



ideias de
negócios

Como montar um escritório de advocacia



EMPREENDEDORISMO

Expediente

Presidente do Conselho Deliberativo

Robson Braga de Andrade – Presidente do CDN

Diretor-Presidente

Guilherme Afif Domingos

Diretora Técnica

Heloísa Regina Guimarães de Menezes

Diretor de Administração e Finanças

Vinícius Lages

Unidade de Capacitação Empresarial e Cultura Empreendedora

Mirela Malvestiti

Coordenação

Luciana Rodrigues Macedo

Autor

Joaquim Fernandes de Alvarenga Neto

Projeto Gráfico

Staff Art Marketing e Comunicação Ltda.

www.staffart.com.br

Sumário

1. Apresentação	1
2. Mercado	3
3. Localização	13
4. Exigências Legais e Específicas	15
5. Estrutura	18
6. Pessoal	20
7. Equipamentos	22
8. Matéria Prima/Mercadoria	23
9. Organização do Processo Produtivo	25
10. Automação	28
11. Canais de Distribuição	30
12. Investimento	31
13. Capital de Giro	34
14. Custos	36
15. Diversificação/Agregação de Valor	38
16. Divulgação	40
17. Informações Fiscais e Tributárias	42
18. Eventos	42
19. Entidades em Geral	44
20. Normas Técnicas	46
21. Glossário	48
22. Dicas de Negócio	51
23. Características	54
24. Bibliografia	55
25. Fonte	62
26. Planejamento Financeiro	62

Sumário

27. Soluções Sebrae	62
28. Sites Úteis	62

1. Apresentação

O negócio está baseado na prestação de serviços jurídicos às pessoas físicas, empresas ou governo, que buscam os serviços do advogado.

Aviso: Antes de conhecer este negócio, vale ressaltar que os tópicos a seguir não fazem parte de um Plano de Negócio e sim do perfil do ambiente no qual o empreendedor irá vislumbrar uma oportunidade de negócio como a descrita a seguir. O objetivo de todos os tópicos a seguir é desmistificar e dar uma visão geral de como um negócio se posiciona no mercado. Quais as variáveis que mais afetam este tipo de negócio? Como se comportam essas variáveis de mercado? Como levantar as informações necessárias para se tomar a iniciativa de empreender?

O “Escritório de Advocacia” é uma opção carreira, e de negócio, para profissionais habilitados que desejam empreender na área do direito.

O modelo de negócio “Escritório de Advocacia” está baseado na prestação de serviços jurídicos às pessoas físicas, empresas ou governo, que buscam os serviços do Advogado para atenderem suas demandas nas áreas do Direito. Neste sentido, os serviços prestados por um Escritório de Advocacia vão desde a consultoria jurídica e condução de processos, até a elaboração de contratos, mediação, e negociação de acordos, dentre outros serviços relacionados ao exercício profissional.

A renda do Escritório de Advocacia tem como base os honorários e taxas pagas pelos serviços prestados, que deve ser suficiente para cobrir todas as despesas envolvidas no negócio e também gerar lucro compensador para o empreendedor.

Montar um Escritório de Advocacia é uma opção para profissionais da área, com perfil empreendedor, que desejam ter sua própria banca. No entanto, visto o cenário competitivo atual, comprovado pelos números da OAB, quanto mais você entender do negócio antes de começar, melhor será seu desempenho. Para obter êxito, o empreendedor interessado deverá elaborar um plano de negócio e buscar conhecimento não só para atuar nas matérias do Direito, mas também para gerir o escritório e competir no mercado.

Procure o SEBRAE mais próximo para auxiliá-lo neste processo.

Um breve histórico da Profissão de Advogado no Brasil

A palavra advogado vem do latim ad-vocatus: aquele que é chamado em defesa. Sendo assim, com fundamento na própria origem da palavra, é possível definir o advogado como aquele que é convocado para defender uma causa ou uma pessoa.

A raiz do Direito tem sua origem no Império Romano. Historicamente, pode-se dizer que a advocacia teve sua origem na necessidade moral de defesa de inocentes que, por serem desprovidos de recursos, acabavam como vítimas de injustiças.

No Brasil, os primeiros passos da advocacia tiveram seu início em 1827, com a criação do primeiro curso de direito em Olinda/PE por Dom Pedro II, e posteriormente com a criação do Instituto da Ordem dos Advogados do Brasil (IOAB), em 1843, e da Ordem dos Advogados do Brasil (OAB) em 1930.

Em 4 de julho de 1994, A Lei nº 8.906 dispõe sobre o Estatuto da Advocacia e a Ordem dos Advogados do Brasil (OAB), regulamenta o exercício profissional e dá outras providências. Por exigência do Estatuto da Advocacia, os bacharéis pretendentes ao exercício da profissão de advogado devem, obrigatoriamente, submeter-se e serem aprovados no Exame da Ordem.

2. Mercado

O mercado consumidor de um Escritório de Advocacia são teoricamente todos os indivíduos, empresas e governos, que demandam pelos serviços tangíveis ao exercício profissional de advogados.

Os números de mercado precisam ser compreendidos de acordo com a área jurídica envolvida. Segundo relatório apresentado na FENALAW (evento para profissionais do setor jurídico), em 2010 o mercado jurídico brasileiro movimentou cerca de R\$ 3 bilhões. Para escritórios que atuam em direito internacional, o tamanho do mercado é maior. Segundo artigo publicado no Estadão Opinião em outubro de 2011, somente o mercado de consultoria em direito estrangeiro movimentava na época US\$ 15 bilhões.

O crescimento apresentado entre as diferentes áreas do direito também varia. Enquanto algumas áreas apresentam retração ou crescimento limitado, outras apontam tendências mais promissoras. As pesquisas apontam tendências de crescimento mais expressivo nas áreas de direito imobiliário, tributário, previdenciário, infraestrutura, ambiental, agronegócio, propriedade Intelectual. Algumas regiões do país também podem apresentar tendências de crescimento diferentes.

O profissional/empreendedor deve pesquisar o seu mercado específico para avaliar a viabilidade real do negócio. Seguem algumas sugestões para o aprofundamento da pesquisa:

- Pesquisa em fontes como as associações de classe, prefeituras e grupos locais para quantificação do mercado alvo e identificação de demandas;

- Visita aos concorrentes diretos, identificando os pontos fortes e fracos dos estabelecimentos que trabalham no mesmo nicho;

- Participação em seminários especializados e eventos do setor.

ENTRADA NO MERCADO

Para abrir um escritório de advocacia, é preciso a responsabilidade e atuação de profissional com formação na área, habilitado e regularizado junto à OAB. O investimento inicial varia de acordo com o tamanho do escritório, equipamentos adquiridos, localização, área de atuação, e estratégias envolvidas. O profissional também deverá qualificar-se para atuar em especialidades e investir na formação da sua base de clientes.

Os dados apresentados em breve pesquisa mostram que a competição para empreendedores do ramo é intensa. Portanto, a decisão de entrar no mercado e investir em um escritório deve ser bem pensada e planejada.

RENTABILIDADE

As margens de lucro e o retorno no investimento variam de acordo com os serviços prestados, preços praticados, os custos envolvidos e o número e dimensão dos projetos.

Os preços de mercado, de modo geral, variam de acordo com as especialidades e regiões. No entanto, existem tabelas referenciais publicadas pela OAB que podem ser usadas para a precificação do serviço. Para acessar as tabelas de referência visite o link: <http://www.oabsp.org.br/servicos/tabelas/tabela-de-honorarios/tabela-de-honorarios>

Apesar das tabelas referenciais servirem de parâmetros, é importante que o empresário pesquise o seu mercado específico e entenda a estrutura de custos do seu próprio negócio e dos serviços prestados para formatação ideal de preços. A equação deve garantir receita suficiente para que o negócio opere com uma margem mínima de lucro líquido entre 10 e 20%.

