E-BOOK JURÍDICO

GESTÃO E ORGANIZAÇÃO DE ESCRITÓRIO DE ADVOCACIA

COMISSÃO DE ORGANIZAÇÃO:

ALEXIANE CARVALHO
BRENDA LAUREANO
CLODOALDO MOREIRA
DANIELA DE ARAÚJO

TURMA B01 (1/2021)
GESTÃO E ORGANIZAÇÃO DE ESCRITÓRIO DE ADVOCACIA

GESTÃO E ORGANIZAÇÃO DE ESCRITÓRIO DE ADVOCACIA

COMISSÃO DE ORGANIZAÇÃO:

ALEXIANE CARVALHO
BRENDA LAUREANO
CLODOALDO MOREIRA
DANIELA DE ARAÚJO

GOIÂNIA
2021

"A lição é a seguinte: nunca desista, nunca, nunca, nunca. Em nada. Grande ou pequeno, importante ou não. Nunca desista. Nunca se renda à força, nunca se renda ao poder aparentemente esmagador do inimigo."

Winston Churchill

COMISSÃO DE ORGANIZAÇÃO

Clodoaldo Moreira dos Santos Júnior

Advogado, professor da PUCGO, Conselheiro da OABGO, membro Consultor da Comissão de Estudos Direito Constitucional da OAB Nacional. Pós Doutor em Direito Constitucional na Itália.
@Phd.ClodoaldoMoreira

Alexiane Carvalho de Arruda Oliveira

Estudante do 9º Período de Direito na Pontifícia Universidade Católica de Goiás
@alexianecarvalho
alexiane_carvalho@outlook.com

Brenda Camilla Ribeiro Laureano

Técnica em agropecuária
Extensionista rural
Ex pesquisadora PIBIC e CNPq.
Estudante do 4° período de Direito da Pontifícia Universidade Católica de Goiás.
http://lattes.cnpq.br/0585209898142632

Daniela de Araújo Cavalcante

Gerente Administrativa Financeiro na Advocacia Martins
Estudante do 4º Período de Direito na Pontifícia Universidade Católica de Goiás
Esposa, Mãe e Filha.
danielaaraujocavalcante@gmail.com
https://www.linkedin.com/in/daniela-de-ara%C3%BAjo-cavalcante-59920a1a3/

AGRADECIMENTOS

Agradecemos primeiramente a Deus pela capacidade de executar esse E-book, a todos os alunos envolvidos da Turma de Gestão e Organização de Escritório de Advocacia B01, que se sentiram desafiados a participar desse projeto, em especial as alunas Alexiane Carvalho, Brenda Laureano e Daniela de Araújo, pelo exímio empenho que exerceram através da comissão organizadora, juntamente ao Dr. Prof. Clodoaldo Moreira grande incentivador e orientador do mesmo. As ligas acadêmicas de Direito da Pontifícia Universidade Católica de Goiás e ao Centro Acadêmico Clóvis Bevilácqua, pelo apoio na divulgação. E a Direção e coordenação do curso de Direito e Relações internacionais por acreditarem e apoiarem a produção da obra.

Comissão de Organização

SUMÁRIO

06 APRESENTAÇÃO

07 TEXTOS DA TURMA B01 (2021/1)

46 APOIADORES

APRESENTAÇÃO

O momento é de incertezas, paira sobre a comunidade jurídica dúvidas das mais diversas naturezas evidenciando o conflito entre qual seria a melhor área na advocacia a ser escolhida e como será o futuro da advocacia após a pandemia. A pandemia do novo coronavírus alterou a rotina de vida da humanidade e, nesse contexto, se insere o Brasil, nosso estado, nos nossos municípios, nossa querida capital, Goiânia e a nossa amada PUCGO .

Observando essa alteração social assim como a necessidade de uma melhor orientação jurídica de quais caminhos a advocacia deverá tomar e de frente aos diversos desafios enfrentados pelos alunos(as) e profissionais do direito, a Comissão Organizadora, elaborou essa obra em forma de e-book.

O projeto surgiu e se desenvolveu durante as aulas da turma Gestão e Organização de Escritório de Advocacia- Turma b01 da PUCGO, tratando-se de uma obra coletiva que reúne artigos de diversos alunos(as) da turma, abordando os problemas jurídicos audividos da pandemia, sobre os mais diversos enfoques. Com a temática Gestão em Escritório de Advocacia a turma de Direito trás por meio dessa obra uma forma de orientação e esclarecimento. Desse modo, convidamos todos a uma boa leitura e reflexão.

Comissão de Organização

TEXTOS

TURMA B01 (1/2021)
GESTÃO E ORGANIZAÇÃO DE ESCRITÓRIO DE ADVOCACIA

ADVOGADOS NO ÂMBITO VIRTUAL

Nunca se viu tanto profissional da área jurídica nas redes sociais como no último ano, isso é decorrente da situação pandêmica que estamos vivendo atualmente, em razão da COVID-19, em que diversos profissionais, de diferentes áreas, tiveram que inovar os seus métodos de trabalho, isso não foi diferente com a advocacia. Sendo assim, muitos advogados começaram a utilizar as redes sociais como ferramenta de trabalho, publicando diariamente seus conteúdos.

Muitos advogados estão aderindo a "nova moda" de "dancinhas" e trends que vem surgindo nas redes sociais e até mesmo na produção de vídeos no aplicativo "TikTok". Tal assunto divide opiniões entre os profissionais da área, pois, alguns acreditam que, tais atitudes podem denegrir a imagem da profissão.

Ainda sobre o assunto, a Comissão Orientadora de Publicidade do TED da OAB/MG publicou uma resolução recomendando a não publicação, em redes sociais, por parte dos advogados, de fotos com clientes, andamentos processuais e decisões nem publicações ou exposições de prédios públicos. Sobre a plataforma "TikTok", foi considerada com ferramenta inadequada para a publicidade profissional.

O problema, em questão, não são as plataformas, muito menos dos advogados que utilizam esses meios, o problema está na falta de Regulamentação, em não delimitar o que pode e o que não pode, pois, o provimento que rege atualmente, no que diz respeito as normas sobre publicidade, propaganda e informação da advocacia, é o Provimento n° 94/2000.

Por tais motivos, o Colégio Nacional de Presidentes de Comissões e Conselhos da Jovem Advocacia protocolou no dia 15 de janeiro de 2021, uma proposta para alteração do Provimento n° 94/2000, em suas respectivas seccionais, com o objetivo de ser encaminhado para o Conselho Federal da OAB

Para concluir, acredito que, cada advogado sabe exercer sua profissão, da melhor forma possível, e utilizar de um meio gratuito e de fácil acesso, como as redes sociais, com danças e trends não irá manchar a imagem da profissão, para isso é necessário a alteração do provimento regente, afinal, o advogado também tem direito de se expressar.

Alexiane Carvalho de Arruda Oliveira
alexiane_carvalho@outlook.com
@alexianecarvalho

A BOA GESTÃO DEVE FLORESCER AINDA NO ACADÊMICO DE DIREITO

O acadêmico de Direito, detém da semente do conhecimento, no qual se deve plantar a cada semestre do curso. Visando sempre a colheita, quando daquela cadeira universitária sair. A importância do plantar se torna, tão valiosa como o planejamento de como, onde e quando colher. Ainda mais, para aqueles que se sentiram desafiados e apaixonados pela advocacia.

O estigma do advogado, tem a força como essência. Seu nome quando pronunciado, deve conter essa referência. Isso acontecerá, se quanto ainda estudante, o indivíduo deter de um estruturado planejamento empreendedor para sua colheita. Pois o anseio de uma boa gestão, deve florescer nele o quanto antes.

Desse modo, se deve fazer um plano de negócio a lápis, para que a borracha e a coragem de inovar, seja seus principais aliados. Para que aconteça a criação do mesmo, deve ser feitos os seguintes apontamentos:1) A especialidade desejada, sendo escolhida através de sua afinidade, o momento em que se encontra e o desejo de se destacar através de sua competência; 2) Quais serviços dentro daquela área serão seus principais, visando que essa constância delimita seus clientes e impulsiona o destaque para se tornar referência; 3) Essa delimitação, faz com que se tenha a chance de traçar um perfil de seus clientes, importante variante para se entender a demanda; 4) Na escolha da localização, deve ser levar em consideração o que já mencionado, para que o escritório esteja em um lugar estratégico. Possibilitando que os clientes já existentes, tenham facilidade de se localizarem, e os novos sejam cativados a ficarem; 5) O capital a ser investido, deve ser o ponto principal da administração financeira. A pessoa deve ter consciência clara, do quanto está disposta a investir. Através dessa variável, será possível pensar nos planejamentos de curta, média e longa distância; 6) O faturamento mensal do escritório deverá estar alinhado com esses planejamentos, para que não surja nenhum déficit financeiro, o tornando-o rentável; 7) Com isso, o lucro a ser ganho estará relacionado com o quantitativo da entrada monetária, menos as despesas. Deve ser levando em consideração o planejamento de curto e médio prazo; 8) O retorno do capital investido, deve sempre sanar qualquer dívida com terceiro e consigo mesmo. Se concentrando com os planos de médio e longo prazo, para que de forma orgânica, o escritório criado seja uma das grandes realizações de vida para o advogado.

Dessa forma, o planejar vai além de estruturar um futuro escritório. Ele abre os horizontes daquele "jovem" no campo jurídico. Direcionando, mesmo que de forma discreta, as pessoas para as oportunidades férteis. Para que aqueles que anseiam a advocacia, tenham em sua consciência que o primeiro escritório, surge antes do diploma.

