



Flávio Leal: Bancas investem pouco na identificação de novos negócios

Atualmente, o Brasil possui aproximadamente 1.300 universidades de Direito. Um fato curioso é que, se somarmos a quantidade de cursos de Direito em todos os outros países do mundo, o total ainda seria menor do que aqui. Pesquisas recentes apontam que, excluindo o Brasil da contagem, existem 1.100 universidades formando advogados em todo o globo terrestre.

Logo, vem à mente a seguinte pergunta: Como um país com tantos cursos de Direito consegue ser tão subdesenvolvido em *Business Development* (BD)?

Acompanhem este raciocínio lógico: Maior número de cursos -> Maior número de advogados -> Maior concorrência -> Maior dificuldade para prosperar -> Menor investimento em BD. O resultado deste raciocínio é errado. O correto — e óbvio — deveria ser a existência de uma estratégia definida e solidificada de *Business Development*, pelo menos, nas grandes bancas nacionais.

Hoje, o Brasil está defasado em ações de desenvolvimento de negócios em comparação a países inferiores economicamente e com um mercado jurídico que movimenta bem menos dinheiro, como por exemplo, o Chile e a Argentina.

Business Development, numa explicação clara e objetiva, é um conjunto de ações que visam identificar novas oportunidades de negócios, sejam estas com clientes ativos, inativos, antigos ou com *prospects*. A identificação destas oportunidades é dada através de uma junção de (i) dados internos, (ii) dados de clientes e setores, (iii) informações macroeconômicas e (iv) *benchmarking* da concorrência.

A efetiva aplicação desta ferramenta proporciona diversos benefícios, como o aumento da carteira de clientes, a venda de mais áreas de atuação a mesma empresa, a reativação de clientes inativos e de ex-clientes, o desenvolvimento de expertise em determinado setor industrial, além de se antecipar as movimentações da concorrência, realizando ações pioneiras e conseguindo as melhores fatias do mercado antes que o concorrente chegue.

Enfim, é notório que o mercado jurídico brasileiro necessita de ações e investimento nesta área. Embora as bancas já tenham notado esta tendência, poucos avanços são vistos. O escritório de advocacia que começar a realizar ações efetivas de *Business Development* colherá os frutos primeiro. Quem será o pioneiro desta vez? Que comece a corrida!

Date Created

21/09/2014