CLIENTES

Os clientes dos Escritórios de Advocacia podem ser empresas, governos e pessoas físicas com diferentes necessidades nas áreas tangentes ao direito. O empreendedor deve segmentar sua base de clientes para entender melhor o mercado e planejar de forma mais assertiva sua estratégia de marketing e comunicação.

Esses clientes chegam ao escritório de forma direta ou indireta, ou o escritório chega até eles através de concorrências, concursos e licitações. Os clientes geralmente buscam a solução de um problema ou a prevenção de problemas jurídicos, e estão dispostos a pagar um preço pelos serviços.

Existe no mercado desde clientes que procuram preço baixo a clientes que buscam serviços diferenciados e valorizam a credibilidade do escritório e dos profissionais atuantes, as referências e indicações, a localização e o atendimento/relacionamento. A captação dos melhores clientes, que estão dispostos a pagar preços mais alto pelos serviços, é feita de forma sutil, pelo posicionamento e pela construção da marca (nome) e reputação de mercado.

Existem também os clientes intermediários, caracterizados por outros escritórios de advocacia, de especialidades diferentes, que podem intermediar os serviços para os

seus clientes finais. Este grupo compõe uma base importante para a penetração de mercado, principalmente para escritórios novos. O empreendedor deve estabelecer uma estratégia para firmar parcerias com outros escritórios de advocacia.

BARREIRAS E CONCORRÊNCIA

Abrir um Escritório de Advocacia aparece como uma oportunidade para ingressar no mercado com relativamente baixo investimento inicial. No entanto, existem outras restrições, além das financeiras, a serem consideradas antes de entrar no negócio.

Legislação

É condição para poder abrir um Escritório de Advocacia a presença e responsabilidade de um profissional habilitado. Conforme a Lei nº 6.839/1980 (que dispõe sobre o registro de empresas nas entidades fiscalizadoras do exercício de profissões) o registro de empresas e a anotação dos profissionais legalmente habilitados, delas encarregados, serão obrigatórios nas entidades competentes para a fiscalização do exercício das diversas profissões, em razão da atividade básica ou em relação àquela pela qual prestem serviços a terceiros. No caso do Escritório de Advocacia, os profissionais e empresa devem estar regularizados junto à OAB.

Canais de distribuição

Para atingir o mercado, o escritório precisará investir no desenvolvimento de seu “nome” para criar uma imagem que atraia clientes dispostos a pagar pelos serviços prestados. Alcançar o mercado de maior poder aquisitivo irá exigir investimento profissional em especializações, além de tempo e trabalho na construção da credibilidade profissional, portfolio e marca.

Além dos canais diretos, o empreendedor deverá construir relacionamentos com profissionais de diferentes áreas, como contadores, peritos de diferentes especialidades e outros, a fim de potencializar a indicação de seus serviços.

Fornecedores

A base de fornecedores para o negócio “Escritório de Advocacia” não impõe grandes restrições aos empreendedores. Existem diversos fornecedores de equipamentos, produtos e serviços no mercado, que podem ser acessados com facilidade. No entanto, o conhecimento da base de fornecedores e produtos e serviços disponíveis para cada segmento de atuação é estratégico para o bom desempenho da profissão. Para melhorar sua competitividade, o profissional a frente do escritório deve manter-se atualizado sobre os fornecedores, tecnologia e produtos em seu segmento e construir um bom relacionamento e parceria com os agentes.

Concorrência

De acordo com o quadro de profissionais publicado no site da OAB nacional, em julho de 2015 havia em torno de 952 mil advogados cadastrados e regularizados junto à entidade, e o número continua crescendo. Segundo levantamento da própria entidade, o Brasil ocupa a terceira colocação na lista de países com o maior número de profissionais do mundo, perdendo apenas para os Estados Unidos e a Índia.

Em notícia divulgada no site da OAB (agosto de 2014), referente à matéria publicada no Jornal Valor Econômico, o número de escritórios de advocacia na época era de 20 mil escritórios. Devido às novas regras de enquadramento no simples nacional, que facilitam a regularização empresarial da atividade, a Ordem prevê que até 2019 esse cresça seis vezes, passando dos 20 mil para 126 mil escritórios.

Portanto, concorrência no segmento é alta e tende a aumentar consideravelmente.

ESTRATÉGIAS PARA COMPETIR

Para competir no mercado, o empresário poderá adotar estratégias de foco em nicho de mercado, preço, diferenciação, ou uma combinação entre elas.

Nichos de mercado

O foco em nichos de mercado é a primeira estratégia a ser adotada para o sucesso de um escritório de advocacia. Escritórios maiores podem oferecer especialidades múltiplas ou associarem-se a outros escritórios para atender uma gama maior de serviços. No entanto, escritórios puramente generalistas tem pouca chance de sucesso em um mercado competitivo como o atual.

Sendo assim, o escritório deve posicionar-se para atender segmentos específicos do direito, como direito empresarial, administrativo, civil, de família, ambiental, do consumidor, penal, entre outros.

Para escolher o nicho de atuação do escritório, o empreendedor deve pesquisar seu mercado e avaliar a viabilidade para sua atuação empresarial. O nicho de atuação deve ser grande o suficiente e apresentar tendência de crescimento positiva para viabilizar a entrada no mercado. Também, como o empreendedor/profissional estará envolvido com as atividades técnicas da profissão, é importante considerar a vocação pessoal e os recursos necessários para a atuação no nicho escolhido.

Com o foco, o empreendedor terá melhor conhecimento das dinâmicas, clientes e relacionamentos no segmento, favorecendo, assim, a sua competitividade.

Preço

Se a estratégia escolhida for preço baixo, o empreendedor deve ficar atento às margens. A equação financeira não pode comprometer o lucro. A margem de lucro deve oscilar entre 10% e 20% da receita.

É possível competir com a estratégia de preço, mas o empresário deverá focar em questões que ajudem a reduzir custos como, valor do aluguel e outras despesas, processos padrões com pouco diferencial e baixo custo de produção. Deve-se haver cuidado para que o corte de despesas não prejudique o atendimento ao cliente.

Diferenciação

Vale ressaltar a que a diferenciação é fundamental para um escritório de advocacia. A diferenciação muitas vezes é estabelecida pelo próprio currículo e portfólio do profissional titular. Especializações, mestrados e doutorados, bem como publicação de artigos e participação em eventos do setor e no meio acadêmico, agregam diferencial ao profissional e consequentemente ao escritório. Se tornar notório em sua especialidade ou área de atuação ainda é uma das melhores estratégias para este

segmento profissional.

A estrutura física do escritório, o atendimento ao cliente e outras amenidades, também irão promover a diferenciação do negócio e devem ser exploradas estrategicamente.

3. Localização

Para escolha da localização do escritório é necessário definir o foco de mercado do negócio e o perfil do cliente. Após estas definições o empreendedor já terá o direcionamento necessário para decidir o ponto ideal.

Estabelecer o endereço do escritório não é tarefa simples devido ao número de variáveis que influenciam esta escolha e os impactos que terão no negócio.

Os seguintes itens deverão ser considerados para que a escolha seja mais assertiva:

- Tamanho do escritório: o escritório deverá ter o tamanho adequado para a quantidade de funcionários que trabalham e que trabalharão nele nos próximos doze meses (pelo menos).

- Acesso: O escritório deverá estar localizado em um local de fácil acesso através de transportes públicos e privados, ou seja, próximo às estações do metrô, trem, etc., em vias que ofereçam segurança adequada aos clientes.

- Estacionamento: Locais para estacionar, seja nas vias públicas ou em estacionamentos privados, é um diferencial para o seu negócio. Verifique as condições de estacionamento próximo e informe-se quanto às regras de estacionamento nas vias públicas.