Brenda Camilla Ribeiro Laureano
http://lattes.cnpq.br/0585209898142632

GESTÃO DE ESCRITÓRIO DE ADVOCACIA NA ERA DIGITAL

Os escritórios de advocacia ao longo dos anos evoluíram rapidamente em toda sociedade. Diariamente surgem novidades no meio tecnológico que atraem empreendedores devido à modernização da praticidade de seu uso e suas inovações que contribuem para o desenvolvimento crescente das atividades. A tecnologia tem transformado vários setores como a saúde, telecomunicações, educação e conseqüentemente provocando mudanças significativas no mundo jurídico.

O Direito na era digital contém muitas ferramentas para facilitar as necessidades dos profissionais como à presença nas redes sociais, digitalização de processos, gestão de conteúdo, softwares de desempenho, visando obter os melhores resultados possíveis e utilizá-las só depende do profissional que deve conhecer os seus objetivos. Aplicar a tecnologia na gestão vai muito além da simples automatização de tarefas, envolve uma dinâmica diferente acerca da rotina de trabalho exigindo uma mudança de comportamento, uma nova maneira de pensar sobre o negocio e o atendimento aos clientes.

O perfil profissional da advocacia na era digital passa pela compreensão das exigências de mercado, prevalecem profissionais que possuem técnicas de gerenciamento de projetos, boa organização do fluxo de trabalho, gestão administrativa e financeiras. Destacam-se aqueles que empregam técnicas de empreendedorismo e marcam sua presença com qualidades nas mais diversas plataformas do meio digital.

A atual situação mundial impôs aos advogados uma nova rotina de trabalho virtual em que muitos desafios se colocaram ao exercício da profissão. As medidas de distanciamento social levaram a suspensão das atividades presenciais, e muitos escritórios tiveram que se adaptar com um novo método de trabalho. Com todo esse caos, as plataformas de julgamento, audiências e sessões por videoconferência e o trabalho remoto vieram para modernizar a sociedade.

Nesse contexto, este novo cenário transformado pela tecnologia é uma integração não só de informações, mas também de atividades, de modo de agir e de pensar, levando os advogados a terem mais maturidade como gestores. O que resulta em melhor desempenho financeiro e operacional no setor jurídico é a inovação. Desse modo, percebe-se que o advogado do futuro será mais estrategista, com características de ter mais controle total sobre as finanças e operações da advocacia, ferramentas que facilitam sua rotina sem a necessidade de ir até o escritório para atender o cliente, a busca por meios alternativos de resolver os conflitos de forma mais célere e onerosa, e principalmente sem medo da inovação, pois a tecnologia não será mais limitadora e sim potencializadora.

Brenna Isabella Alves Kunert Mota
brenna1105@gmail.com
@brenna_isa

GESTÃO DO CONHECIMENTO NO ÂMBITO JURÍDICO

Com a chegada do novo Coronavírus - Covid-19, descoberto em de dezembro de 2019 o mundo vem passando por vários impactos devido à pandemia, que trouxe grandes abalos na economia do País, a devastação em termos de saúde pública, muitas vidas foram ceifadas, e tais medidas de prevenção com intuito de conter grandes abalos decorrentes da pandemia, resultou em uma retração econômica, entre outros fatores catastróficos advindo da Pandemia.

Em decorrências e aos agravos que vivemos na atualidade, no campo jurídico faz-se necessário a aplicação de uma gestão de conhecimento, como caráter de aperfeiçoamento, dentre eles para desenvolver a agilidade, a precisão de abordagem e soluções, a desteridade, precisão da informação e seu manuseio e conhecimento em áreas de sua atualidade, são atributos pelos quais devem-se manter e preservar a todo instante, pois uma decisão tomada a partir de fontes não confiáveis, pode influenciar toda a estrutura das organizações e da próprio meio em comunidade, uma vez que o operador do Direito está diretamente ligado à população e tem como objetivo direto prover soluções e os mesmo tem impactos sobre o modo de vida de todos em seu meio.

A inserção da gestão do conhecimento, como objetivo direto de uma instituição jurídica, podem surtir efeitos em sua estrutura, levando assim, há ter uma cooperação e contribuição no compartilhamento de conhecimentos e experiências entre os advogados que atuam em diferentes áreas dentro da instituição jurídica, ademais tendo como objetivo central, uma melhor eficiência, maior eficácia na prestação de serviços prestados pelo operador do Direito, melhoramento na agilidade e precisão, aumentando assim a sua rentabilidade e maior satisfação de seus clientes.

Indubitavelmente que os escritórios de advocacia se enquadram no perfil em que a gestão do conhecimento se torna um alicerce indispensável para uma organização administrativa aplicada e de precisão, possibilitando o alcance de metas e objetivos estipulados dentro de uma empresa bem conceituada.

Acrescendo uma gestão do conhecimento e de informações, as outras devidas ferramentas são aperfeiçoadas e inseridas de modo que podem ser utilizadas simultaneamente em concordância, ou seja, a inserção das demais ferramentas são ajustáveis, para maior desempenho no escritório e com os profissionais que operam o direito. Tal planejamento estratégico, acumulado com o conhecimento, informações adquiridas, concomitante com a inteligência competitiva, estas agregam grande valor para as empresas.

O programa de gestão do conhecimento é um plano que trata o conhecimento como uma ferramenta essencial das atividades empresariais, com o objetivo central de gerenciar todas as informações adquiridas dentro da sua instituição para as mesmas serem utilizadas no próprio aperfeiçoamento, e dentro da organização do escritório, levando assim a resultados positivos e satisfatórios.

Bruna Kaellyne Barros Leite Nascimento
brunakaellyne@gmail.com
@kaybrunab

OS DESAFIOS DO ESCRITÓRIO PREVIDENCIÁRIOS EM TEMPOS DE COVID-19

Com a política do isolamento social, adotada pelos governantes pátrios, como forma de combate a pandemia do COVID-19, alterou drasticamente a dinâmica da sociedade brasileira, em diversas esferas e, por consequência, institutos jurídicos que a regem.

Dentre estes âmbitos jurídicos afetados, pode-se citar, pequenos escritórios colocando em risco a renda de muitos advogados autônomos, uma vez que a adoção desta política sanitária levou ao fechamento de instituições federais, como as agências do INSS, bem como ao aconselhamento, ou até mesmo proibição, de sair de casa e se aglomerar, dezenas de negócios se viram forçados a migrar para o digital. Desta forma, na advocacia previdenciária, isso não foi diferente, embora o uso da tecnologia não seja uma novidade para o advogado

A pandemia do Corona vírus (COVID-19) nos fez repensar como podemos ser produtivos no Home Office contudo, alguns advogados não estavam preparados para a nova ordem estabelecida: transformar o atendimento físico em virtual. Em meio ao distanciamento social e à suspensão dos prazos processuais e a criação do sistema de plantão no Judiciário no escritório, a Advocacia continua a todo vapor, as transformações trazidas continuam representando desafios para o mercado jurídico. Diante disso, é preciso adaptar à realidade do escritório às novas circunstâncias, sem que isso comprometa a qualidade dos serviços e a produtividade do time.

O objetivo maior e que os Advogados Previdenciários unam estratégias de Home Office e trabalho remoto – acesso aos seus arquivos no escritório - e com o INSS DIGITAL. O home office já não era uma novidade para muitos advogados previdenciários. No entanto, esse modelo de trabalho era adotado esporadicamente, sem que isso afetasse a dinâmica do escritório, assim conseguirá atender a seus clientes remotamente, em tempos de Corona vírus, no conforto e na segurança de suas casas.

Sendo assim, o advogado conta com inúmeros recursos e ferramentas capazes de facilitar o dia a dia, desta forma nos faz enxergar que “se conseguimos fazer um atendimento o humanizado de excelência nos escritórios, auxiliando o segurado a enviar as documentações de forma organizada.

Por outro lado, a boa orientação é a chave leva ao sucesso processual ,o segredo e na forma como você orienta o segurado/cliente de forma que não tem dúvidas sobre aquilo que precisa ser realizado, ou seja, tornando a advocacia humanizada, o faz entender que o segurado não é só mais um processo, tratando de forma especial é possível contornar essa crise, em tempos da pandemia, e atender os segurados de modo que os mesmos fiquem satisfeitos com a nova forma de atendimento “online”.

DAMARIS SANTOS DE OLIVEIRA
damarisoliveira2703@gmail.com
@Damarisoliveiras

O PAPEL DA CONTROLADORIA JURÍDICA NO ESCRITÓRIO DE ADVOCACIA

Controladoria jurídica é o setor do escritório de advocacia responsável pelo suporte de gestão ao setor técnico e a análise de resultados, é comparada ao coração do escritório, pois recebe as informações e documentos dando o devido direcionamento a cada um deles.

A equipe da controladoria é composta basicamente por controller, assistente, estagiário e auxiliar. O controller tem o papel de orientar, treinar, supervisionar, fiscalizar e conferir tudo o que acontece dentro do departamento, faz também a análise de resultados e indicadores de desempenho.

Umas das vantagens de uma controladoria é de se ter mais eficiência e produtividade, na área técnica pois os advogados terão mais foco, qualidade e profundidade em suas atividades, se dedicando na produção de peças, audiências e relacionamento com o cliente.

Um Software de Gestão é suma importância pois é com ele que se consegue ter uma visão sistêmica, integração de informações, indicadores de desempenho e banco de dados.

Entende-se que a controladoria é a maior viabilizadora de uma gestão jurídica eficaz, sem ela não é possível atingir a gestão plena. Quanto melhor implantada a controladoria em suas funções, melhor o resultado geral do escritório.

Daniela de Araújo Cavalcante
danielaaraujocavalcante@gmail.com
https://www.linkedin.com/in/daniela-de-ara%C3%BAjo-cavalcante-59920a1a3/

A NECESSIDADE DE CONHECIMENTO TECNOLÓGICO PARA SE MANTER NO MERCADO COMPETITIVO EM TEMPOS DE PANDEMIA.

