercado emergente? A América Latina? A África?

Andres Jaramillo Mejia — A América Latina é, sem sombra de dúvida, o mercado emergente mais proeminente. Nos últimos anos, com a economia apresentando problemas nos EUA e na Europa, os olhos do mundo se viraram para a América Latina. Isso teve grande impacto no mercado jurídico e na maneira como os negócios são conduzidos na região.

ConJur — É possível identificar um movimento migratório dos escritórios?

Andres Jaramillo Mejia — Nós não vemos um grande movimento de escritórios da América Latina indo para outros países. De qualquer forma, as grandes bancas deveriam começar a considerar a possibilidade de expandir para outros países do continente, pois existem grandes oportunidades de negócios. Outro movimento, de escritórios internacionais indo para os países da América Latina, é possível notar. As bancas estrangeiras têm muita vontade de ter uma presença ativa, principalmente no Brasil.

ConJur — Qual é a área mais promissora do Direito, economicamente?

Andres Jaramillo Mejia — Tradicionalmente, as áreas mais fortes são fusões e aquisições, bancário e financeiro, mercado de capitais e arbitragem. No entanto, devido ao alto preço de *commodities* e o *boom* de alguns setores como petróleo e gás, recursos naturais — incluindo mineração e água —, os setores mais tradicionais estão abrindo espaço para a atuação mais especializada.

ConJur — A internet tirou das publicações a premissa de ser a forma mais fácil de encontrar um escritório no exterior. Como a publicação sobrevive a esse movimento?

Andres Jaramillo Mejia — É preciso diferenciar. Há 20 anos, a internet não tinha o alcance que tem hoje. Guias jurídicos e diretórios eram relevantes para fornecer os contatos e detalhes dos escritórios de outros países. Isso não tem mais relevância hoje em dia. Mas esse não é o nosso negócio. Nós não fazemos uma pesquisa qualitativa por nove meses para fornecer telefones e endereços. O valor adicional do nosso produto é falar com milhares de empresas todos os anos para dar as recomendações para os melhores escritórios de cada jurisdição. Isso é algo que não pode ser substituído pelo avanço da internet. Pelo contrário, pela internet, mais pessoas têm acesso ao nosso conteúdo, que é gratuito em sua versão *online*.

ConJur — É interessante saber se as empresas têm preferido novos ou velhos escritórios, se os novos advogados têm inspirado a mesma confiança dos "tarimbados". Qual a frequência com que os escritórios aparecem anualmente? Há um ranqueamento de há quanto tempo um escritório aparece entre os listados? Tem havido rotatividade? Quais são os novos ícones de cada área do Direito?

Andres Jaramillo Mejia — Empresas e clientes buscam pelo melhor advogado por um preço razoável

para seus critérios e orçamentos. Novos escritórios são normalmente formados por advogados experientes, mas é claro que a tradição, nome e uma reputação bem preservada são muito apreciados. Não há um levantamento específico sobre há quanto tem as bancas aparecem em nosso ranking. O nível de rotatividade dos escritórios na nossa publicação é relativamente baixo, porque construir uma reputação sólida toma tempo. O mercado brasileiro é bastante dinâmico e há exemplos de novas bancas criadas por sócios bem conhecidos e experientes que chegaram no nosso ranking menos de um ano depois de formados, como o Stocche Forbes, em São Paulo, e o Correa, Cesa, Lummertz e Amaral Advogados, em Porto Alegre.

ConJur — A *Chambers* avalia o faturamento dos escritórios? As bancas passam essa informação à revista?

Andres Jaramillo Mejia — O valor cobrado dos clientes não tem qualquer impacto na nossa avaliação. Mas a opinião dos clientes sobre esse valor são muito importantes. Nós levamos bastante em conta se o cliente acha que pagou o valor devido para os serviços que recebeu, não importa quanto seja isso.

ConJur — O critério de "maior escritório" geralmente se baseia no número de advogados e não na importância da banca para as empresas. Qual critério refletiria melhor a relevância dos escritórios? Há alguma avaliação da *Chambers* nesse sentido?

Andres Jaramillo Mejia — Nós nunca faríamos um ranking ou um prêmio baseado no tamanho das equipes como único critério. O tamanho importa para a banca prover um serviço mais abrangente em algumas áreas. Mas o tamanho precisa ser acompanhado por uma excelente capacidade jurídica, profundo conhecimento do setor que atende e excelentes recomendações do mercado em *feedback* de clientes.

Date Created

12/10/2013