Quer goste ou não, escritório de advocacia é uma empresa

Escritórios de advocacia são empresas? Essa é uma pergunta com diferentes respostas, dependendo para quem seja feita. Alguns afirmarão, com veemência, que um escritório de advocacia é uma empresa, que é impossível ser de outra forma e, portanto, deve ser efetivamente gerenciado como tal. Outros dirão, com igual veemência, que escritórios não são empresas e que essa idéia é absurda e, de certo modo, contrária ao Código de Ética.

Os demais talvez se dividam entre aqueles que estão entre o sim e o não e aqueles que não fazem a menor idéia de como responder. Os divididos entendem que escritórios são empresas, mas ainda estão engatinhando na adoção de práticas administrativas e, muitas vezes, evitam usar o termo empresa ou mesmo se aceitar como tal. Já os que não sabem o que responder, muito provavelmente, congregam a maioria e permanecem totalmente alheios à dinâmica do mercado em que escolheram atuar. E você, como responderia a essa pergunta?

Com tantas respostas diferentes, é possível eleger apenas uma como válida? Sim. E ela independe da minha ou da sua opinião. A resposta correta nos é dada pelo mercado, mais especificamente, pelo cliente, e ela nos diz que escritórios são empresas, quer goste ou não. Esse é um passo primordial para que os escritórios compreendam a sua inserção no mercado e adotem a administração estratégica e o marketing jurídico, visando ao crescimento e a uma clientela plenamente satisfeita. Sob certos aspectos, é uma questão de sobrevivência, essencial para quem atua em um mercado exigente e altamente competitivo.

A atuação de um escritório como empresa é uma conseqüência natural de lidar com empresas no dia-a-dia, sejam elas concorrentes, fornecedoras, ou, principalmente, clientes. É o que chamo de espelhamento empresarial. As empresas atuam em um mercado extremamente competitivo, cada vez mais globalizado, e sofrem pressões de todos os tipos para aumentar o faturamento, reduzir os custos e ampliar os lucros, resultando, idealmente, em uma operação eficiente.

Nesse contexto, as empresas-clientes passaram a exigir mais de seus escritórios e, sob certos aspectos, querem se ver refletidas neles. Em outras palavras, elas querem ser atendidas por um escritório que preze a mesma eficiência que elas. Somente com uma mentalidade empresarial é que os escritórios triunfarão nessa nova realidade que, na verdade, já não é tão nova assim.

E não dá nem para dizer que essa realidade só atinge escritórios e advogados que atendem empresas. Mesmo para quem atende pessoas físicas, o desafio se faz presente, pois o consumidor, seja ele de produtos ou de serviços, está mais bem informado e cada vez mais exigente. Guardadas as devidas proporções, o que vale para um cliente pessoa jurídica certamente vale para um cliente pessoa física. O que muda é que, num caso, o problema a ser resolvido é o da própria pessoa, em outro, será o da empresa onde ela trabalha. Mas, em ambos, o que temos é um relacionamento entre pessoas, característica essencial de qualquer serviço profissional.

A operação de um escritório, independente de seu porte, é como a de uma empresa de porte similar. É claro que empresas de grande porte contam com facilidades que as menores não têm. Mas a questão é

2023 - www.conjur.com.br - Todos os direitos reservados.

que os escritórios são negócios que precisam ser administrados com eficiência para que se desenvolvam da melhor maneira possível, criando relacionamentos duradouros com clientes satisfeitos e faturando o suficiente para cobrir suas operações e remunerar seus funcionários, advogados e sócios.

Logo, como ter um escritório bem administrado quando esse trabalho muitas vezes é realizado por sócios que pouco entendem de administração e pouco interesse têm em aprender o básico de negócios? Em muitos casos, os sócios contratam administradores nos quais não confiam a ponto de dar a necessária autonomia. É uma situação bastante comum, onde os administradores atuam como meros executores quando, na verdade, em muito poderiam contribuir com seus conhecimentos. Afinal, eles estudaram para isso. Como resultado, o escritório pode até estar muito bem, faturando alto e com um lucro satisfatório, mas dificilmente se traduz em uma operação eficiente, que poderia dar um lucro muito maior.

Nesse sentido, é importante que os sócios procurem entender de administração, principalmente de finanças, seja para um melhor entendimento de seu negócio ou para melhor administrá-lo, tarefa que, se for o caso, pode ser compartilhada com um administrador legal. O Tozzini Freire Advogados tem como CEO (*chief executive officer*) um de seus próprios sócios, que se formou em administração e atua como administrador legal, nunca tendo efetivamente atuado como advogado em seu escritório.

Outros escritórios como Veirano Advogados e Barbosa, Müssnich & Aragão Advogados também contam com um advogado atuando como administrador legal. O mais importante é compreender que esse é um caminho sem volta. Quanto maior o porte do escritório, mais difícil será gerenciá-lo e continuar advogando. Essa convivência de atividades tão distintas se mostrará, naturalmente, cada vez mais difícil para o profissional conciliar. Logo, será mandatário fazer uma escolha. Tal decisão talvez não seja necessária em escritórios menores, mas, em médio ou longo prazo, será necessária por uma simples questão de eficiência. A alternativa, igualmente válida, é contratar profissionais de administração e dar a eles autonomia suficiente para que tragam resultados positivos e provem o seu valor.

Vale a pena também destacar a iniciativa de escritórios estrangeiros como Reed Smith, Lovells e Seyfarth Shaw, que estão promovendo cursos de administração para seus advogados, de modo que eles, como sócios, melhor entendam o funcionamento de seus escritórios e, como advogados, melhor entendam seus clientes e suas preocupações. Em alguns casos, o advogado pode, inclusive, ser incentivado a realizar um curso completo de MBA.

Trata-se de situação bastante distinta da realização de cursos de aprofundamento em temas jurídicos. Afinal, conhecimento jurídico de qualidade e aprofundado é o mínimo que se espera de um escritório e de seus advogados e, portanto, não constitui em diferencial. Já a busca por um melhor entendimento do mundo dos negócios, visando a um melhor atendimento da clientela corporativa, será um grande diferencial para esses escritórios pioneiros, e certamente perdurará até que o aprendizado de negócios se torne lugar comum no mundo jurídico.

Apesar de todos os desafios, é nesse contexto atual que o marketing jurídico está inserido e certamente triunfará, pois ele talvez seja o melhor exemplo de como os escritórios estão começando a evoluir, e tornando-se operacionalmente eficientes como as empresas de sucesso que atendem. Nesse sentido, é essencial que os escritórios se aceitem, e se vejam, como as empresas que, na prática, já são.

Date Created

2023 - www.conjur.com.br - Todos os direitos reservados.

20/12/2006

2023 - www.conjur.com.br - Todos os direitos reservados.