Ao decorrer do período de pandemia, foram impostos diversos novos desafios, mudanças e adaptações em todas as classes trabalhistas. E tais implicações geram grandes impactos, afetando diretamente a economia do país, os empreendedores, as grandes e pequenas empresas os negócios e principalmente o setor jurídico. Um dos principais desafios enfrentado na advocacia foi adequação do escritório, tiveram que se reinventar, permitindo uma nova modalidade de trabalho, o qual diversos advogados passaram a trabalhar em regime Home Office, e os que ainda não é possível se adequar a este modelo, foi necessário o improvisa dentro do escritório, medidas que respeitam o distanciamento social entre os colaboradores, e que fossem possíveis seguir com as atividades dentro dos recomendado, pela Organização Mundial de Saúde.

Neste cenário tudo mudou em vista que agora é necessário ter um domínio um tanto quanto mais avançado para se adaptar à nova forma de trabalho. Antes era possível se obstinar da ideia de ter que ser utilizar da tecnologia, hoje se usa a tecnologia ou fica fora do mercado. Atualmente, está ocorrendo uma crise humana. Nesse contexto, o principal desafio do advogado é se capacitar para a nova realidade, seja em razão da necessidade de adequação as novas tecnologias, seja porque avultam demandas que versam sobre problemas humanos mais complexos em tempos de pandemia.

Tendo em vista, notório que a pandemia afeta todos os ramos trabalhistas direto, porém se destaca aquele que sabe utilizar o cenário ao seu favor, com o déficit de profissionais que não tem facilidade nas redes, se destaca aquele que melhor sabe se posicionar dentro das mídias sociais. Sendo assim adaptação e inovação sendo as palavras chaves para a solução e para quem deseja continuar em alta no mercado. O bom advogado é aquele que conhece profundamente o seu cliente, a sua atividade e os seus objetivos. As informações são a matéria prima de qualquer tipo de planejamento, sendo assim deve se pesquisar e procurar conhecer tudo sobre o assunto, do setor que pretende trabalhar.

O plano de negócio não deve ser estruturado de forma tão rígida que não possa ser modificado, um plano de negócios de escritórios de advocacia fala por si, pois quanto melhor a sua aparência e suas ideias melhores são os seus resultados. Um plano de negócio pode ser utilizado para prospectar novos sócios, parcerias e até novos negócios. Mesmo com todos os desafios que foram enfrentados, fica registrado o marco para uma nova possibilidade de trabalho no regime online para um futuro próximo, pois todas as mudanças são benéficas, e foi identificado que estas adaptações trazem resultados benéficos e positivos para os profissionais, é possível desenvolver as atividades realizadas no escritório mesmo dentro de casa e ainda assim reduzir gastos.

Daniella Pereira da Silva
daniellasilva983@gmail.com

A NOVA TENDÊNCIA DE CAPITAÇÃO DE CLIENTES NO PERÍODO DE PANDEMIA.

Na vigência mundial do COVID-19, a advocacia no Brasil e no mundo, se deparou com a situação de calamidade, a onde os trâmites jurídicos em sua maioria tem que ser feito de forma virtual.

Essa nova modalidade, e o caminho pela qual os advogados estão tendo para resolver as lides dos seus atuais ou futuros clientes. Sendo também através dessa nova tendência virtual, ser o caminho para capitar novos clientes ou para alcançar novos públicos. Essa nova modalidade de capitação de clientes e a mais adequada para ser feita pela profissão, pois virtualmente e respeitando as exigências sanitárias impostas pela ONS, evitando que se ponha em risco a classe de advogados, os clientes e os seus familiares, dessa forma e preservado principalmente o maior bem jurídico, no caso a vida de ambos, tanto dos clientes quanto dos advogados.

Essa nova tendência deve ser apreciada e considerada por toda classe de advogados, principalmente porque a maiorias dos órgãos públicos e privados prestadores de serviços também entrassem nessa nova modalidade virtual, dessa forma fica perceptível que toda classe de advogados deverão aderir o direito digital num todo.

Uma alternativa para que a classe tenha êxito na profissão em momentos pandêmicos, e a utilização do marketing online, e do direito digital para que seja atraído clientes, instigando com que procurem serviços advocatícios, mesmo sendo virtualmente.

Por fim, como solução para efetivação dessa nova alternativa de capitação de clientes, e a utilização de redes sócias, e-mails, SMS, ligações e afins, sendo necessário somente de aparelhos eletrônicos que suprem com a demanda, podendo ser adquirido esses aparelhos com descontos de eletrônicos que é oferecido por algumas empresas para advogados. Dessa forma e possível que seja resolvidos ou continuado as lides de atuais clientes, e também que seja possibilitado a capitação de futuros clientes.

Davi Oliveira Maia
davidmaiahls@hotmail.com
http://linkedin.com/in/davi-oliveira-maia-388aa21b5

A IMPORTÂNCIA DO CONTROLE FINANCEIRO EMPRESARIAL EM TEMPOS DE PANDEMIA

Controlar a gestão financeira de qualquer empresa é essencial para a sustentabilidade, mas a realidade mostra que muitas empresas correm alto risco porque não estão preparadas para enfrentar um período de crise. Diante disso, para se manterem competitivas, as empresas devem prestar mais atenção às finanças. Quando falamos em escritórios de advocacia, independentemente de seu porte, conhecimento, horário de funcionamento, eles devem tratar o setor financeiro de forma mais estratégica, afinal, o setor financeiro é parte fundamental de qualquer negócio. Nessa situação pandêmica, todos os gastos devem ser usados e administrados com observância e prudência. Em primeiro lugar, é importante saber distinguir entre custos, despesas e investimentos, e como eles afetam diretamente os lucros.

A gestão desempenha um papel importantíssimo no controle dos custos internos, e é um dos grandes pontos de dificuldades. Portanto, precisamos considerar a questão da gestão eficaz, ou seja, realizar tarefas de alta qualidade em menos tempo. Visando uma melhor assistência para os advogados, é necessário a contratação de profissionais auxiliares para ajudar os mesmos em suas atividades. Com a contratação de novos profissionais auxiliares também aumentará os gastos. Portanto, com novos profissionais no desempenho de atividades, crescerá o rendimento do escritório e o tempo no desempenho de atividades diminuirá. Para uma gestão financeira de qualidade, o escritório precisa avaliar com observância a atividade financeira objetivando cobrir todas as eventuais despesas.

Os escritórios de advocacia precisam ter convicção de que a sustentabilidade empresarial é um importante fator de decisão dentro do ambiente em que é utilizada. É fundamental que haja separação entre as contas pessoais e empresariais, ser transparente sobre os impostos e taxas, ter controle das ações realizadas dentro do escritório de advocacia, investir em softwares jurídicos e outras ferramentas auxiliares para um escritório. Outro ponto importante é o relacionamento com o cliente, manter um bom relacionamento com os clientes é a chave para ganhar confiança no escritório e garantir novos públicos. Portanto, é importante investir em profissionais altamente qualificados para o desempenho dessa função. É importante que esses profissionais saibam lidar com pessoas, trocas de informações e também saibam passar confiança, além de possuir conhecimento jurídico. Nesse novo cenário de crise advindos do isolamento social causado pela pandemia, as empresas foram desafiadas a se reinventar para manter as suas atividades.

Agora é a hora de enfrentar a concorrência e resolver as diferenças, com foco na experiência, relacionamento, níveis de entrega e outras inovações e soluções que, em conjunto, garantirão a sustentabilidade do escritório a longo prazo. Contribuindo para a sua sobrevivência após a crise pandêmica atual.

Débora Dalilla Xavier de Sá

ADVERSIDADES ENFRENTADAS PELA ADVOCACIA NO CONTEXTO PANDEMICO

Em tempos de pandemia, todas as áreas de trabalho tiveram que se reinventar e adaptar-se ao “novo normal” e no mundo da advocacia não é diferente. Com todas as recomendações da Organização Mundial de Saúde de distanciamento e isolamento social, umas das principais atividades e mais fundamentais no meio advocatício, o atendimento ao cliente, foi uma das mais afetadas nesse período. Ademais, a forma de trabalhar também teve de ser modificada e adequada a seus parâmetros, visto que, mesmo com as diversas paralizações, o hemisfério jurídico não pode parar, posto que é dependente de prazos para fluir.

O atendimento ao cliente é a fase crucial para o relacionamento de advogado-cliente, pois a forma como o constituinte é tratado que define o fechamento ou não do contrato de prestação de serviço e diferencia o advogado da concorrência. Consoante a isso, o jurisconsulto teve que mudar todos os seus paradigmas e se justapor a uma nova realidade, o atendimento online. De acordo Stephen Hawking, físico britânico, a “inteligência é a capacidade de adaptar à mudança”, e essa inteligência tem sido o diferencial do mercado, perscrutar novas guisas e plataformas de divulgar o trabalho, seguido as exigências da OAB, como Networking, imergindo-se em oferecer um suporte que atenda e sane todos as dúvidas, transmitindo confiança ao cliente, e que mesmo online e em home office, o advogado transpareça estar à disposição e inteirado sobre o andamento do caso.

Em questão processual, também houve inúmeras modificações, a exemplo disso, por perigo de aglomeração, todas as audiências foram substituídas por videoconferências, em que todas as partes do processo são devidamente intimadas recebendo links com horário e data marcada. A protocolização, comunicação e acompanhamento do processo já havia sido facilitada antes deste período, visto que, deixaram de ser presencial e hodiernamente funcionam por plataformas judiciais, mas essa evolução não deixa de facilitar expressamente a vida do advogado neste cenário pandêmico.