- Acesso ao fórum e cartórios: Estar situado próximo ao fórum e cartórios, ou locais de fácil acesso, facilitará e otimizará os recursos do seu escritório já que os serviços oferecidos por estes órgãos serão utilizados muitas vezes.

- Custo: Planeje com cautela os gastos do escritório, lembre-se que além das despesas com o valor do aluguel ainda haverá despesas com a manutenção do imóvel, como energia, água, condomínio, limpeza, etc. Escolha o que apresentar o melhor custo-benefício e que caiba no seu orçamento.

- Infraestrutura: o imóvel deverá oferecer a infraestrutura básica de funcionamento,

como instalações de energia, água e banheiros. Caso seja necessária a customização do escritório consulte os termos contidos no contrato de locação e negocie as benfeitorias.

- Visibilidade: Esteja em um local onde você será visto pelo seu cliente.

É interessante também avaliar a possibilidade de trabalhar em coworking (escritórios compartilhados), que são espaços compartilhados onde trabalham um grupo de profissionais com o objetivo de reduzir custos e aumentar o networking (estabelecimento de contatos profissionais). Para advogados recém-formados torna-se interessante também, pois permite compartilhar experiências com colegas.

4. Exigências Legais e Específicas

Para exercer as atividades em escritórios de advocacia, como titular, advogado contratado ou autônomo, deve-se em primeiro lugar ter sido aprovado no exame da Ordem dos Advogados do Brasil (OAB). Para escolher a forma jurídica mais adequada para abertura do escritório, consulte um contador ou uma empresa de contabilidade.

Antes do registro da empresa faça uma pesquisa prévia, esta pesquisa é para certificar-se que não existe outra empresa com o nome igual ou parecido ao que você escolheu, evitando assim retrabalhos.

Para se constituir uma empresa serão necessários os proceder ações junto aos seguintes órgãos:

- INPI: Consulta sobre registro de marcas e patentes;
- Junta comercial: Registro do empresário individual e enquadramento como empresa. Recomenda-se a consulta prévia do nome e endereço;
- Secretaria da Receita Federal: Criação do Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ);
- Prefeitura Municipal: Alvará de funcionamento;
- Previdência Social: Cadastro da empresa e os responsáveis legais;

- Registro na secretaria estadual da fazenda;

- Enquadramento na Entidade Sindical Patronal em que a empresa se encaixa (é obrigatório o recolhimento da Contribuição Sindical Patronal por ocasião da constituição da empresa até o dia 31 de janeiro de cada ano).

- Cadastro na Caixa Econômica Federal (CEF) no sistema Conectividade Social;

- Autorização de funcionamento junto ao Corpo de Bombeiros – CBM;

- Registro na OAB: Registro do contrato social da empresa junto a OAB.

Por ser uma atividade de caráter público, os escritórios de advocacia precisam atender

à legislação específica. Em termos gerais o setor é regulado pela lei abaixo:

LEI N° 8.906 de 4 de julho de 1994, que trata sobre os dispositivos constitucionais aplicáveis, regulamenta a profissão de advogado e dá outras providências.

- Código de defesa do consumidor. Além de todos esses procedimentos, é muito importante lembrar que essa atividade exige o conhecimento do Código de Defesa do Consumidor- Lei nº. 8.078/1990. As empresas que fornecem serviços e produtos no mercado de consumo devem observar as regras de proteção ao consumidor, estabelecidas pelo Código de Defesa do Consumidor (CDC). O CDC foi instituído pela Lei n. 8.078, em 11 de setembro de 1990, com o objetivo de regular a relação de consumo em todo o território brasileiro, na busca do reequilíbrio na relação entre consumidor e fornecedor, seja reforçando a posição do primeiro, seja limitando certas práticas abusivas impostas pelo segundo.

5. Estrutura

A estrutura necessária irá variar de acordo com o público alvo escolhido, bem como com o número de funcionários e crescimento anual. Entretanto, entende-se que ela deverá ser adequada e condizente ao propósito do escritório. De forma geral, os seguintes espaços deverão ser preparados:

- Recepção: Local destinado ao primeiro atendimento pessoal ao cliente. Deverá

conter uma mesa, bem como todo o aparato necessário, tanto de recepção quanto de espera.

- Sala de Trabalho: A quantidade de mesas e divisórias irá variar de acordo com número de pessoas/departamento do escritório, entretanto deverá conter mesas e cadeiras de trabalho bem como toda infraestrutura de computadores, rede, internet e telefone.

- Banheiros: Preferencialmente masculinos e femininos separados, equipados com pia e vaso sanitário.

- Sala de reunião: sala para reunião com clientes e colaboradores, equipada com mesa de reunião, cadeiras e equipamentos de multimídia.

- Copa: Para uso dos colaboradores e clientes, deverá conter filtro de água, armários e uma geladeira. Estes itens irão variar de acordo com as diretrizes do escritório.

Vale ressaltar que o ambiente de trabalho e equipamentos deverão estar de acordo

com as normas de ergonomia.

6. Pessoal

A quantidade de profissionais contratados no escritório de advocacia irá variar com o tamanho do negócio, ou seja, número de clientes e demanda. Entretanto, a formação base do escritório deve conter os seguintes postos de trabalho:

- Auxiliar Administrativo/Recepcionista: profissional responsável por atender os clientes externos e internos bem como assumir as atividades administrativas em geral.

- Advogado/empreendedor: responsável pela administração do escritório, e demandas jurídicas.

- Advogado sócio, contratado, ou terceirizado: pode-se optar pela contratação de outros advogados, como sócio, funcionário ou terceirizado, sempre levando em consideração a demanda de trabalho e o custo.

Para serviços pontuais de limpeza e manutenção a contratação deverá ser sob demanda para não onerar o escritório com despesas fixas administrativas.

Devido à proximidade com os clientes, o empreendedor deverá considerar questões como cordialidade, equilíbrio emocional, agilidade e presteza no atendimento, ao escolher seus colaboradores. As pessoas procuram mais do que simplesmente um apoio jurídico, elas querem ser bem atendidas e valorizadas. Pequenos detalhes como simpatia, atenção e educação nos tratos pessoais, podem contribuir para que o cliente retorne e indique o escritório a outras pessoas.

É importante, também, que todos os envolvidos no negócio sejam treinados e capacitados para seus cargos, desde os cargos ligados a área jurídica até os administrativos. Os advogados e técnicos jurídicos devem ser conhecedores profundos de suas áreas de trabalho e da ética profissional. Os colaboradores e atendentes devem conhecer bem sobre os serviços prestados pelo escritório, sua história, diferencial, origem, e políticas organizacionais. Também é preciso conhecer sobre técnicas de atendimento ao cliente e gestão empresarial.

O SEBRAE oferece um conjunto de instrumentos para capacitar empreendedores e profissionais. É indicado ao empreendedor procurar o SEBRAE mais próximo para apoio no que diz respeito às estratégias que podem ser adotadas para gestão e capacitação de pessoas em seu negócio.

O investimento em capacitação, além de promover a qualificação e desenvolvimento dos integrantes da equipe de trabalho, também irá favorecer um ambiente propício ao desempenho de todas as atividades e contribuir para que o negócio alcance sua sustentabilidade econômica. Também, deixará as pessoas mais satisfeitas e realizadas

com sua atuação profissional, fortalecendo a relação entre empregado e empregador e ajudando na retenção de pessoal.

Ainda, para ajudar com a retenção de bons colaboradores, é recomendável a adoção de uma política de retenção de pessoal, oferecendo incentivos e benefícios financeiros. Assim, o empreendedor poderá diminuir níveis de rotatividade e obter vantagens como a diminuição de custos com recrutamento, seleção, demissões e treinamento de novos colaboradores.

