

## Conheça os caminhos para advogados com ou sem espírito empreendedor

Hora de tomar decisões para o ano novo. Para muitos advogados empregados, o sonho de fazer carreira solo ou abrir sua própria firma volta à pauta de todo fim de ano. Mas o sonho pode ser mau conselheiro. Aponta um objetivo, mas não fornece os meios para se chegar lá. Vontade de ser o próprio chefe? Pode ser uma motivação para deixar o emprego, não para levar uma firma ao sucesso. O primeiro elemento que o advogado deve avaliar, se quer desenvolver um empreendimento com êxito garantido é se tem ou não um espírito empreendedor, diz a advogada Suzanne Meehle, em um artigo para o *blog Solo Practice University*.

Essa é a chave do sucesso. Segundo ela, para advogados sem espírito empreendedor, há três caminhos possíveis: 1) Fazer a intenção, neste fim de ano, de encontrar motivação para ser feliz no emprego; 2) abrir sua firma ou partir para carreira solo, mesmo sem esse elemento-chave, sabendo que o caminho será árduo; 3) encontrar um sócio que tenha espírito empreendedor.

Há diferenças fundamentais entre profissionais com ou sem espírito empreendedor, diz Suzanne Meehle. O profissional sem espírito empreendedor olha para o mercado e vê concorrência. O profissional com espírito empreendedor, olha para o mercado e vê oportunidades. Um tem dificuldades para enxergar o que vai diferenciá-lo da multidão de advogados no mercado; outro tem facilidade para identificar seu nicho único, suas qualidades únicas.

O advogado que leva uma firma ao sucesso é antes de tudo um empreendedor, afirma a autora do artigo. Um ser [três-em-um](#), que é um empresário, um marqueteiro e um profissional (não tem, necessariamente, de ser um profissional excepcionalmente qualificado, porque poderá contratar profissionais não empreendedores) — afinal, terá de cumprir as funções de cada um deles ou dividi-las com sócios, se quiser que a firma prospere.

Empreendedores não se atrelam a horários de trabalho, não se apegam ao conforto do lar, nos fins de semana, ou no horário nobre da TV, nos dias úteis. Se são também marqueteiros, sempre há alguma atividade apropriada para fazer *marketing*. Há que se frequentar associações profissionais (de possíveis clientes ou de advogados); clubes (onde estão os possíveis clientes), organizações comunitárias (de onde saem referências), além de participar de congressos, seminários, encontros sociais, qualquer evento em que será possível fazer relacionamentos. Ou mesmo ir a um ["car wash"](#) sofisticado, aos sábados, para conhecer gente.

Um advogado não empreendedor se preocupa muito com a necessidade de um bom capital para abrir a própria firma. Além dos custos fixos, fazer *marketing* e conquistar clientes pode ser uma atividade cara. Um advogado empreendedor considera que capital ajuda, mas não se trava diante de poucos recursos. Basta fazer marketing de guerrilha, que exige mais motivação do que verbas — e são muito utilizadas por empreendedores descapitalizados.

Muitas dessas estratégias já foram descritas na **ConJur**, que já listou as "50 ideias de [marketing de guerrilha](#)



para advogados. Mas, a fonte de inspiração de advogados empreendedores é inesgotável. E a criatividade, idem.

A advogada Deborah Gonzalez mandou imprimir a logomarca de sua firma na capa protetora de seu iPhone — um item que pode estar constantemente no ouvido, nas mãos, sobre uma mesa ou balcão no tribunal, no restaurante, no *shopping center*, em qualquer lugar. Não é um caminhão ou uma camionete com a logomarca de uma empresa, mas é um item visível.

A advogada colocou na capa de seu iPhone, além da logomarca de sua firma, um *slogan* curto, que definia sua área de atuação, com o custo de US\$ 40. Ela disse à sua colega Susan Liebel que encomendou a capa do telefone, já com a impressão, no site [Zazzle.com](http://Zazzle.com). Susan não só fez a mesma coisa, como escreveu em um artigo para o *blog Solo Practice University*, como expandiu a ideia: por que não colocar adesivos no *laptop* e no *tablet*? O adesivo pode trazer mais informações, como dados para contatos da firma (como se fosse um cartão de visitas) — até para o caso de serem esquecidos, perdidos e encontrados por uma pessoa honesta.

Em um artigo na *Inc. Magazine*, Eric Schurenberg definiu empreendedorismo como "a perseguição de uma oportunidade sem preocupação com os recursos atualmente sob controle". Isto é, um empreendedor é alguém que percebe e persegue oportunidades, mesmo que não disponha dos recursos (como capital) para fazê-lo. Para Suzanne Meehle, um empreendedor é alguém que quer vencer por esforço próprio, com coragem para dispensar um salário fixo, todo fim de mês. "Não é uma questão de disposição para assumir riscos. É uma questão de *carpe diem*. ("viver cada momento" da jornada em busca do sucesso).

"No meu caso, quando decidi abandonar um emprego regidamente pago para abrir minha própria firma. A motivação não era o meu ego, não era o desejo de ser minha própria chefe. Foi a oportunidade que vi a minha frente, como uma fruta deliciosa em uma árvore, ao alcance da mão. Foi só pegar. Minha vontade de ter meu próprio empreendimento, a paixão pela oportunidade de praticar advocacia em meus próprios termos, eram maiores do que meu apego a um ótimo salário e as perspectivas de fazer carreira na firma em que trabalhava", escreveu.

No caso de Suzanne, foi mais fácil confirmar que tinha um espírito empreendedor, na hora de decidir pela abertura de sua própria firma. Ela descobriu isso aos 16 anos, quando começou a prestar serviços de babá temporária para custear seus estudos. "Descobri que todas as babás cumpriam sua obrigação: olhar as crianças. Mas eu queria ter mais clientes e ser mais bem paga. Por isso, comecei a cozinhar para as crianças, estimulá-las e ajudá-las a fazer as tarefas da escola e a apanhar os brinquedos espalhados pela casa, depois de colocá-las para dormir. Não demorou muito para minha agenda ficar cheia e para eu me tornar a babá mais bem paga da cidade", conta.

Se há um elemento que torna um país mais desenvolvido economicamente que outro ou que torna um estado mais rico que outro em um país, é a mentalidade empreendedora de seu povo.