Em síntese, é indubitável que ainda transcenda inúmeras dificuldades no meio advocatício, mas nada que seja impossível de se reinventar para solucioná-las, são tempos difíceis, mas que apesar do pesar de toda situação, trará novas fontes e soluções para melhorar e adiantar o mundo jurídico.

Eduarda Fernandes de Oliveira
eduarda.fernandes.oliveira2001@gmail.com
@jurisduda

DESAFIOS DA ADVOCACIA EM TEMPO DE PANDEMIA E AS SUAS POSSÍVEIS SOLUÇÕES

Passamos mais de cem dias de pandemia, o mundo pode ver o impacto da COVID-19 com mais clareza. Os desafios que a advocacia vem enfrentando nesses últimos anos são imensos, e isso não acabará por aqui por com o passar dos meses os casos só aumenta e a justiça fica cada vez mais lenta. Foi determinado a suspensão das audiências presenciais até certa data, porém até quando ficará assim? É a pergunta que mais tem sido feita nos últimos tempos.

No Brasil já temos uma justiça muito lenta com essa pandemia dobrou a demora dos casos é isso acaba um pouco prejudicando os advogados que por não ter culpa acaba deixando seus clientes ansiosos com a espera, pois o caso tá na mesa do juiz porém a sempre uma sombra nos planejamentos, quando achamos que tudo voltará o governo fecha tudo novamente.

Assim então vem prejudicando não só a advocacia como também muitos comércios brasileiros isso causará muitos impactos na economia isso gera um efeito dominó no poder judiciário. Os recém formados acho que são os mais prejudicados pela falta de emprego, e pela dificuldade em estudar com essas novas plataformas que são difíceis de se adaptar, mesmo que a criação de novos métodos para facilitar nos estudos nunca é a mesma coisa, nesse meio tempo muitas pessoas desistiram do curso.

Com a pandemia muitos escritórios estão fechando as portas, e começando a trabalhar em casa pela demora das causas, aí que surge o desespero pois a crise econômica provocada pela paralisação das atividades afetou muitas finanças nos escritórios.

Penso que o advogado do futuro terá alguns problemas e dificuldades em resolver certos problemas e casos. Porém ele nunca terá medo da inovação pois estará adaptado é acostumado para novas mudanças no mundo.

A única solução que nos resta agora é esperar e se cuidar como podemos seguindo todas as recomendações necessária para que a vida continue, é claro sem abusar muito pois não podemos normalizar esse problema que vem nós desestabilizando nos últimos anos. O cuidado deve ser dobrado tanto em casa quando em todos os lugares, tudo é questão de tempo para que em breve todos fiquem protegidos, é um momento difícil para todos não só na área da advocacia pois a própria crise em si já é um desafio à falta de contato com as pessoas é horrível, vamos cuidar da nossa saúde mental.

Emille Cristina G. F. dos Santos Fontes

A ADVOCACIA NA ERA DIGITAL

A expansão da era digital chegou ao mundo da advocacia e sem regressão ao passado, a advocacia tradicional foi ultrapassada e o crescimento da cultura digital é uma realidade que tem crescido exponencialmente nos últimos anos. Com o acesso facilitado a internet hoje as pessoas estão mais próximas dos profissionais de advocacia e estes estão possibilitados de inovar e alcançar mais o público.

Mesmo na era digital ainda é preciso ter e saber gestão de escritório pois, um escritório independente do sistema em que este atua (presencial, home office ou híbrido), conta com obrigação de pagamentos, gestão de pessoas, busca de clientes, contato com os clientes que já existem e marketing.

A gestão de escritório, portanto, pode ser entendida como o planejamento e a atenção com diferentes áreas do negócio e sua organização. E para dar procedimento à gestão, primeiro começa-se pelo planejamento, traçar idéias, traçar áreas de atuação, parcerias, metas e orçamentos que são essenciais para o escritório principalmente quando for se pensar em marketing.

O marketing é o grande aliado no processo de conhecimento/ popularização de todo negócio, com a advocacia não seria diferente. Nesse ponto trago ao tema o marketing jurídico. Marketing jurídico é o nome dado à técnica que fortalece a imagem de advogados no meio digital sem ferir o Código de ética e Disciplina da OAB, tem sido um dos métodos mais utilizados para atrair clientes.

Essa prática é necessária para expandir o alcance e a comunicação do escritório, dessa forma você atrai o perfil de pessoas mais adequado ao modelo de trabalho que você pratica, permite entregar valor aos possíveis clientes e sabendo que marketing é relacionamento, também é uma das maneiras mais eficazes de fidelizar clientes, pois você consegue com uma boa estratégia transformar clientes em admiradores.

Outro ponto importante para tornar seu escritório mais conhecido é investir em networking. Criar conexões, parcerias com o seu negócio te possibilitam aumentar muito o seu campo de expansão. O Networking nada mais é que uma rede de pessoas que trocam informações e conhecimentos entre si. Sendo assim, ao montar o seu networking seja específico e determine a área e o público-alvo, e ao buscar parcerias, crie vantagens para você, seu parceiro e seu cliente assim você consegue criar oportunidades e condições que despertam interesse.

Todos esses pontos e muitos outros constroem o mundo da advocacia na era digital, o segredo para não se deixar cair no esquecimento é não ter medo de inovar, de buscar sempre melhorias.

Évilin Nogueira dos Santos
nogueiraevilin@icloud.com
@evisunlook

UMA VISÃO SOBRE A IMPORTÂNCIA DA GESTÃO DE PESSOAS PARA O SUCESSO DO ESCRITÓRIO DE ADVOCACIA

A expansão da era digital chegou ao mundo da advocacia e sem regressão ao passado, a advocacia tradicional foi ultrapassada e o crescimento da cultura digital é uma realidade que tem crescido exponencialmente nos últimos anos. Com o acesso facilitado a internet hoje as pessoas estão mais próximas dos profissionais de advocacia e estes estão possibilitados de inovar e alcançar mais o público.

Mesmo na era digital ainda é preciso ter e saber gestão de escritório pois, um escritório independente do sistema em que este atua (presencial, home office ou híbrido), conta com obrigação de pagamentos, gestão de pessoas, busca de clientes, contato com os clientes que já existem e marketing.

A gestão de escritório, portanto, pode ser entendida como o planejamento e a atenção com diferentes áreas do negócio e sua organização. E para dar procedimento à gestão, primeiro começa-se pelo planejamento, traçar idéias, traçar áreas de atuação, parcerias, metas e orçamentos que são essenciais para o escritório principalmente quando for se pensar em marketing.

O marketing é o grande aliado no processo de conhecimento/ popularização de todo negócio, com a advocacia não seria diferente. Nesse ponto trago ao tema o marketing jurídico. Marketing jurídico é o nome dado à técnica que fortalece a imagem de advogados no meio digital sem ferir o Código de ética e Disciplina da OAB, tem sido um dos métodos mais utilizados para atrair clientes.

Essa prática é necessária para expandir o alcance e a comunicação do escritório, dessa forma você atrai o perfil de pessoas mais adequado ao modelo de trabalho que você pratica, permite entregar valor aos possíveis clientes e sabendo que marketing é relacionamento, também é uma das maneiras mais eficazes de fidelizar clientes, pois você consegue com uma boa estratégia transformar clientes em admiradores.

Outro ponto importante para tornar seu escritório mais conhecido é investir em networking. Criar conexões, parcerias com o seu negócio te possibilitam aumentar muito o seu campo de expansão. O Networking nada mais é que uma rede de pessoas que trocam informações e conhecimentos entre si. Sendo assim, ao montar o seu networking seja específico e determine a área e o público-alvo, e ao buscar parcerias, crie vantagens para você, seu parceiro e seu cliente assim você consegue criar oportunidades e condições que despertam interesse.

Todos esses pontos e muitos outros constroem o mundo da advocacia na era digital, o segredo para não se deixar cair no esquecimento é não ter medo de inovar, de buscar sempre melhorias.

Gabriela Gonçalves Matias

O PODER DO MARKETING PARA OS ADVOGADOS

O marketing digital no momento em que a gente está vivenciando vem revolucionando a forma que os empresários fazem negócio ou divulgam o mesmo. Assim acontece também no meio jurídico, dos advogados, que vem se adequando as novas tecnologias e expandindo os horizontes de seu escritório no meio digital.

O marketing vem como uma promoção de uma marca na internet do qual o advogado pode aderir para informar, instruir ou educar seguindo o que a OAB permite.

Os advogados podem usar de ferramentas para promover o seu escritório tanto presencial quando remoto, fazendo diagnóstico do seu estado atual e definindo os objetivos que o mesmo quer alcançar com isso. Além disso deverá haver um investimento na área para ter os recursos necessários, fazer cronogramas e fazer monitoria de todas as ações que podem ser feitas no meio para que seja feito um marketing de qualidade para o escritório.

Os recursos no meio digitais são quase ilimitados para aqueles que sabem os objetivos e até onde quer levar o seu escritório. Para agregar existem sites e blogs que podem ser usados para serem postamos dicas, soluções, e artigos de qualidade, até mesmo atendimento no mesmo local.

Além disso, um advogado que quer ser lembrado, marcado, conhecido, deve delimitar a área em que está trabalhando, definir um público alvo, estabelecer um orçamento para o atendimento, ter uma logo marcante ou um nome forte no mercado e ser extremamente fiel ao que fala ao cliente em relação ao serviço e prazos do escritório. E para tal, ter eficiência na área, ter automação de atividades repetitivas e logicamente ter os melhores ao seu lado.

O advogado que estiver disposto a seguir passos para se informatizar e digitalizar o seu escritório estará ganhando mais visibilidade e terá facilitando o acesso de clientes ao seu serviço, assim agilizando todo o processo e dando conhecimentos dos seus serviços, além de deixar a marca da sua competência para todos.