Outra questão sobre as contratações é a legislação. As contratações devem pautar-se na Legislação Trabalhista e na Convenção Coletiva do Sindicato das Sociedades de Advogados. É recomendado consultar um profissional contabilista local para verificar procedimentos adequados para contratação de pessoas.

7. Equipamentos

Os equipamentos necessários para o funcionamento de um escritório de advocacia irão variar de acordo com o tamanho do negócio ou se a opção escolhida pelo empreendedor será locação de um escritório em espaço compartilhado (coworking). Considerando um escritório locado e de pequeno porte inicialmente, os seguintes equipamentos serão necessários:

- Mobiliários: mesa e cadeiras de reunião, mesas e cadeiras de trabalho, estante para

arquivo, estante para suprimentos, mesa para impressora/scanner e mesa e cadeiras para recepção.

- Eletro/Eletrônicos: computadores, notebooks, aparelhos de telefone e interfone, impressora, scanners (digitalizadora de documentos), geladeira, micro-ondas e cafeteira.

- Tecnologia: softwares para cadastro completo de clientes; atualização monetária dos valores das causas, controle de bens e garantias, controle de despesas processuais, controle de honorários, horas trabalhadas, agenda, emissão de relatórios e gestão financeira entre outras funções. Existem diversos aplicativos gratuitos disponíveis na internet – vale a pena pesquisar.

É bom lembrar que os colaboradores devem ser capacitados para manusearem os equipamentos adequadamente, minimizando-se a chance de acidentes no ambiente de trabalho. É indicado que o empreendedor analise a aquisição de equipamentos de segurança, como alarmes e câmeras, e a contratação de seguro para o escritório.

8. Matéria Prima/Mercadoria

A gestão de estoques no varejo é a procura do constante equilíbrio entre a oferta e a demanda. Este equilíbrio deve ser sistematicamente aferido através de, entre outros, os seguintes três importantes indicadores de desempenho: Giro dos estoques: o giro

dos estoques é um indicador do número de vezes em que o capital investido em estoques é recuperado através das vendas. Usualmente é medido em base anual e tem a característica de representar o que aconteceu no passado. Obs.: Quanto maior for a frequência de entregas dos fornecedores, logicamente em menores lotes, maior será o índice de giro dos estoques, também chamado de índice de rotação de estoques. Cobertura dos estoques: o índice de cobertura dos estoques é a indicação do período de tempo que o estoque, em determinado momento, consegue cobrir as vendas futuras, sem que haja suprimento. Nível de serviço ao cliente: o indicador de nível de serviço ao cliente para o ambiente do varejo de pronta entrega, isto é, aquele segmento de negócio em que o cliente quer receber a mercadoria, ou serviço, imediatamente após a escolha; demonstra o número de oportunidades de venda que podem ter sido perdidas, pelo fato de não existir a mercadoria em estoque ou não se poder executar o serviço com prontidão. Portanto, o estoque dos produtos deve ser mínimo, visando gerar o menor impacto na alocação de capital de giro. O estoque mínimo deve ser calculado levando-se em conta o número de dias entre o pedido de compra e a entrega dos produtos na sede da empresa.

Por se tratar de prestação de serviços, os escritórios de advocacia não utilizam grandes quantidades ou variedades de matéria prima. Os Escritórios não comercializam mercadorias e sim serviços, que se caracterizam pelo desenvolvimento de soluções para seus clientes. Portanto, o principal acervo/patrimônio do escritório é o capital intelectual dos advogados e da equipe.

No entanto, durante a prestação de serviços, alguns itens poderão ser usados, como: papel para impressão, pastas e arquivo, tinta de impressão, formulários, material de escritório, etc. O gestor deverá ficar atento para controlar os estoques destes materiais e garantir o suprimento para que a prestação de serviço seja adequada.

9. Organização do Processo Produtivo

A qualidade na prestação de serviços e no atendimento deve ser compromisso do escritório de advocacia. Assim, itens como rapidez no atendimento, confiabilidade nas soluções, flexibilidade e custo deverão ser geridos para satisfazer o cliente. Para isso, o empreendedor deverá organizar o processo produtivo no escritório para garantir suas entregas.

Dependendo dos serviços ofertados pelo escritório de advocacia, o processo produtivo vai variar sensivelmente e os procedimentos podem ser mais ou menos regulamentados e padronizados.

Os serviços prestados em um escritório de advocacia podem compreender um ou mais dos seguintes modelos de serviços: estudos, consultoria jurídica, assessoria jurídica empresarial, processos civis, entre outros.

Essencialmente, as seguintes atividades devem ocorrer:

- Atendimento telefônico/comercial: primeiro contato entre cliente e escritório a fim de solicitar informações ou serviços. Esta atividade é realizada pela pessoa encarregada dos serviços de atendimento. Em alguns casos, geralmente no início das atividades, o próprio profissional (advogado/empreendedor) estará envolvido com essa atividade,

atendendo diretamente o cliente ou retornando ligações. Em alguns casos esse primeiro contato irá gerar o agendamento de uma visita no escritório ou no local do cliente para levantamento de informações e elaboração de proposta comercial. A elaboração da proposta deverá ser feita por pessoa habilitada que conheça os serviços a serem prestados e as necessidades comerciais do negócio.

- Atendimento ao cliente: Esta atividade pode ser realizada por pessoa encarregada dos serviços de atendimento ou pelo próprio advogado. A atividade compreende o atendimento a questões pontuais do cliente, agendamento de reuniões e audiências, envio e recebimento de documentos, cadastros e outros.

- Recepção: primeiro ponto de contato do público externo com as dependências do escritório. Nesta atividade são tratados assuntos iniciais e/ou administrativos com os clientes, fornecedores e diversos agentes que serão encaminhados de acordo com a demanda.

- Produção: as atividades de produção irão variar de acordo com o serviço prestado. De forma geral, o processo produtivo pode ser organizado nos seguintes grupos:

Estudos e consultorias: para a elaboração de estudos e consultorias, os profissionais habilitados deverão desenvolver pesquisas, diagnósticos, pareceres e relatórios jurídicos baseados nas melhores práticas da profissão. O profissional deverá agregar valor e conhecimento ao material produzido, instruindo seu cliente quanto as melhores soluções para o caso em questão.

Assessoria jurídica: o escritório poderá conduzir processos de diferentes tipos, como por exemplo: tributário, civil, penal, etc., e também processos de dimensões variadas. Independentemente do tipo e tamanho do processo, a produção irá demandar um conjunto de atividades padrão, que podem ser resumidas nas atividades abaixo:

a) Atividades iniciais de estudo: essas atividades compreendem entrevista inicial com os clientes para levantamento de necessidades, contextos e objetivos, perícias, pesquisa de leis e jurisprudências, elaboração de estratégia jurídica, elaboração de peças de acusação/defesa, e reuniões para apresentação e alinhamento com os clientes. É nessa fase que são elaboradas as estratégias. Por isso, ela deverá ser conduzida por advogados titulares ou mais experientes no escritório.

b) Atividades de desenvolvimento e condução dos processos: as atividades subsequentes à fase anterior compreendem os trâmites junto a cartórios, fóruns e outras entidades a fim de cumprir a burocracia, protocolos e acompanhar respostas, demandas, prazos e datas chaves. Essas atividades podem ser desenvolvidas por profissionais de nível técnico ou advogados juniores.

c) Audiências: Atividades de audiência deverão ser gerenciadas e realizadas pelos advogados responsáveis pelos processos. As atividades incluídas nesta categoria compreendem a condução das interações em fóruns.

