



Advogados chineses se inspiram na Uber para captar clientes

Em março deste ano, o primeiro-ministro chinês, Li Keqiang, anunciou uma estratégia para promover o crescimento econômico do país, que consiste em propulsionar os negócios por meio da tecnologia e da internet. Os advogados chineses já vinham explorando esse espaço virtual desde 2012, com sites que geram documentos padronizados, no modelo da *LegalZoom* americana. A moda agora é criar aplicativos que conectam clientes e advogados com a ajuda de dispositivos eletrônicos — uma espécie de Uber jurídico.

Muitos desses sites e aplicativos foram lançados no mercado por advogados que já trabalharam para grandes bancas, segundo os sites *Corporate Counsel* e *The American Lawyer International*. Já surgiram mais de 20 empreendimentos de geração de documentos jurídicos padronizados e de busca de advogado *on-demand*.

Na primeira categoria, existem sites como o *Lvgou.com* e o *Zhiguoguo.com*, que operam uma espécie de loja online, onde se vende serviços jurídicos para pequenas empresas. O *Lvgou* oferece, sobretudo, produtos para abertura de empresas e contratos pré-elaborados, a preços que variam de US\$ 48 a US\$ 1,6 mil. O *Zhiguoguo* dá ênfase a serviços de registro de propriedade intelectual, patentes e marca comercial.

Na segunda categoria, que na verdade começou em 2013, mas tomou força mais recentemente, apareceram os sites de serviços jurídicos que ajudam, gratuitamente, os clientes a encontrar advogados. O site traz um sistema que permite aos clientes avaliar e ler avaliações sobre os advogados — um sistema semelhante ao dos sites de aluguel de casas para temporada, restaurantes, hotéis etc.

O *Fadoushi.com*, por exemplo, lista praticamente todos os advogados em atividade em Pequim e Xangai. Para cada advogado, há um perfil que inclui, entre outras coisas, sua área de atuação e as avaliações dos clientes. Os advogados podem se registrar no *website*, mas, se não o fizerem, serão listados de qualquer maneira.

Os advogados também são encorajados a fixar nessa “vitrine” o valor de seus honorários (ou, quem sabe, seus preços) para cada tipo de trabalho. E muitos o fazem, para que os clientes possam comparar e decidir. Entre os sites que usam esse modelo está o *yingle.com*, que significa, literalmente, “nós ganhamos” e que se dedica a contenciosos. E também o *Law Cloud*, que opera em cooperação com a Yingke Law Firm, a maior banca da China em número de advogados.

O *Fadoushi.com* foi fundado pelo advogado Xu Kaichen, ex-sócio da DLA Piper, uma das maiores bancas do mundo, em Xangai. Com sua experiência em consultoria de capital de risco, seu empreendimento decolou rapidamente. Até agora, ele já recebeu mais de US\$ 2 milhões em investimentos, muito dos quais de seus antigos clientes na DLA Piper. Com confiança em seu taco, ele gosta da comparação que se faz dos sites que trazem avaliações de advogados pelos clientes com o *Yelp*, em que são feitas avaliações de restaurantes.

“Em breve, vamos lançar nosso último produto, que é um site que traz a ‘taxa de vitórias’ de cada



advogado”, ele disse ao *The American Lawyer International*. Ele e sua equipe desenvolveram um algoritmo que pode analisar um milhão de decisões judiciais por minuto — observando-se que as decisões chinesas são relativamente curtas, apenas algumas páginas — e calcular a taxa de sucesso dos advogados envolvidos em determinadas ações.

Naturalmente, ele diz, o site irá esclarecer que um advogado com uma “taxa de vitórias” de 80%, mas que só atua em casos relativamente simples, pode não ser, necessariamente, melhor que uma “taxa de vitórias” de 50% de um advogado que atua em contenciosos mais complexos. Porém, de qualquer forma, os clientes irão apreciar a informação, ele prevê. “Você não gostaria de saber a taxa de sucesso de um cirurgião antes de fazer uma cirurgia?”, ele pergunta.

Um grupo de sócios da *Yingke*, incluindo o sócio-administrativo da banca Mei Xiangrong, investiu e ajudou a fundar o *Law Cloud* em Xangai. Além de todos os advogados da *Yingke*, o site lista advogados autônomos e de pequenos escritórios de advocacia. No momento, cerca de 7 mil advogados prestam serviços jurídicos por meio do *Law Cloud*. E o site também ajudou a trazer novos negócios para a *Yingke*, disse Mei Xiangrong ao *Corporate Counsel*. Ele espera que, em dois anos, mais de 50 mil advogados estarão trabalhando com a ajuda do site.

Perde ou perde

Websites como o *Fadoushi* e o *Law Cloud* não cobram taxas dos usuários. Em vez disso, recebem uma comissão dos advogados registrados no site, quando uma transação é fechada. Um problema com esse modelo de negócios, ele admite, é que, após a primeira transação, os clientes podem procurar diretamente o advogado, sem voltar ao site.

“Isso vai acontecer. Se o trabalho for ruim, você perde o cliente. Se o trabalho for bom, o cliente passará a negociar diretamente com o advogado e você o perderá, da mesma forma”, disse ao *The American Lawyer* o empreendedor da internet Chen Yifan, um ex-advogado da King & Wood que atua na área de capital de risco.

Chen Yifan desenvolveu um modelo diferente de negócios, o *Fahai.com*, que opera como um *website* e também como um aplicativo móvel, chamado Online Corporate Counsel. O aplicativo, o primeiro produto da firma, permite a pequenas empresas terceirizar sua assessoria jurídica.

Em vez de contratar um assessor jurídico para trabalhar internamente por US\$ 48 mil por ano, a empresa pode usar o Online Corporate Counsel da *Fahai* por US\$ 8 mil por ano. O aplicativo visa apenas pequenas empresas privadas ainda novas no mercado. Uma equipe de três advogados presta serviços jurídicos em tempo integral. Clientes que preferem ter um assessor jurídico dentro da empresa podem pagar US\$ 16 mil por ano a um advogado *freelancer*, que passa um dia a cada duas semanas na sede da empresa.



A *Fahai* se encarrega de checar se não há conflitos no trabalho do advogado e promete confidencialidade. A empresa já trabalha com mil advogados realizando trabalho *freelance* como assessor jurídico interno. A maioria não trabalha, normalmente, em tempo integral, não tem rotina de trabalho nem chefe. “Com um celular e um laptop, eles podem trabalhar de qualquer lugar, nos horários que quiserem”, diz o empreendedor. Alguns dos advogados já trabalharam nas maiores bancas do país.

Em vez de receber comissões dos advogados, o *Fahai* aproveita o tráfego para vender alguns produtos padronizados, no estilo da *LegalZoom*. E está trabalhando com bancos em “produtos” como fideicomissos e outros, além de estar tratando com a Suprema Procuradoria do Povo um sistema de arbitragem automática, envolvendo devedores inadimplentes.

Muitos prestadores de serviços jurídicos pela internet, na China, comparam seu empreendimento com o oferecido pela Uber Technologies Inc., que faz a conexão entre clientes e provedores de serviço. No entanto, o impacto que esses *websites* e aplicativos têm tido no setor jurídico, na China, está longe da turbulência causada nos serviços de táxi em várias partes do mundo, diz o *The American Lawyer*.

As grandes bancas, que trabalham com empresas de grande porte, multinacionais ou empresas estatais, mal notaram, até agora, a existência desses sites e aplicativos. Elas continuam conquistando novos clientes por meio da propaganda boca a boca e de recomendações.

Date Created

28/09/2015