Geovanna Borges Neves
geovannaborges58@gmail.com
@geovannaborgess

GESTÃO DE ESCRITÓRIO DE ADVOCACIA NA ERA DIGITAL

Com a evolução da tecnologia, os escritórios de advocacia estão se adaptando para atender as novas necessidades dessa era digital, a fim de obter mais agilidade, praticidade e eficiência. Afinal, tais mudanças são necessárias para os profissionais que buscam sobressair no mercado pelos próximos anos. Nesse aspecto, o escritório deve-se atentar às inovações da era digital, buscando a capacitação da sua equipe, para que possam sair da zona de conforto deixando de lado os antigos métodos advocatícios. Atualmente, as ferramentas digitais possibilitam maior facilidade em relação a documentos, informações e dados, e também pode-se obter uma redução de gastos, aumento de rendimentos e ainda permite o trabalho remoto da sua equipe. Consequentemente, alguns escritórios deixaram de ter sedes físicas, atendendo seus clientes em portais da internet, obtendo um atendimento mais facilitado e de qualidade. Dessa forma, o escritório pode ampliar a sua equipe, uma vez que mesmo distantes vários profissionais podem trabalham em conjunto, pois não precisarão estar fisicamente reunidos.

Como consequência da evolução tecnológica, o Marketing Digital se tornou essencial em diversas áreas, pois é uma variação de ações online que tem como objetivo conquistar mais negócios e fortalecer seu conteúdo de uma forma que alcance mais clientes. Na advocacia não é diferente, haja vista que o marketing digital jurídico é uma ferramenta essencial para a aplicação de um conteúdo jurídico de qualidade. Contudo, para realizar o marketing com eficiência na advocacia digital, é fundamental definir estratégias, como exemplo, quais plataformas digitais são mais adequadas para esse mercado, e quais ferramentas serão utilizadas para obter o resultado almejado. Pois, é preciso inteligência para introduzir essas novidades e contar com os diversos canais de comunicação e utilizá-los da melhor forma. Certamente, isso permitirá uma grande facilidade ao conquistar novos clientes e na divulgação das informações do escritório.

Outra estratégia pouco explorada que o escritório de advocacia pode adotar é o Networking, pois utilizada da forma correta pode ser uma ótima ferramenta para o desenvolvimento do profissional e do escritório. Haja vista que, um escritório de sucesso depende, diretamente, de uma rede de contatos bem estabelecida. Essa estratégia é capaz de ampliar o conhecimento e a visão do escritório, contribuindo assim para seu desenvolvimento. Contudo, é preciso entender que o objetivo do networking é selar parcerias, no qual depende de técnicas estratégicas, como ter um bom dialogo, para obter uma maior confiança com profissionais de outros escritórios. Desta feita, essa estratégia abrirá novas oportunidades, conhecimentos, aquisição de novos clientes por meio indicações, e consequentemente a constante progressão do escritório.

.

Giovanna de Aguiar Amancio
giovanna.quere@gmail.com
@_giovannaguiar_

A ADVOCACIA ENFRENTANDO OS PROBLEMAS DIANTE A PANDEMIA

A pandemia que surgiu devido ao Corona vírus, trouxe vários problemas que afetaram a economia, a rotina, vidas e os profissionais dos diversos ramos, não sendo diferente aos profissionais da advocacia. Os advogados tiveram que enfrentar grandes desafios, sendo alguns deles: não poder fazer atendimentos, ficar com o escritório de portas fechadas por um tempo para evitar aglomerações, não poder fazer audiências presenciais, a advocacia não ser vista como um serviço essencial. Tudo isso contribuiu para afetar o rendimento dos escritórios, o advogado como um profissional autônomo sofreu com esse tempo de portas fechadas.

Para continuar trabalhando nesse momento difícil se fez necessário que o advogado se reinventa-se e adaptasse às novas mudanças, assim, foi adotado o home office, foi a melhor forma de enfrentar esse desafio no início, pois não podia parar tudo, os advogados têm prazos, processos que estão sendo movimentados. Outros profissionais do ramo foram ainda mais longe, investiram em fazer consultorias online, já que presencialmente não podia fazer, ficaram mais ativos nas redes sociais, fazendo network, atendendo todas as dúvidas de clientes usando o telefone. A internet está sendo um instrumento essencial para a advocacia. Mas, infelizmente nem todos se reinventarem, estão passando por dificuldades, porém, tudo isso serviu para reforçar a importância, dos escritórios serem mais organizados, preparados. Aquele profissional que teve uma visão desde a abertura de seu escritório está conseguindo passar por esse momento difícil, pois ele fez um planejamento, tem um fundo de dinheiro guardado para eventuais problemas é uma dica que fica para os futuros operadores do direito.

Os advogados tomando os devidos cuidados agora estão com as portas abertas fazendo atendimentos presenciais somente quando realmente é necessário, utilizando sempre máscara e álcool em gel, participando de audiências online e com a esperança de todos nós voltarmos as nossas vidas normais.

Giovanna Guimarães Sobrim
giovannaguimaraessobrim@gmail.com
@giovanna_guimaraes

DESAFIOS DA ADVOCACIA EM TEMPOS DE PANDEMIA E SUAS POSSÍVEIS SOLUÇÕES

Devido ao isolamento social causado pela pandemia da COVID-19, os advogados tiveram que se reinventar para manter o fluxo das transações jurídicas. Assim, o modelo de advocacia digital, é uma alternativa viável em tempos de isolamento. Uma vez que, é possível acompanhar as atividades jurídicas em home office, e prospectar cliente.

Entretanto, a faculdade de Direito não ensina como gerenciar esse novo modelo. E para encarar essa nova realidade, não basta apenas conhecimento jurídico. Deve-se entender, também, de networking, Marketing digital, além de ferramentas que possibilitam o controle interno do escritório e do relacionamento com os clientes.

Por exemplo, ferramentas gratuitas, como Zoom Meetins, Skype e o Microsoft Teams, podem ser utilizadas no dia a dia de trabalho, pois possibilitam a comunicação por videoconferência, realizar reuniões, armazenamento de arquivos etc. Desse modo, contribui com a redução de custos e com as medidas de isolamento social.

Ademais, as redes sociais são ferramentais essenciais para ter notoriedade no cotidiano, já que a maioria das pessoas utilizam o Instagram, Facebook, You tube, entre outras. Ampliando assim a sua rede de contatos, e não se limitando apenas, a uma única localidade.

Outrossim, com a advocacia presente no mundo digital, as pessoas se aproximam cada vez mais dos profissionais de advocacia, possibilitando a superação das barreiras e limites do tradicional modelo de escritório.

Pode-se observar que, com o uso das tecnologias supramencionadas, estar presente é apenas uma opção, e não uma necessidade. Porque a maioria das atividades da advocacia podem ser realizadas remotamente. Em vista disso, aumentaram as parcerias entre escritórios, como também a demanda de clientes que residem em outras regiões do país ou até mesmo no exterior.

Outro fator, é o alto custo para abrir um escritório físico no início da carreira, uma vez que, escritório gera despesas, como aluguel, água, luz, medidores, entre outros. Portanto, jovens advogados estão optando pelo modelo de escritório digital, já que proporcionam baixo custo e alcançam muitas pessoas por meio das redes sociais.

Em suma, o escritório digital é uma alternativa viável, mas deve-se estar atento às mudanças no mundo online. Tendo em vista que, são rápidas as mudanças, e para acompanhá-las, é essencial ter foco e estratégia, para proporcionar o que o cliente deseja, ou seja, qualidade, flexibilidade, efetividade e principalmente comprometimento.

Jefferson da Conceição Macedo
jeffmacedo09@gmail.com
@direitocomjefferson

GESTÃO DO ESCRITÓRIO DE ADVOCACIA NA ERA DIGITAL

De alguma maneira já estamos inseridos na era digital da advocacia, por mais que a gente ainda não tenha percebido.

Consequentemente por não ter percebido que o mesmo se encontra já inserido no meio digital da advocacia ainda não esteja colhendo frutos dessa nova ramificação do direito.

Para que se encontre bons resultados neste novo meio é preciso ter bastante foco e estratégias.

Precisamos perceber o que realmente o mercado de trabalho espera do profissional ou o que os nossos clientes esperam de nós na pratica, é que a prestação de serviços jurídicos tem que acompanhar a transformação digital no mercado aonde vivemos, claro também que vale ressaltar que além desse acompanhamento temos que respeitar as normas impostas a nossa profissão.

Podemos aqui elencar uma serie de fatores importante para esse novo avanço tecnológico, porém as principais delas é fazer uma boa gestão de tempo e de tarefas, onde ira organizar e estruturar melhor o tempo.

Vale deixar mencionado que hoje em dias temos diversos programas que ajuda o escritório na gestão digital, estes programas ajudam a agendar cliente, acompanhar processos e prazos de forma totalmente on-line assim otimizando o tempo gasto.

Juliana de Fátima Borges
julianadefatimaborges@outlook.com
@julianaborges

MODERNIZAÇÃO DOS ESCRITÓRIOS DE ADVOCACIA

O advogado moderno sabe que, diariamente, surgem ferramentas que auxiliam na rotina do advogado. Saber usar essas tecnologias, faz qualquer advogado se destacar da concorrência.

Uma das mudanças notórias no cotidiano dos escritórios de advocacia é a utilização de novas ferramentas para dar agilidade aos trabalhos repetitivos que antes demandavam muito tempo dos profissionais, a utilização dessas ferramentas faz com que os profissionais consigam dedicar seu tempo às tarefas imprescindíveis. Esses softwares que por meio de seus robôs, automatizam tarefas repetitivas, garantem a extração de informações gerenciais, pesquisas de jurisprudência, gestão dos processos em andamento, elaboração de peças, capturam o andamento dos processos nos sites dos tribunais e ainda faz muito mais.