Os processos envolvidos na prestação dos serviços podem variar a cada caso e ser desenvolvidos por um profissional ou por uma equipe de profissionais. No entanto, do ponto de vista gerencial, é interessante que o empreendedor desenvolva e implante uma metodologia de produção para garantir a qualidade do serviço e favorecer a expansão do negócio.

O SEBRAE mais próximo pode ser consultado para busca de mais informações sobre planejamento e gestão do seu negócio.

10. Automação

Para o gerenciamento adequado de casos e clientes é fundamental que o escritório possua ferramentas para automatizar os processos. Na prática da advocacia, o volume de informação e de peças de comunicação é muito grande. Por isso, é essencial ao escritório a automação dos processos e da gestão da informação para obter a organização necessária a e redução de erros e retrabalhos.

A automação em um escritório de advocacia pode ser implantada tanto para os processos administrativos quanto para os operacionais.

Desta forma, a automação pode auxiliar os processos de apoio, como agendamento de reuniões, contato com os clientes, gestão de contas a pagar e a receber, e também os processos de produção como acompanhamento de processos e gestão de contratos, entre outros.

É ideal é que o empreendedor invista na automação do escritório visando dinamizar a gestão da informação, o atendimento ao cliente e a gestão administrativa e financeira do negócio e, também, aumentar a produtividade da sua equipe.

Existem algumas opções não só de softwares de gestão e softwares jurídicos, mas também de máquinas, como computadores, impressoras, scanners, PABX, máquinas para pagamento em cartão, que podem ajudar a dinamizar o negócio.

Caso o empreendedor não queira investir de imediato em sistemas de gestão, será necessário que os controles sejam executados provisoriamente em planilhas eletrônicas construídas segundo as necessidades do empreendedor e exigências do negócio. Pacotes como o Microsoft Office também já trazem um conjunto de ferramentas que podem ser usadas nas atividades administrativas e comerciais.

No caso dos sistemas para auxiliar no processo produtivo (condução de processos jurídicos), o empreendedor deverá investir um valor inicial para adquirir as ferramentas básicas de trabalho e planejar novos investimentos para adquirir sistemas que

possibilitem tanto o aumento da produtividade e da qualidade dos serviços, quanto a modernização e a competitividade do negócio.

Antes de se decidir pelos softwares a serem utilizados, o empreendedor deve avaliar o preço cobrado, incluindo treinamento e manutenção. Adicionalmente, deve verificar a sua conformidade em relação à legislação, a facilidade de suporte e atualizações oferecida pelo fornecedor. Existem também softwares abertos que podem atender às necessidades do escritório a um custo reduzido.

11. Canais de Distribuição

Os canais de distribuição são os meios utilizados pelos escritórios para ofertarem seus serviços.

Os escritórios de advocacia normalmente operam com venda direta, em seu próprio estabelecimento, aguardando a requisição de um cliente para fazer a venda final dos serviços, ou participando de concursos e licitações.

Em alguns casos, parceiros, como profissionais de áreas complementares, se prestam como canais de acesso ao mercado ao incluírem os serviços do escritório em seus pacotes de venda direta ao consumidor final, ou ao indicarem os serviços do escritório.

A atuação junto aos clientes e o fortalecimento deste relacionamento também possibilita a indicação de novos clientes. A indicação representa um dos principais canais para a comercialização dos serviços.

Seja qual for a estratégia de distribuição adotada, o empreendedor deve atentar para assegurar que o cliente receba o serviço de forma adequada e com qualidade.

12. Investimento

O investimento inicial do empreendedor irá variar de acordo com número de funcionários contratados bem como com o tamanho do imóvel e infraestrutura que ele contém.

No caso de um escritório de pequeno porte, deve estimar-se o valor de investimento considerando os seguintes itens:

- Custos de abertura da empresa com as taxas pagas para contador, registro, alvará;

- Custos para reforma do imóvel;
- Aquisição de equipamentos de tecnologia, softwares, maquinário e móveis;
- Capital de giro inicial para aportar os gastos antes do início das vendas, como contratação de funcionários, compra de estoque de suprimentos, materiais de papelaria e marketing, pagamento do primeiro aluguel do local de instalação.

Devido ao grande número de variáveis envolvido, sugerimos a elaboração de um Plano de Negócio, onde os recursos necessários, em função do contexto estabelecido, poderão ser determinados com maior segurança.

Dica - Consulte o SEBRAE para informações sobre Plano de Negócios.

Dentro de padrões médios, podemos estimar o investimento inicial para abertura de um escritório de advocacia, para atuação de um advogado, um auxiliar jurídico e um auxiliar administrativo, em torno de R\$ 39.500,00 alocados nos seguintes itens:

- Reforma do local e infraestrutura: R\$ 5.000,00
- Equipamentos e móveis (computadores, impressoras, softwares, etc): R\$ 15.000,00
- Despesas com abertura da empresa e procedimentos legais: R\$ 2.500,00
- Estoque inicial de suprimentos: R\$ 2.000,00
- Divulgação inicial: R\$ 3.000,00
- Assinatura de periódicos jurídicos: R\$ 2.000,00
- Despesas iniciais (um mês) com diversos (aluguel, contador, telefone, funcionários): R\$ 10.000,00

É essencial que o empreendedor faça uma reserva de capital para eventuais desembolsos e imprevistos. Também, é necessário calcular adequadamente a necessidade de capital de giro.

O capital de giro de uma empresa é uma reserva de recursos para ser usado ao longo do tempo que servirá para custear e manter suas despesas do dia a dia. Esta reserva deve ser suficiente para manter a empresa durante 3 meses de operação. Para efeito de cálculo do capital de giro pode-se considerar 30% do capital investido.

Importante: Esta é apenas uma estimativa de investimento inicial, pois os equipamentos a serem adquiridos para a montagem do escritório têm preços bastante variados. O tamanho da equipe de trabalho será outro fator de interferência.

Essas questões devem ser analisadas criteriosamente, pois influenciam diretamente no montante de investimento inicial e também nos custos. Conforme apresentado neste tópico, existe uma série de fatores que devem ser considerados para calcular o investimento na montagem do escritório. A identificação do valor real do investimento só será possível com a elaboração do plano de negócios.

13. Capital de Giro

Capital de giro é o montante de recursos financeiros que a empresa precisa manter para garantir fluidez dos ciclos de caixa. O capital de giro funciona com uma quantia imobilizada no caixa (inclusive banco) da empresa para suportar as oscilações de caixa. O capital de giro é regulado pelos prazos praticados pela empresa, são eles: prazos médios recebidos de fornecedores (PMF); prazos médios de estocagem (PME) e prazos médios concedidos a clientes (PMCC). Quanto maior o prazo concedido aos clientes e quanto maior o prazo de estocagem, maior será sua necessidade de capital de giro. Portanto, manter estoques mínimos regulados e saber o limite de prazo a conceder ao cliente pode melhorar muito a necessidade de imobilização de dinheiro em caixa. Se o prazo médio recebido dos fornecedores de matéria-prima, mão-de-obra, aluguel, impostos e outros forem maiores que os prazos médios de estocagem somada ao prazo médio concedido ao cliente para pagamento dos produtos, a necessidade de capital de giro será positiva, ou seja, é necessária a manutenção de dinheiro disponível para suportar as oscilações de caixa. Neste caso um aumento de vendas implica também em um aumento de encaixe em capital de giro. Para tanto, o lucro apurado da empresa deve ser ao menos parcialmente reservado para complementar esta necessidade do caixa. Se ocorrer o contrário, ou seja, os prazos

recebidos dos fornecedores forem menores que os prazos médios de estocagem e os prazos concedidos aos clientes para pagamento, a necessidade de capital de giro é negativa. Neste caso, deve-se atentar para quanto do dinheiro disponível em caixa é necessário para honrar compromissos de pagamentos futuros (fornecedores, impostos). Portanto, retiradas e imobilizações excessivas poderão fazer com que a empresa venha a ter problemas com seus pagamentos futuros. Um fluxo de caixa, com previsão de saldos futuros de caixa deve ser implantado na empresa para a gestão competente da necessidade de capital de giro. Só assim as variações nas vendas e nos prazos praticados no mercado poderão ser geridas com precisão.

