

Jurídico que cobra por serviço prestado vence prêmio corporativo

Com dez advogados responsáveis por monitorar 276 hotéis na América do Sul, o departamento jurídico da hoteleira Accor decidiu cobrar pelos serviços praticados sempre que é chamado pelas unidades para resolver questões específicas de cada estabelecimento.

“É um jurídico que tem receita, embora isso seja incomum na área de suporte”, afirma **Magda de Castro Kiehl**, diretora jurídica e de riscos da rede. O trabalho desenvolvido por sua equipe venceu o 1º Prêmio Nacional de Melhores Práticas na Gestão de Departamentos Jurídicos, anunciado na noite de terça-feira (24/11).

A iniciativa é do Fórum de Departamentos Jurídicos (FDJUR) e da Gestão Jurídica Empresarial (GEJUR), entidades que reúnem cerca de 400 gestores do setor jurídico corporativo. Uma banca de 18 jurados avaliou 44 práticas inscritas e selecionou dez para um congresso promovido em setembro. Os três melhores pontuados foram divulgados durante cerimônia na última terça.

“Era uma necessidade trocar experiências e reconhecer os trabalhos que os jurídicos vêm fazendo”, diz **José Nilton Cardoso de Alcantara**, diretor-presidente do FDJUR e CEO da GEJUR. “Dos 44 inscritos, temos 34 práticas certificadas.”

A Accor, com sede em São Paulo, apresentou quais estratégias tem desenvolvido para cuidar de situações registradas em toda a rede. As “taxas” de serviços, semelhantes aos honorários cobrados em escritórios de advocacia, são divulgadas para todos os hotéis, próprios ou franqueados. Aqueles que solicitam atendimento personalizado, seja para questões contratuais, trabalhistas, sinistros ou casos de furtos, são tratados como clientes e depois recebem a fatura.

O valor arrecadado, segundo a diretora jurídica, é revertido para o próprio setor. O dinheiro é investido em cursos para a equipe e viagens necessárias, por exemplo.

Além disso, a unidade cria manuais e cartilhas, aplica treinamentos, adota um canal para o fluxo de informações e tem um sistema de alertas periódicos com resumos de temas jurídicos. “Temos um papel muito forte de formação, treinamento, instrução. São atividades corporativas, sem custo algum. Só para questões específicas fazemos a cobrança”, afirma Magda. Parte dos 800 processos hoje em andamento também é distribuída a escritórios de cada região.

Robô e atenção ao cliente

Segunda colocada no prêmio, a Leroy Merlin criou um software com uma empresa parceira para monitorar com mais eficiência os processos que chegam à empresa. Se antes havia pilha de papéis, relatórios sem padronização e até processos julgados à revelia, porque não chegavam a tempo no departamento jurídico, neste ano foi aplicado um cadastro único que centraliza as ações de todo o país.

Um robô cadastra processos novos, e escritórios parceiros anexam a cópia integral dos autos. Depois que um advogado revisa as peças, contata o escritório para elaboração da defesa. Cerca de 3 mil processos já estão cadastrados na plataforma, de acordo com **Renato Augusto Coltro**, diretor jurídico da Leroy

Merlin no Brasil.

A varejista Magazine Luiza apresentou sua solução para tentar reduzir ações movidas por consumidores: uma equipe busca ouvir reclamações e propor formas rápidas de resolver o problema. Para evitar demora, os profissionais têm livre trânsito em todas as áreas da companhia e contato direto com parceiros. A experiência ficou em terceiro lugar.

Segundo **Luiz Alexandre Liporoni Martins** e **Ricardo Querino de Souza**, responsáveis pelo jurídico da rede, o trabalho já consegue reduzir 50% das demandas, reconquistar clientes, diminuir o número de condenações judiciais e ampliar a quantidade de acordos, envolvendo valores mais baixos.

Date Created

26/11/2015