Desde 2018 o STF utiliza um software jurídico chamada de Vitor, esse software tem a função de identificar e categorizar os temas que sobem para o STF.

Software para escritório de advocacia está sendo uma das ferramentas que mais crescem nos escritórios jurídicos. Esse software foi criado para facilitar e profissionalizar a gestão do negócio jurídico.

Uma das muitas ferramentas disponibilizada por esses software jurídico são os indicadores, essa ferramenta participa de funções importantes dentro de um escritório, como: Medir a motivação e Alinhar as atividades da equipe; Analisar o desempenho específico de cada etapa, possibilitando retificar os erros; Garantir a produtividade analisando as possíveis causa que iria atrapalhar a produtividade dos profissionais; Organizar o fluxo de trabalho.

O direito tem acompanhado a sociedade e as suas mudanças tecnológicas, assim como a advocacia acompanha o direito. Quando a sociedade evolui, o direito também evolui. Se o direito muda, a advocacia se modifica.

Sendo assim, o advogado que não respeitar esta regra, naturalmente, perderá espaço no mercado.

Kahyc Alexandre de Oliveira Santos Souza
kahycalexandre01@gmail.com
@kahyc_alexandre

GESTÃO E ORGANIZAÇÃO DE ESCRITÓRIO NA ADVOCACIA

Gestão de escritório de advocacia é o conjunto de técnicas e funções administrativas fundamentais de equipes jurídicas.

O profissional que exerce a advocacia é preciso ter organização, responsabilidade e agilidade. Para crescer no mercado de trabalho é necessário ter uma boa comunicação com as pessoas, buscar altos conhecimentos que é de extrema importância. Uma boa organização financeira por exemplo, é a base para ter uma excelente gestão na advocacia para que possa ser reconhecida e bem sucedida.

Diante disso, no momento em que estamos vivendo com a pandemia do coronavírus desde o ano de 2020, os advogados passaram a se adaptar a trabalharem em home office. Com essa nova dinâmica todas as audiências estão sendo marcadas virtualmente, e certamente trouxeram malefícios e benefícios, como por exemplo: trabalhar em remoto para os advogados já está sendo um desafio imenso, e acabou trazendo certas dificuldades principalmente no começo da pandemia para trabalharem dentro de suas residências, porém mesmo com todos esses desafios e todos trabalhando em equipe, se tornou um hábito que com o passar do tempo todas as reuniões com cada clientes tornaram-se rotinas diárias toda semana, e principalmente para a gestão financeira que com o tempo não se tornou um prejuízo e sim a cada dia um desenvolvimento econômico para a carreira da advocacia.

Karoline Santos Souza

UMA NOVA TRAJÉTORIA NA ADVOCACIA

A pandemia da covid-19 está forçando mudança na convivência e na maneira de como o mundo trabalha, tendo todos que se adaptarem a nova realidade imposta pelo vírus. Tendo o mesmo imposto vários problemas a serem enfrentados pelos brasileiros. E com o mundo da advocacia não poderia ser diferente. Com o distanciamento social, a quarentena e os protocolo sanitários tudo se tornou mais complexo. Tendo os escritórios de advocacia e todo o mundo jurídico que se adaptar de maneira adequada ao trabalho de home office, sendo esse já uma realidade para muitos.

Com a paralisação das atividades, a crise econômica vem para prejudicar as finanças de departamentos jurídicos e escritórios. Sendo necessário redobrar os esforços em planejamento, para que esses empecilhos não os prejudiquem tanto. A era digital a tecnologia, vem sendo uma aliada para os tempos de pandemia. Sendo que em momentos de crise, é oportunidade de se reinventar e entender novas tecnologias, e novas formas de se fazer as coisas. Durante o processo de aplicação, é natural que ocorram mais erros do que sucesso. São muitas as dificuldades, muitos não migraram para a estrutura técnica de assistência remota pois não tinham estrutura necessária.

Em face da pandemia o atendimento ao cliente teve também que ser modificado, para garantir a integridade física de ambos. Com isso mudando também a forma de comunicação com seus clientes para tentar conhecer profundamente os seus objetivos, e saber gerenciar as suas expectativas, podendo ser feito por atendimento via videoconferência. Sendo necessário sempre uma comunicação eficiente e com excelência entre ambos, pois a era digital veio para tirar muitos do conforto do seu dia a dia para introduzir novidades, modificar e restaurar a forma de trabalhar.

Várias ferramentas digitais podem ajudar a enfrentar a era digital, como o marketing utilizado para atender às necessidades e comportamentos do cliente, sendo suas estratégias pensadas no público-alvo em suas necessidades e interesses através de meios digitais. Tendo o investidor custos mais baixos, maior possibilidade de alcance a clientes. Maior interação com o público-alvo. Tornando os escritórios mais próximo aos seus clientes.

O aperfeiçoamento dos advogados e um bom contatos entre eles pode estimular a troca de experiências e informações, chamado networking. Ou seja, criando uma parceria e uma relação saudável, para obter benefícios e compartilhamento de interesses, mas sempre gerando benefícios para ambas as partes.

Larissa de Oliveira Souza
lariss226@gmail.com
@larissahsouzah

ESTRATÉGIAS PRINCIPAIS PARA UMA BOA GESTÃO E ORGANIZAÇÃO DE UM ESCRITÓRIO DE ADVOCACIA

De acordo com alguns autores ainda não foi possível identificar a origem dos primórdios da advocacia no Brasil, embora alguns estudos apontam que a década de 1950 e a cidade do Rio de Janeiro foi o marco da sua existência. A sociedade de advogado surgiu como uma especialização da atividade jurídica de forma que houve interesses dos advogados em integrar o conhecimento dos sócios onde pudesse centralizar a prestação de serviço em um único escritório.

Em suma, os profissionais que se unirem estão buscando ampliar os horizontes a cerca de seus próprios conhecimentos na medida em que diversificam as áreas de atuação. Ao longo dos anos foi percebido que deveria ocorrer uma gestão dentro de um escritório de advocacia de forma que tenha um olhar atento á estratégia, os sócios, ao empreendedorismo jurídico, a inovação, a gestão de pessoas, a gestão de estratégia planejada, uma boa tecnologia da informação, as finanças e principalmente com essa era digital um olhar atento ao marketing jurídico.

Nos dias atuais a forma como esse advogado se presta o serviço, o profissionalismo do seu dia a dia daquilo que ele se propõe a fazer, a maneira como ele trata os seus clientes e os atrai e até mesmo a forma de gerir os seus processos buscando identificar diferenciais é a nova forma de se ver o serviço jurídico e não mais apenas usando o bom nome.

Tudo isso faz nascer um novo conceito de empresa prestadora de serviços jurídicos. Isso faz com que os profissionais da advocacia que antes não se preocupavam com a concorrência, começassem a ter um olhar atento a tais mudanças e em como os outros escritórios fazem sua própria estratégia dentro do mercado jurídico.

Com o crescimento da advocacia no país, as novas formas de gestão e de se organizar dentro do escritório de advocacia a ausência desses fatores faz com que atualmente o exercício do advogado possua dificuldades, impossibilitando que haja uma clareza e uma organização em relação ao serviço prestado ao cliente.

Layla Cristina Oliveira Lemes
laylalemes123@gmail.com

A PERSONA DO ADVOGADO NO AMBIENTE VIRTUAL

Como se promover no mercado de trabalho? É a pergunta que milhares de advogados recém-formados ou veteranos provavelmente se perguntam todos os dias. É bem sabido que os ordenamentos éticos do advogado trazem um posicionamento que "limita" (para bem ou mal) a atuação da advocatícia no quesito marketing, contudo com este obstáculo abrem-se novas oportunidades para outras visões, principalmente no âmbito virtual. Desta forma o (a) advogado(a) ou o escritório deve buscar tornar-se um símbolo ou marca de tal forma que não seja necessário um comercial televisivo para tanto.

Assim, ao lançar-se no mercado, com a ajuda da internet, estes sujeitos devem ter em mente: a apresentação do escritório virtual e físico; a logomarca e o padrão cromático para facilitar a associação da cor com o serviço; a atividade nas redes sociais com apresentação de conteúdos informativos, uteis e contínuos, diferenciado de tal forma que atraia o publico alvo e tenha a atenção dos demais (chamativo); a facilidade de contato e atendimento; a participação em eventos públicos, privados, sociais, acadêmicos, jurídicos no qual haverá repercussão; a produção de conteúdo jurídico e a divulgação em mídia de fácil divulgação e considerável circulação; a atenção quanto a novos conteúdos jurídicos que venham a aparecer, com o fim de ser pioneiro no assunto e especialista neste; entre outras situações.

Diante do exposto, nota-se que descobrir a própria persona advocatícia virtual é um trabalho que exige planejamento e estudo, podendo/devendo ter a ajuda de profissionais. Todavia é uma descoberta personalíssima de acordo com o estilo, objetivo e habilidade de cada um, entretanto, é certo que tal planejamento pode ser como o diferencial entre vender um carro popular ou vender uma Ferrari.

Marcos Henrique Franco Barbosa
baikefranco@hotmail.com
@trespontosdeetcetra

DESAFIOS DA ADVOCACIA EM TEMPO DE PANDEMIA E AS SUAS POSSÍVEIS SOLUÇÕES

Atualmente, a pandemia causada pela Covid-19 impactou o Poder Judiciário. Consequentemente, ocorrendo o fechamento dos tribunais e suspensão dos processos em andamento, causando um caos nos escritórios de advocacia. Ao longo dos meses os tribunais se adaptaram com novas rotinas e logísticas para continuar desempenhando suas funções, pois, o acesso à justiça é um direito básico que não pode ser privado.