É importante que o novo empresário calcule adequadamente sua necessidade de capital de giro, pois se não o fizer, o escritório poderá muito cedo adquirir dívidas e dificuldades financeiras.

Em uma empresa de prestação de serviços, não existe a necessidade de administrar grandes estoques. Mas, sugere-se reservar, especialmente no início das atividades do escritório, um valor em torno de 3 meses dos custos totais até que se faça um giro necessário e a empresa possa operar com segurança financeira. Outra forma de se estimar o capital de giro do início do negócio é considerar um valor entre 20% a 30% do capital inicial investido.

A necessidade de capital de giro deve ser acompanhada e atualizada permanentemente, pois sofre continuamente o impacto das diversas mudanças ocorridas no negócio e no mercado de forma geral. O empreendedor, no início, deve estar atento em seu planejamento, e cuidar para que seu capital inicial não seja exaurido na compra dos ativos (imóveis, equipamentos, máquinas, móveis, etc.). Deve-se negociar com os fornecedores procurando se necessário e possível, parcelar e estender os prazos de pagamento.

O empresário, também, deve evitar a retirada de valores além do pró-labore estipulado, pois, no início, todo o recurso que entrar na empresa nela deverá permanecer e ser investido, possibilitando a estabilização, crescimento e expansão do negócio.

No negócio de Escritório de Advocacia deve-se ficar atento ao volume de prestação de serviços para recebimentos posteriores. Não pode se descuidar do recebimento. A inadimplência precisa ser controlada.

ATENÇÃO: O cálculo do capital de giro deve ser feito de maneira mais criteriosa quando da elaboração do Plano de Negócios, para o qual o empreendedor pode buscar orientação no SEBRAE mais próximo.

14. Custos

Os custos de um escritório de advocacia são todos os gastos relativos à execução dos serviços, como por exemplo, gastos com mão de obra, energia elétrica, materiais de limpeza, aluguel, transporte, etc.

Abaixo estão listados alguns custos e seus respectivos valores para referência. Eles poderão variar de acordo com o perfil do escritório, número de funcionários, etc.

Custo Mensal:

Salários mais encargos: R\$ 14.000,00 (sócio + técnico jurídico + auxiliar administrativo)

Tributos/Impostos: R\$ 2.000,00

Assessoria Contábil - R\$ 780,00

Luz/Telefone/Internet: R\$ 1.000,00

Aluguel e Condomínio: R\$ 2.500,00

Limpeza: R\$400,00

Total: R\$ 20.680,00

Estes itens poderão sofrer alterações de acordo com a estratégia adota pelo empreendedor.

Aconselhamos que para o levantamento e planejamento de custos o empreendedor procure o SEBRAE mais próximo. Assim, poderá levantar com maior precisão os valores envolvidos.

15. Diversificação/Agregação de Valor

Para um escritório ser bem sucedido no mercado ele deverá agregar valor ao serviço, ou seja, entregar a seus clientes serviços superiores aos já oferecidos pela concorrência.

O cliente, além de avaliar a qualidade dos serviços prestados, também leva em conta elementos intangíveis na hora de escolher um prestador de serviços, como: apresentação do profissional, atendimento, referências e indicações, e estrutura física

do escritório.

Podemos citar alguns pontos que devem ser trabalhados para agregar valor ao negócio:

- Atendimento diferenciado: atendimento de qualidade desde o primeiro contato até a entrega dos serviços, sempre prezando pela pontualidade e compromisso com o cliente e com as entregas;

- Comodidade e conveniência: certos mimos e cuidados são bem vistos pelos clientes, cercados por tantos aborrecimento e desgastes, surpreendemos quando oferecemos alguns benefícios e exclusividades ao cliente, como, estacionamento privativo, manobrista, etc. Atente-se aos sinais que o seu cliente lhe apresenta e atenda sua necessidade. Construir uma rede de parceiros, como contadores e consultores de diferentes especialidades, que auxiliem nas soluções para os clientes também é um diferencial.

- Reconhecimento profissional: procure estabelecer-se como especialista reconhecido através de concursos e premiações, mestrados e doutorados, e demonstrando um sólido portfólio de serviços prestados.

- Aprimore-se constantemente: aprimore seus processos e serviços, isto refletirá no serviço entregue ao seu cliente.

16. Divulgação

A publicidade de escritório de advocacia é lícita e ética, mas deve respeitar os limites estabelecidos no código de ética da profissão. Por este motivo, vale estudar com cautela estes limites antes de iniciar o processo de divulgação do seu escritório.

Para divulgar o escritório de advocacia, são recomendadas as seguintes ações:

- Crie sua marca: A marca deve ser um nome forte que tenha impacto positivo, mesmo que formada por um sobrenome, ou mais, do sócio. Ela deverá ser associada ao foco de mercado que deve atingir. Pesquise nos renomados escritórios de advocacia como eles utilizam a marca para sua referência.

- Crie cartão de visitas/logomarca: Contrate um profissional para criação do seu cartão de visitas bem como logomarca e identidade visual, assim passará uma imagem

positiva e coerente com a posição que quer estabelecer no mercado.

- Crie um website: Ele deverá conter informações importantes ao seu cliente, como histórico da empresa, áreas de atuação, portfólio de serviços e informações de contato. Se possível, disponibilize ao seu cliente a comodidade de consultar o andamento dos processos através do seu site. Inclua uma seção de artigos e links úteis ao seu cliente.

- Crie parcerias complementares: Proponha parcerias a escritórios que tenham atuação complementar, e a outros escritórios que sejam interligados ao seu foco de mercado, como escritórios de contabilidade, consultorias em administração de empresas, etc.

- Aumente seu networking: Esteja presente em palestras, reuniões e congressos da sua área, e aproveite para estreitar laços com outros profissionais. Estas pessoas futuramente poderão tornar-se clientes ou bons vendedores dos seus serviços.

Os melhores resultados de marketing e vendas não veem, necessariamente, de campanhas publicitárias. Eles podem vir de procedimentos simples como frequentar clubes, associações, organizações, eventos para estreitar relações e obter informações sobre clientes em potencial.

Lembre-se de perguntar sempre ao cliente “como” ele encontrou o escritório, assim você poderá intensificar suas ações de divulgação neste canal.

17. Informações Fiscais e Tributárias

Não há informações disponíveis para este capítulo.

18. Eventos

Existem diversas palestras e cursos para os profissionais de direito nas diferentes áreas do direito. Seguem alguns links de eventos tradicionais no segmento:

Seminário Internacional de Direito do Trabalho – Rio de Janeiro/RJ -
<http://iabnacional.org.br/IMG/pdf/doc-19179.pdf>

FENALAW

<http://www.informagroup.com.br/fenalaw/pt>

Seminário Internacional de Ciências Criminais – São Paulo/SP -
<http://www.ibccrim.org.br/seminario21/inscricao.php>

Congresso Brasileiro de Direito do Estado – Rio de Janeiro/RJ -
<http://www.direitodoestado.com.br/DE/>

Congresso Brasileiro das Empresas Estatais – Brasília/DF -
<http://www.direitodoestado.com.br/EE/>

Congresso Brasileiro de Licitações Contratos e Compras Governamentais –
Salvador/BA

<http://www.direitodoestado.com.br/LC/>

Conferência Internacional de Direitos Humanos – Vitória/ES -
<http://www.oab.org.br/confdirhumanos/>

Congresso Brasileiro de Direito Processual – Salvador/BA –
<http://sgea.mauriciodenassau.edu.br/Hotsite/Home/32>

Congresso Internacional de Direito Constitucional - Fortaleza/CE -
<http://www.congressosebec.com.br/constitucional/>

19. Entidades em Geral

Conselho Federal da Ordem dos Advogados do Brasil - OAB

SAUA Quadra 5 Lote 1 Bloco M- Brasília/DF

Tel.: (61) 2193- 9600

Site: <http://www.oab.org.br/>

Consulte a OAB de seu estado.

