



Beatriz Machnick: Na advocacia é fundamental saber agregar valor

Saber precificar os honorários é o primeiro passo para o sucesso de um escritório e contribui diretamente para o fortalecimento do segmento da advocacia. Independente do porte da banca, sua especialidade e tempo de atuação, é necessário buscar ferramentas para ser o mais assertivo possível dentro deste ponto vital para o negócio, porém é importante considerar que esse processo de formação do preço vai além de análises financeiras.

Para um segmento que cresce a cada dia e é impulsionado pela concorrência, os escritórios buscam, além do seu posicionamento no mercado, alinhar suas estratégias na busca de contatos rentáveis e que garantam a sustentabilidade do negócio a longo prazo.

O processo de precificação de honorários segue três bases específicas que analisadas em conjunto ajudarão a banca a chegar ao preço ideal, contribuindo tanto para sucesso do negócio como para o sucesso do segmento, pois a responsabilidade por valorizar os honorários é totalmente do advogado e dentro deste processo é fundamental usar todas as estratégias para agregar valor ao preço, principalmente tratando-se de algo intangível.

Há muitas influências na formação do preço e elas se dividem em internas e externas, ambas interferem diretamente nas operações do escritório, tanto na sua gestão como no seu posicionamento no mercado. É fundamental para o escritório conhecer a quais influências está sujeito, pois há casos em que a banca consegue interferir nesses aspectos, já outros não, mas será diretamente influenciada por eles.

Considerando esta análise o primeiro ponto que a banca precisará trabalhar é nos seus custos internos. A banca precisa sempre vincular o preço a uma limitação específica de trabalho. Como prestadores de serviço, nós vendemos algo intangível para nosso cliente, que vem agregado de conhecimento, técnicas e experiências específicas fundamentais para a eficiência do trabalho, seja no âmbito consultivo ou contencioso.

Dentro desse processo existem custos que serão ocorridos, os quais precisam ser considerados na disponibilização de tempo como a mensuração do custo da mão de obra direta, ou seja, o custo dos profissionais envolvidos diretamente na atividade fim do negócio – advogados, estagiários e sócios. Considera-se também os impostos, tendo em vista que toda receita receberá esta incidência, e por último o custo fixo do escritório, ou seja, aquele custo que não está ligado diretamente a obtenção da receita, mas dá suporte a equipe jurídica.

É necessário que o escritório saiba como passar parte do seu custo fixo também no preço para cada cliente. Todo custo tem por objetivo contribuir para a obtenção de receita, seja de maneira direta ou indireta, e precisa ser considerado na precificação dos honorários, por isso a gestão financeira é fundamental para o sucesso do negócio, pois interfere em todas as áreas do escritório.

Dentro dessas influências a banca precisa considerar aspectos mercadológicos que afetam diretamente no preço também, evidencia-se a importância do advogado olhar para o meio onde seu negócio está inserido e atentar-se a regras e parâmetros que têm por objetivo, além de trazer referência para o preço,



contribuir para valorização dos honorários dentro do segmento. É nesse aspecto que a banca precisa encontrar meios de agregar valor ao seu preço valorizando os profissionais do seu escritório e buscar reinventar-se em soluções para o cliente, assim, o preço e a conquista de bons honorários serão uma consequência.

Após a banca analisar as influências internas e externas nesse processo de precificação, é necessário considerar a sua expectativa de ganho em relação aos honorários. Depois de considerar os custos envolvidos para realização do trabalho e olhar para as variáveis externas, ambas as análises trarão direção e orientação no preço, porém o que vai garantir a sustentabilidade do negócio a longo prazo é a garantia do lucro. É importante o escritório analisar qual será o lucro real decorrente de uma determinada atividade antes de trazer o novo cliente para o escritório. A renda não é necessariamente o fator mais importante, pois para se gerar uma receita ocorrem custos nesse processo e é importante a banca analisar qual será o esforço necessário para obtenção de determinada receita e estabelecer sua margem de lucro mínima na realização de cada atividade. É na margem de lucro que entra a marca, o nome, a especialidade, que agregam valor ao preço e precisam ser considerados no momento de negociação com o cliente.

É fundamental que o escritório faça uma gestão interna de custos e contribua para o mercado com a valorização dos honorários advocatícios. Se preço muitas vezes é o que o cliente está disposto a pagar, na advocacia é fundamental que os advogados saibam como agregar valor e buscar a diferenciação, sempre olhando para aspectos mercadológicos, operacionais e financeiros que resumem estas análises.

Date Created

15/01/2015