A pandemia impôs medidas de confinamento, mudando as tradicionais metodologias de trabalho em diversas áreas profissionais, desde então, gerenciar um escritório de advocacia tornou-se desafiador, incentivando os advogados a se reinventar e adaptar à realidade imposta.

Portanto, o que talvez afeta a advocacia foi o rompimento do contato pessoal direto e cotidiano com os colegas, momentos em que se compartilhava conhecimento, sem esses requisitos o ambiente de trabalho ficou solitário. Por outro lado, a pandemia estimulou o desenvolvimento de novos negócios.

Diante disso ocorreu a adaptação às reuniões e audiências online. Que estão sendo essenciais para dar continuidade do ofício, bem como o aparelhamento da própria residência o home office. O avanço das novas tecnologias, que já era notórias, transformou em regra para a carreira, isso trará uma nova cultura na forma de advogar.

Aos recentes formados em Direito, foi um momento de modificar na carreira da advocacia, pois sua casa tornou-se seu ambiente de trabalho. Dessa maneira, houve a facilidade de abrir seu próprio escritório de advocacia. Considerando a possibilidade de redução de custos, e melhorando a produtividade profissional.

Pode se afirmar que o home office será um dos principais meios de trabalho, dessa maneira reduzindo despesas, mantendo o profissional muito mais motivado e, por consequência, obtêm um aumento significativo na produtividade. É necessário começar um desenvolvimento de gestão que seja considerado não apenas na realidade do período da pandemia, mas, principalmente, o cenário pós-pandemia.

Marianna Almeida da Cunha
marianna0699@gmail.com
@mariannaalmeeida

GESTÃO E ORGANIZAÇÃO DE ESCRITÓRIO NA ADVOCACIA AINDA É TEMPO DE MUDANÇAS

A gestão e organização de um escritório de advocacia engloba diversos requisitos, como em qualquer outra área profissional. Uma boa gestão é composta de obrigações de pagamento de sua equipe, gestão pessoal, captar novos clientes e um bom relacionamento com clientes antigos, ter controle do fluxo de caixa e também adequar-se as rotinas empresariais.

Com o avanço da advocacia no Brasil, tornou-se explícito o entendimento de forma ampla do mercado jurídico atual. Com o passar dos anos, os advogados precisaram se adaptar às crescentes demandas da sociedade em consequência de transformações culturais, sociais, políticas e econômicas que o Brasil enfrentou em décadas passadas. Com grandes mudanças, houve crescimento da concorrência na área, tornando imprescindível a atualização de novas temáticas no ensino jurídico.

Esse crescimento da área jurídica trouxe como consequência uma busca incansável para o mercado advocatício se renovar. Os advogados se preocuparam na forma de profissionalizar uma boa gestão do seu escritório de advocacia.

A gestão horizontal se torna um modelo cada vez mais usado pela sua eficiência e efetividade. É um modelo de estrutura linear, proporcionando maior grau de decisão para os empregados, independentemente da função de cada um, todos possuem a mesma importância, funcionando de modo mais estratégico.

É muito importante que o advogado defina seu campo de atuação, possibilitando o escritório atrair uma clientela que dependa daquele serviço específico, delimitar a área de atuação faz com que o advogado atue de forma mais segura, passando segurança ao cliente e fazendo com que este retorne futuramente.

Automatizar as tarefas repetitivas é um grande auxílio para o escritório, ganhando mais tempo e diminuindo a porcentagem de erro que ocorre com o trabalho manual. Os softwares jurídicos ajudam na busca de prazos, movimentações e jurisprudências, possibilitando produtividade, tempo e organização.

Um bom relacionamento com o cliente é a chave para conquistar sua clientela e ele mesmo te atribuirá novos clientes fazendo uma divulgação gratuita por conta da sua satisfação com o serviço prestado. Investir em um setor de atendimento, sanando as dúvidas do cliente e sempre o manter informado do andamento de seu processo com certeza lhe trará bons resultados.

Matheus Henrique R. Siqueira

A REINVENÇÃO DA ADVOCACIA E OS NOVOS TEMPOS

Ao se falar em advocacia nos dias atuais, é importante ressaltar as mudanças e impactos que foram trazidos com pandemia causada pelo Corona vírus. Tendo em vista que a advocacia não deve ser mercantilizada, a dificuldade e incerteza no mercado tem aumentado significativamente. O contato entre advogado e cliente se dificultou com o início da pandemia, uma vez que o momento de crise em que vivemos impede a relação presencial entre pessoas, pois o Corona vírus possui um alto poder de contaminação, e ainda não há um tratamento preventivo, a produção e aplicação das vacinas tem demorado bastante, portanto as medidas de isolamento social são extremamente necessárias e isto impacta diretamente as empresas.

As transformações vêm sendo profundas, entre elas o uso da eletrônica. Com a pandemia esse processo se acelerou e está exigindo adaptação dos advogados a um novo meio, os profissionais estão tendo de aprender a lidar com novas ferramentas tecnológicas para exercer suas atividades e foram obrigados a migrar para os atendimentos virtuais, algumas pessoas, tanto clientes como profissionais, até mesmo preferem essa forma de atendimento, mas há uma parcela significativa de pessoas que não se sentem confortáveis e preparados para lidar com essas mudanças, portanto tais problemas vem afetando significativamente o mercado.

Cabe destacar que um dos grandes problemas está relacionado a falta de networking, e o não conhecimento da demanda social. A falta de experiência de alguns advogados, principalmente daqueles que estão começando também é um grande problema, pois além da dificuldade de prospectar clientes, se estabelecer no meio virtual é bem difícil uma vez que os advogados são impedidos de realizar propagandas e divulgação do seu trabalho diferentemente de outras profissões.

Por fim, no que diz respeito a solução para este problema, podemos ver que alguns benefícios também surgem, uma alternativa a ser levada em consideração é o trabalho virtual em casa, os profissionais podem trabalhar em suas próprias residências podendo economizar no aluguel de escritório e demais despesas que um atendimento presencial venha trazer, o advogado pode utilizar de salas alugadas montadas exclusivamente para atendimentos especiais quando necessário. É importante a adaptação nesse novo meio e fazer com que o problema se torne uma solução. É interessante buscar meios diferentes de resolver os conflitos de forma mais célere e onerosa, além de ser necessário ter controle total sobre as finanças e a operação de seu escritório por meio de sistemas de gestão eletrônica. As plataformas de julgamento virtual, audiências e sessões por videoconferência e o trabalho remoto vieram para ficar, portanto, cabe ao profissional não ver isso como uma limitação mas sim como uma inovação e usar o cenário atual a seu favor. O profissional não deve se limitar e nem ter medo de inovar.

Nayra Santos Barbosa Moura
nayrasbm@outlook.com
@moura_nayra

A ADVOCACIA NA ERA DIGITAL

O home office e a utilização do meio digital para a realização de trabalhos cotidianos, como consultas e capitalização de novos clientes, já é uma realidade no mundo jurídico. O meio tecnológico veio para abrir espaço para que o advogado seja ainda melhor naquilo que realmente importa, na defesa de direitos. É uma aliada na otimização de tempo e nos resultados.

Na advocacia e no judiciário pré-pandemia reuniões, audiências e sessões presenciais eram indispensáveis. É perceptível que um dos principais impactos na advocacia foi a migração para o meio tecnológico, o trabalho presencial para o chamado home office; escritórios que não se adaptaram ao novo formato de trabalho foram ficando para trás.

Os escritórios precisaram adaptar o marketing jurídico às normas impostas pela Ordem dos Advogados do Brasil. O marketing digital, que surgiu na década de 1990 sendo um conjunto de informações e ações que podem ser feitas em diversos meios digitais, se tornou essencial para os escritórios principalmente na capitalização de clientes e venda de infoprodutos.

Outro benefício que a era digital proporcionou à advocacia foi o processamento de dados em larga escala e em um curto intervalo de tempo, como dito anteriormente, o digital ajuda na otimização de tempo. Ter dados e não usá-los de forma estratégica na gestão do escritório é perca de tempo e de oportunidade.

Recentemente, uma caloura do curso de Administração da Fundação Getúlio Vargas, chamou atenção de muitos na internet com sua rede de contatos, ou melhor, seu networking. Palavra derivada do inglês, net que significa rede, e work que significa trabalho, compreende a uma rede de relacionamentos ou rede de contatos que visa a troca de informações e conhecimentos. A internet inteira conheceu a Gabi da AE4 da FGV que competia em uma gincana, e por que não usar na advocacia? O advogado com uma vasta rede de contatos poderá expandir seu negócio e o alcance do escritório através do networking. Caso um advogado não atue em determinada área do direito, este poderá indicar outro, podendo ser você, para o cliente. Assim o networking pode ajudar até na capitalização de novos clientes, pois é uma relação de troca.

Além disso é necessário acompanhar o surgimento de novas tecnologias para que o advogado não fique no limbo da advocacia tradicional. O mercado busca profissionais dinâmicos, que possam apresentar mais do que uma tese jurídica. O advogado do futuro precisa se capacitar para o uso eficaz dos meios tecnológicos e do networking e marketing jurídico, já que este último atualmente é a forma mais eficaz de atrair novos clientes.

Pâmela Cristina Oliveira Silva
pamelaoliveirajur@gmail.com
https://msha.ke/pamelacriso/

NETWORKING NA ADVOCACIA JOVEM

Primeiramente, network é um termo em inglês com significado de "rede de contatos" e o networking é a atividade de cultivar essa rede de pessoas que trocam informações e conhecimentos. Na advocacia é necessário trabalhar a evolução dessa rede de contatos para que haja o aumento de oportunidades e a criação de parcerias que possuem pensamentos similares.