Associação Brasileira de Advogados - ABA

Tel.: (61) 3328- 2898

Site: <http://www.aba.adv.br/>

Federação Nacional dos Advogados – FeNAdv

Rua da Quitanda, 96, 8º andar, centro – São Paulo/SP

Tel.: (11) 3104-0608 / (11) 3106- 7032

Associação Nacional dos Membros das Carreiras da Advocacia-Geral da União –
ANAJUR

SAUS QD, 03, Lote 02, Bloco C – Edf. Business Point, sala 705- Brasília/DF

Tel.: (61) 3322-9054

Site: <http://www.anajur.org.br/>

Existem também os sindicatos dos advogados nos estados. Procure o mais próximo a sua região.

20. Normas Técnicas

Norma técnica é um documento, estabelecido por consenso e aprovado por um organismo reconhecido que fornece para um uso comum e repetitivo regras, diretrizes ou características para atividades ou seus resultados, visando a obtenção de um grau ótimo de ordenação em um dado contexto. (ABNT NBR ISO/IEC Guia 2).

Participam da elaboração de uma norma técnica a sociedade, em geral, representada por: fabricantes, consumidores e organismos neutros (governo, instituto de pesquisa, universidade e pessoa física).

Toda norma técnica é publicada exclusivamente pela ABNT – Associação Brasileira de Normas Técnicas, por ser o foro único de normalização do País.

1. Normas específicas para Escritório de Advocacia

Não existem normas específicas para este negócio.

2. Normas aplicáveis na execução de um Escritório de Advocacia

ABNT NBR 15842:2010 - Qualidade de serviço para pequeno comércio – Requisitos gerais.

Esta Norma estabelece os requisitos de qualidade para as atividades de venda e serviços adicionais nos estabelecimentos de pequeno comércio, que permitam satisfazer as expectativas do cliente.

ABNT NBR 12693:2013 – Sistemas de proteção por extintores de incêndio.

Esta Norma estabelece os requisitos exigíveis para projeto, seleção e instalação de extintores de incêndio portáteis e sobre rodas, em edificações e áreas de risco, para combate a princípio de incêndio.

ABNT NBR IEC 60839-1-1:2010 - Sistemas de alarme - Parte 1: Requisitos gerais - Seção 1: Geral.

Esta Norma especifica os requisitos gerais para o projeto, instalação, comissionamento (controle após instalação), operação, ensaio de manutenção e registros de sistemas de alarme manual e automático empregados para a proteção de pessoas, de propriedade

e do ambiente.

ABNT NBR ISO/CIE 8995-1:2013 - Iluminação de ambientes de trabalho - Parte 1:
Interior.

Esta Norma especifica os requisitos de iluminação para locais de trabalho internos e os requisitos para que as pessoas desempenhem tarefas visuais de maneira eficiente, com conforto e segurança durante todo o período de trabalho.

ABNT NBR 9050:2004 Versão Corrigida:2005 - Acessibilidade a edificações,
mobiliário, espaços e equipamentos urbanos.

Esta Norma estabelece critérios e parâmetros técnicos a serem observados quando do projeto, construção, instalação e adaptação de edificações, mobiliário, espaços e equipamentos urbanos às condições de acessibilidade.

21. Glossário

Advocacia - Representação de empresas, instituições ou pessoas físicas em ações, processos ou contratos que envolvam clientes, sejam réus, vítimas ou simples interessados.

Advocacia Pública - Representa os interesses da União, Estados e Municípios, zelando pela legalidade de seus atos. Defender cidadãos que não podem arcar com despesas de processo.

CDC - Código de defesa do consumidor.

Coworking – espaços/escritórios compartilhados. A palavra coworking é de origem inglesa, atribuída ao trabalho no mesmo local.

Customizar - Adaptar às preferências do usuário

Design - Palavra inglesa. Disciplina que visa criação de objetos, ambientes e obras gráficas.

Direito Administrativo - Aplica normas e legislações específicas que regulam as atividades do poder público, empresas estatais, autarquias e fundações públicas na relação com empresas privadas e com cidadãos.

Direito Ambiental - Trabalha em ONGs e empresas públicas ou privadas, atuando em questões que envolvam a relação do homem com o meio ambiente, visando a preservação deste.

Direito Civil - Esta é uma área muito ampla que se subdivide em Direito das Coisas (propriedade e posse de bens). Direito de Família - (divórcios, testamentos e heranças); e Direito das Obrigações (compra, venda, locação e EMPRÉSTIMOS).

Direito Comercial - Atua na intermediação das relações jurídicas que se referem ao comércio, participando da abertura, funcionamento e encerramento das empresas.

Direito de Propriedade Intelectual - Atua na área de direitos autorais, protegendo os autores da falsificação, plágio e roubo de suas obras.

Direito do Consumidor - Atua no campo das relações jurídicas que envolvam qualquer relação de consumo, visando preservar os direitos dos consumidores em face das empresas que fornecem bens e serviços.

Direito Penal ou Criminal - Preparação e apresentação de defesa ou acusação em juízo em ações que envolvam crime ou contravenção contra pessoa física ou jurídica. O advogado é responsável pela defesa, podendo atuar como assistente na acusação.

Direito Trabalhista ou Previdenciário - Representação de pessoas físicas ou jurídicas em disputas referentes à relação entre empregado e empregador em causas ligadas ao CONTRATO DE TRABALHO, previdência social e ações sindicais.

Direito Tributário - Aplicação das normas que regulam a arrecadação de IMPOSTOS e taxas, obrigações fiscais e tributárias.

EPIs - Equipamentos de Proteção Individual

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

IBOPE - Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística

INPI - Instituto Nacional de Propriedade Intelectual

Know-How - Palavra inglesa. Saber fazer.

Layout - Palavra inglesa. Modo de distribuição dos elementos em um determinado espaço ou superfície.

Networking – desenvolvimento de contatos e rede profissional.

OAB – Ordem dos Advogados do Brasil

Rentabilidade - Qualidade ou aptidão de gerar renda. Lucro provindo do exercício de atividade econômica.

SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

Web - Palavra inglesa. Rede internacional de computadores.

