



## Escritórios precisam de preparação e oportunidade

Recentemente lendo uma matéria em que era apresentado o ranking dos grandes escritórios jurídicos, refleti sobre quais práticas distinguem os “tubarões” da advocacia dos pequenos escritórios. Certamente eles tiveram um início modesto, mas, ao contrário da maioria, obtiveram projeção e sucesso.

Existe mesmo “segredo” para seu desempenho, foi obra do acaso, da “fortuna” — como diz Nicolau Maquiavel, em sua obra prima *O príncipe* —, ou fruto de espírito empreendedor que uniu grande habilidade gerencial à competência técnica, gerando uma sociedade de advogados destacadamente superior à média do mercado?

Segundo o anuário *Análise Advocacia*, fruto da parceria entre a Análise Editorial e o site **Conjur**, lançado em setembro de 2006, os 100 maiores escritórios de advocacia chegam a faturar R\$ 2,4 bilhões por ano, suficientes para pagar, em média, R\$ 30 mil mensais a cada um de seus milhares de advogados. Este é um bom argumento para se saber quais os segredos do sucesso dos grandes escritórios de advocacia.

Baseado em nossa experiência como consultor e empresário podemos opinar que uma conjunção de diversos fatores conspirou a favor destes grandes escritórios para diferenciá-los no mercado, o que pode explicar muito, mas não tudo. Vejamos alguns destes fatores:

— Espírito empreendedor: como diz Maquiavel, a “fortuna” favorece os audaciosos, portanto, a coragem para quebrar paradigmas e empreender, assumindo riscos, certamente foi decisiva para muitos destes escritórios darem o salto qualitativo em suas trajetórias empresariais.

— Competência técnica: por trás de cada sociedade advocatícia de sucesso é provável encontrar um grande jurista, responsável pela projeção daquele escritório vencendo grandes embates judiciais.

— Competência gerencial: como num time de futebol, que precisa ter uma boa defesa e um bom ataque, o escritório de sucesso certamente conta com um sócio de destacada competência gerencial, que foi capaz de conduzir o negócio de forma profissional e lucrativa.

— Carisma: não se constrói um sonho empresarial sem liderar uma grande equipe; sem fazer pessoas diferentes trabalharem juntas; sem comunicar este sonho ao mercado, aos clientes, aos juizes e a todas as partes envolvidas no contexto daquele escritório. Para isto é necessário um líder com carisma para comunicar este sonho. Procure e encontrará em cada grande escritório seu líder carismático.

— A estratégia: em cada grande negócio houve uma estratégia que mudou o rumo das coisas, aquela idéia genial que deixou a concorrência para trás. A GM deixou a Ford para trás nos anos 20, quando Henry Ford disse sua famosa frase “você pode ter o carro que quiser desde que seja preto”, e a GM disse, “tudo bem, nos vamos fornecer os carros de diversas cores”. A Ford ficou com seus carros pretos e a GM com o mercado.

— O segredo não revelado: deixamos por último esta parte, pois é algo que sabemos que existe, mas



jamais descobriremos o que é. Aquele “segredo” que os grandes homens de negócio têm, mas que não podem revelar. É melhor levar para o túmulo este fator que pode ter sido decisivo em sua trajetória. Uma concorrência vencida de forma pouco ortodoxa, um negócio mal explicado, ou mesmo uma “grande sacada” podem ter feito a diferença na trajetória de um escritório. Como dizem alguns técnicos de futebol, jogo se ganha nos detalhes, e, às vezes, um “detalhe” pode ter feito uma grande diferença histórica para um escritório.

Voltemos ao tema central: quais os segredos que diferenciam a prática dos escritórios de sucesso e a maneira de conduzir os negócios das pequenas bancas? Respondemos que existem dois fatores principais que influenciam o sucesso independente dos “segredos”, e que estão ao alcance de praticamente qualquer escritório, são eles: preparação e oportunidade.

Preparação, através de desenvolvimento de competências técnicas e gerenciais, além de alguns atributos pessoais dos sócios em termos de suas habilidades em lidar com pessoas e situações;

Capacidade de aproveitar oportunidades, ou seja, espírito empreendedor para quebrar conceitos pré-estabelecidos – paradigmas – e coragem para correr riscos calculados, sem os quais seria difícil o grande salto empresarial.

Um terceiro fator – “o segredo” – é circunstancial, e certamente faz parte do mito e da lenda criados em torno de histórias fantásticas de sucesso.

Como numa relação de “causa e efeito”, as ações que os grandes escritórios executaram ao longo de sua história, e que estão embutidas dentro destes dois conceitos, preparação e oportunidade, justificam muito do sucesso obtido ao longo de suas trajetórias. Estes são os “segredos” passíveis de serem descobertos e desenvolvidos através de treinamento por todos os profissionais.

**Date Created**

20/07/2007