

---

## Advogado precisa aproveitar tendências a seu favor

Não basta identificar as tendências do mercado, o escritório de advocacia precisa saber como atuar a partir das informações que lhe são oferecidas. A afirmação é do consultor **Robson Vitorino**, na palestra “Identificando as tendências de mercado e transformando-as em diferenciais competitivos”, apresentada no *Seminário Estratégias de Crescimento Sustentável para Escritórios de Advocacia*, na sexta-feira (17/8), no Rio de Janeiro.

Vitorino explica que, se o mercado identifica uma expansão imobiliária, o advogado pode prever que haverá conflitos na construção civil. A construtora precisará, por exemplo, de licença ambiental e as possibilidades para os escritórios atuarem aumentam.

Segundo o consultor, há uma metodologia que pode ajudar a aproveitar as informações sobre o mercado. A primeira etapa é analisar a tendência. Com isso, pode-se chegar a problemas ou oportunidades e, posteriormente, pensar em solução e serviço. A atenção nessas questões é importante na hora de oferecer ao cliente o que ele precisa e o que ele utilizará. “Se não houver uma percepção de valor, o cliente vai comprar mais caro, não vai usar tudo o que pode e, ainda, vai sair reclamando”, explicou.

Por fim, deve-se analisar os riscos: se os honorários são de êxito, o risco é do advogado. Mas se o risco for do cliente, é preciso que o advogado o informe disso. Não apenas o cliente, mas o próprio advogado precisa saber quais as conseqüências se o resultado for negativo.

O consultor adverte não se tratar de uma receita de bolo. A idéia é ter a metodologia como base e adaptá-la. “O resultado vai depender das características do escritório. A proposta é adequar as estratégias ao escritório e não o contrario”, explicou.

Outra constatação feita por Vitorino é a de que os escritórios tendem a manter foco nas empresas maiores. “A gente esquece que os grandes têm uma gestão mais rígida, há empresas que trabalham com orçamento para área jurídica”. Assim, na hora de negociar os honorários, a empresa pode colocar a marca na mesa, já que há vários escritórios querendo trabalhar para ela.

Por outro lado, os escritórios de advocacia podem auxiliar as pequenas e médias empresas, já que estas geralmente não possuem uma equipe jurídica. E isso não significa que não há conflitos nessas organizações. Pelo contrário, são necessários os trabalhos de advocacia em questões tributárias, de concorrência desleal, entre outros.

### Date Created

18/08/2007