22. Dicas de Negócio

Algumas dicas devem ser levadas em consideração para o sucesso da abertura e manutenção do negócio em questão:

- Pesquise a legislação, tanto local quanto a profissional, e entenda como ela regula o mercado e as atividades de escritórios de advocacia;

- Pesquise e defina bem o conceito e proposta do negócio, seu público alvo e portfolio de serviços. O posicionamento será seu grande diferencial. Evite ser genérico, ou operar em mercados saturados ou de baixa demanda. Seja objetivo e realista quanto à área escolhida;

- Como estabelecimentos prestadores de serviços profissionais, a imagem do escritório de advocacia está diretamente ligada à imagem pessoal dos profissionais envolvidos. Sendo assim, os empresários ligados ao negócio devem estar atentos para que sua imagem pessoal transmita atributos de valor e profissionalismo para inspirar a confiança do cliente. Invista no seu desenvolvimento pessoal;
- Promova o bom relacionamento com clientes efetivos e potenciais, não esquecendo que o retorno destes ao estabelecimento ocorre pela qualidade dos serviços e do atendimento;
- Faça pesquisa com os clientes para adequar os serviços às expectativas;
- Se estruture para a flutuação da demanda de serviços. Existem flutuações nas vendas durante o ano e o escritório deve administrar os recebimentos e despesas para manter a saúde financeira do negócio;
- Crie parcerias com profissionais de áreas complementares. Eles são importantes canais de indicação dos seus serviços;

- Participe de eventos em sua área de atuação, isso irá ajudar a expandir sua rede de contatos;

- Não se esqueça da gestão e da saúde financeira do seu negócio. enxergue a atividade como negócio, planeje e gerencie processos, provisione capital para manter a operação do negócio por pelo menos seis meses iniciais, e administre suas receitas e despesas;

- Dedique tempo para treinar sua equipe e faça que todos se sintam parte do negócio;

- Busque a melhor equipe técnica e de apoio, primando na seleção, retenção, desenvolvimento e avaliação dos profissionais que interagem diretamente com o público e caracterizam o serviço com sua postura;

- Invista na aquisição de equipamentos e tecnologias de qualidade, oferecendo aos clientes o que há de melhor no mercado;

- Zele pela estrutura física do escritório para que ela comunique valores de integridade, profissionalismo e confiança, criando um ambiente propício para a satisfação dos clientes.

23. Características

No ramo de serviços, o empreendedor precisa estar fortemente comprometido com o relacionamento com o cliente e com as atividades em questão. Para atuar no mercado da advocacia e obter sucesso com o escritório, é preciso ter vocação e conhecimento das matérias profissionais, bem como habilidades de empreendedoras.

Além disso, para iniciar e expandir um escritório de advocacia é preciso:

- Possuir conhecimento, experiência ou formação acadêmica na área;
- Assumir postura e compromisso com a ética profissional;
- Ter gosto pela atividade e conhecer bem o ramo de negócio, mantendo-se atualizado sobre assuntos pertinentes a seu escritório para poder orientar funcionários e clientes;

- Ter gosto por leitura, boa memória, capacidade de reflexão e de associação de IDÉIAS, boa argumentação e habilidade em negociação;
- Habilidade em assumir os riscos do negócio de forma calculada;
- Ter atitude e iniciativa para inovar e promover mudanças necessárias;
- Demonstrar habilidades comerciais, habilidade de relacionamento com pessoas, boa comunicação e atendimento ao cliente;
- Capacidade gerencial para utilizar os recursos existentes de forma racional e econômica, identificando oportunidades para a sua empresa, gerenciando equipe, atendimentos e finanças;
- Independência, autoconfiança, liderança e gestão de pessoas.

Ainda, é muito importante a realização de cursos e capacitações constantes para atualizar-se tendo em vista as evoluções de mercado.

24. Bibliografia

TAKEDA, Tatiana de Oliveira. Ambito Jurídico.com. Crônicas. A origem e missão do advogado. Disponível em: . Acesso em: 14 julho 2015.

Presidência da República. Casa Civil. Subchefia para Assuntos Jurídicos. Disponível em: . Acesso em: 14 julho 2015.

DIAS, Vinícius André. Gazeta do povo. Vida e Cidadania. O Mercado Jurídico em Análise. Disponível em: . Acesso em: 14 julho 2015.

Estadão. Opinião. O mercado jurídico brasileiro. Disponível em: . Acesso em: 14 julho 2015.

Matérias. Negócios PE. 25ª Edição. O comportamento de mercado dos escritórios de advocacia. Disponível em: . Acesso em: 14 julho 2015.

Revista Mercado. 38ª Edição. Advogado: profissão e mercado de trabalho. Disponível em: . Acesso em: 14 julho de 2015.

OAB Conselho Federal. Institucional/Quadro de Advogados. Disponível em: . Acesso em: 14 julho 2015.

Migalhas. Levantamento. Brasil é recordista em número de advogados por habitantes. Disponível em: . Acesso em: 14 julho 2015.

Brasil Profissões. Profissões. Acadêmicas. Ciências Humanas e Sociais. Advogado. Disponível em: . Acesso em 14 julho 2015.

ProJuris. O Guia definitivo para abrir um escritório de advocacia – Disponível em: . - Acesso em: 02 julho 2015.

GONÇALVEZ, Vinícius. Novo Negócio Startup. Como montar um escritório de Advocacia. Disponível em: . - Acesso em: 02 julho 2015.

OAB/PE. Cartilha de orientação para abertura de sociedades de advogados – Disponível em: . - Acesso em: 02 julho 2015.

Abertura de Empresa. Legalize e proteja seu negócio: Como registrar uma empresa - Disponível em: . - Acesso em: 02 julho 2015.

Postal do Empreendedor. Abertura, Registro e Legalização. Disponível em: . - Acesso em: 02 julho 2015.

FERREIRA, Daniel Meirelles. Lexnet. Escritório de advocacia. O passo a passo para se tornar referência no mercado. Disponível em: . - Acesso em: 06 julho 2015.

TONNERA, Anderson. JusBrasil. Como montar um escritório de advocacia. Disponível em: . - Acesso em: 02 julho 2015.

SEBRAE. Ideias de Negócio. Como montar um escritório de consultoria. Disponível em: . - Acesso em: 06 julho 2015.

SEBRAE. Ideias de Negócio. Como montar um escritório de contabilidade. Disponível em: . – Acesso em: 06 julho 2015.

Pequenas Empresas & Grandes negócios. 8 aplicativos essenciais para pequenas empresas. Disponível em: . Acesso em: 06 julho 2015.

FERNANDES, Francis Ted. Consultor Jurídico. Qualidade depende do processo de produção no escritório. Disponível em: . - Acesso em: 06 julho 2015.

MELO, João Ozorio. Consultor Jurídico. Tecnologia Jurídica. Advogados testam aplicativos para escritórios. Disponível em: . - Acesso em: 06 julho 2015.

MELO, João Ozorio. Consultor Jurídico. Gestão de Escritórios. Advogados devem aprender a vender seus serviços. Disponível em: . - Acesso em: 06 junho 2015.

OAB. Regras para publicidade e propaganda dos Advogados. Disponível em: . - Acesso em: 06 junho 2015.

FERREIRA, Tiago. 5 dicas matadoras para conquistar novos clientes para seu escritório de advocacia. Disponível em: . - Acesso em: 06 junho 2015.

ALMEIDA, Camila. Exame.com. 6 maneiras de melhorar seu networking. Disponível em: . - Acesso em: 06 junho de 2015.

SEBRAE/SC. Como calcular o investimento inicial da sua empresa. Disponível em: . - Acesso em: 07 julho 2015.

Endeavor Brasil. Capital de Giro: saiba como calcular e controlar. Disponível em: . - Acesso em: 07 julho 2015.

SEBRAE/RJ. Visão do Empreendedor. Agregar valor, Como? Disponível em:. - Acesso em: 07 julho 2015.

OLIVEIRA, Soeli. Âmbito Jurídico.com.br. Agregando valor aos serviços profissionais. Disponível em: . - Acesso em: 07 julho 2015.

GORSKI, André. Artigos. O Marketing de Relacionamento e os consumidores. Disponível em: . – Acesso em: 07 julho 2015.

Sociedade Brasileira de Coaching. 5 dicas que agregam valor a sua empresa. Disponível em: . - Acesso em: 07 julho 2015.

LIMA, Ari. Consultor Jurídico. Marketing Pessoal. Etapas básicas para um advogado se projetar no mercado. Disponível em: . - Acesso em: 08 junho 2015.

25. Fonte

Não há informações disponíveis para este campo.

26. Planejamento Financeiro

Não há informações disponíveis para este campo.

27. Soluções Sebrae

Não há informações disponíveis para este campo.

28. Sites Úteis

Não há informações disponíveis para este campo.