Por isso, o trabalho do networking na advocacia jovem se tornou imprescindível, principalmente, para a prospecção de clientes, isso se dá pela relevância dos relacionamentos que cada um consegue manter, além do benefício da troca de experiências pelo conhecimento já adquirido da prática de cada um.

Mas como começar e cultivar esse networking? A maior estratégia para dar início a prática do networking é sempre se manter atualizados, além de deixar os outros cientes da sua capacidade mediante seu poder de argumentação, e pode ser cultivado com a constante participação de eventos jurídicos, sendo proativo no quesito de iniciar conversas com possíveis parceiros e estabelecer uma relação de troca de informações e conhecimentos.
A criação de conteúdo, também, é um dos métodos eficazes para a promoção do networking, podendo utilizar-se de redes sociais, como Instagram e Facebook, em que é disponibilizado uma enorme rede de pessoas que vão consumir o seu conteúdo além de poder compartilhar com outras pessoas que podem ser possíveis clientes.

Sobre outros sites, temos o LinkedIn que é um recurso muito eficiente na entrega de publicações de ideias para pessoas na sua área de trabalho que poderá entender qual o seu nível de dominância de um determinado assunto e possivelmente ganhar parcerias através desses compartilhamentos que geram um conceito de que você é uma pessoa responsável e capacitado para realizar qualquer encargo no seu campo de trabalho.

Pamela Boaventura
pamelaboaventurapb@gmail.com
@boaventurapam

GESTÃO DE ESCRITÓRIO DE ADVOCACIA NA ERA DIGITAL

Ao se falar em gestão de escritório de advocacia na era digital, deve-se atentar a aspectos importantes sobre a temática. Neste sentido, vale discorrer sobre o procedimento quanto à digitalização das tarefas dos advogados; marketing digital, suas funcionalidades; e o networking e as parcerias digitais.

Inicialmente, conceitua-se advocacia digital como o serviço prestado pelos advogados por meio da tecnologia de rede. Não obstante, devido a globalização e modernização das relações sociais, a adaptação dos atendimentos à clientes através da Internet, torna imprescindível a adaptação de tais profissionais à nova normalidade. Deste modo, faz-se necessário ressaltar a celeridade, viabilidade e praticidade dada ao mundo jurídico com sua digitalização, de modo que os acessos a processos, consultas e protocolações não significam mais o deslocamento do advogado ao Fórum, bem como afastou a guarda de toneladas de processos físicos, tornando-os mais econômicos.

No que se refere ao marketing digital, cabe destacar que até antes dos atendimentos via videoconferência feitas à clientes, advogados têm utilizado as redes sociais e outros meios de interação digital para promover seus trabalhos respeitando o código de ética. Dessa maneira, vale destacar que a publicidade feita consiste principalmente em uma demonstração de conhecimento, a qual o profissional expõe situações voltadas ao público que deseja atrair e explica de maneira fundamentada os direitos e os fatos a ele atrelados, afim de demonstrar seu conhecimento e captar clientes. Assim, salienta-se a necessidade do advogado conhecer de meios tecnológicos e de técnicas para produção de um conteúdo que atraia seu público.

Por fim, sobre o networking e as parcerias digitais, frisa-se que a oferta de praticidade aos clientes deve ser o foco da gestão dos negócios, por exemplo, um empresário busca além do serviço advocatício um escritório de contabilidade e um de administração, portanto a parceria entre tais profissionais aumenta a chance da captação de clientes entre eles. Em suma, fica evidente que os escritórios virtuais tendem a atrair mais clientes devido a funcionalidade dos atendimentos e consultas atribuídas pelo networking e parcerias digitais, as quais abrangem uma gama de serviços profissionais. Portanto, conclui-se que a modernização dos escritórios de advocacia, aderindo a marketing digital e prestação de serviços via Internet, ganha ênfase no âmbito da gestão dos escritórios.

Rafael Fleury Mainardi
rafaelmainardi20@gmail.com

MÍDIAS SOCIAIS NA ADVOCACIA

O marketing jurídico pode ser definido como um conjunto de conceitos, comportamentos e estratégias, cujo objetivo é estabelecer o diferencial competitivo que o mercado valoriza e focar em tudo o que acontece "fora do escritório" como um perfil de necessidades e expectativas da "porta para dentro ", é como perceber as diferenças de mercado e as expectativas dos clientes dentro do escritório.

Se as mídias sociais forem utilizadas de forma adequada, podem agregar valor à imagem e reputação do advogado, expandir a sua rede de relacionamentos e ter um efeito residual na captação de clientes, Principalmente na segmentação pessoal. Entretanto, essas ferramentas e estratégias de ação só podem ser eficazes se usadas corretamente, com isso, podem colaborar efetivamente na construção de relacionamentos, marketing pessoal e oportunidades para atrair clientes.

No entanto, tal comportamento nas redes sociais deve ser sempre acompanhado de atitude profissional, capacidade jurídica, inteligência emocional, frequência, dedicação e estratégia de atuação condizente com o âmbito e campo de atuação do advogado. Se o advogado pretender utilizar essa ferramente estrategicamente, além de ser moderado em seus comentários e com argumentos claros, os advogados também devem seguir padrões eficazes, sabendo que cada palavra postada estará modelando a sua imagem e separando os contatos profissionais de seus relacionamentos pessoais.

Existe alguns critérios para a efetividade estratégica nas redes sociais, quais seja: criar um canal de Rede Social profissional sem adição de familiares e amigos íntimos; definição do público alvo e o foco; relevância; frequência e; bom senso, seguindo esses critérios a chance aumenta para a real efetividade do marketing nas redes sociais no ramo da advocacia.

Rafaella Rodrigues Borba

ESCRITÓRIO DE ADVOCACIA SEM SOBRECARGAS DE TRABALHO

Atualmente, administrar um escritório de advocacia não é uma tarefa muito fácil, é um desafio que se propõe a se reinventar para atrair novos negócios e se adaptar à realidade. Existem muitas causas que podem comprometer a produtividade nos escritórios de advocacia, como um ambiente interno desorganizado, advogados que não sabem gerenciar tempo e por sua vez tem uma rotina cansativa, gerando sobrecargas para uma equipe de grande desempenho. Ser advogado, definitivamente não é fácil. É preciso lidar com atendimentos, audiências, reuniões, elaboração de petições com prazos curtos exigindo tempo e eficiência.

Para evitar acúmulos de trabalhos em um escritório de advocacia, é preciso ter organização e planejamento. Primeiramente é preciso identificar todas as atividades que o escritório possui e definir as prioridades, dessa forma, o gestor deve determinar estratégias que oportunizem aos profissionais produzirem mais em menos tempo. A organização auxilia diretamente no aumento da produtividade. Já para o planejamento, é fundamental investir na otimização das rotinas do escritório, como tecnologias para a gestão advocatícia, que influencia positivamente em uma boa gestão e permite ao gestor uma atuação mais estratégica com foco nos resultados planejados a curto, médio e longo prazo.

Pode-se concluir que para evitar sobrecargas de trabalho é preciso unir organização, planejamento e investimento em tecnologia para a gestão advocatícia. Sempre ter em mente que organizar e anotar o que precisa fazer é uma boa maneira de realizar suas atividades em meio à sobrecarga de trabalho na advocacia.

Regina Matos de Souza Ferreira
rmatoss14@gmail.com

O COMPLIANCE DENTRO DO ESCRITÓRIO DE ADVOCACIA

O Compliance é um conceito antigo, o qual teve sua aparição pela primeira vez em 1906, nos Estados Unidos. Tal programa adota medidas de fiscalização e desenvolvimento para regular as atividades relacionadas à integridade da empresa. Dessa forma, este se faz como uma importante ferramenta que trabalha a moralização da atuação empresarial em seu âmbito geral.

À vista disso, com o compliance fiscalizando as relações administrativas, comerciais e financeiras de uma empresa, os escritórios de advocacia e/ou departamentos jurídicos que atuam nessa área precisam, também, ser fiscalizados. Destarte, a adoção do programa para o escritório é fundamental para aumentar as chances de as empresas escolherem as prestadoras de serviços advocatícios que possuam um programa de integridade, vez que oferece uma maior segurança jurídica ao cliente.

Nessa ótica, o compliance dentro do escritório de advocacia trará, por sua vez, uma maior transparência e confiança nas atividades externas com o cliente e, especialmente, nas atividades internas, visto que ajuda a reprimir comportamentos inadequados e manter a disciplina nas relações interpessoais entre os colaboradores. Para tanto, o programa pode ser inseridos em escritórios de qualquer porte e adota medidas como: suporte de alta administração e comunicação; criação de valores e missão para a equipe; elaboração de normas de conduta e procedimentos internos para cumprimento das obrigações; e, por fim, um controle jurídico para alinhamento das regras e normas gerais da OAB.

Portanto, apesar das particularidades de uma sociedade de advogados, seus sócios, colaboradores, estagiários ou até mesmo correspondentes, também se sujeitam a riscos semelhantes àqueles encontrados nas organizações privadas em geral. Além do mais, os mecanismos de prevenção, detecção e remediação de riscos, passaram a ser uma realidade das empresas, exigindo-se e optando pela contratação de serviços que estejam no mesmo nível de maturidade. Para tanto é que se faz necessário a implementação de uma governança corporativa dentro da prestadora de serviços advocatícios. Por todo o exposto, os escritórios de advocacia deverão ser ambientados com o programa de compliance, a fim de maior desenvolver suas expectativas de controle interno e externo e, em face da sua função social de integridade e promoção de justiça.

Stefany da Costa Silva Reis
tefany_reis@hotmail.com
@steh_reis

A ADVOCACIA NA ERA DIGITAL EM TEMPOS DE PANDEMIA

Os meios tecnológicos estão cada vez mais presentes no cotidiano de milhares pessoas no mundo inteiro, e diante do momento adverso de pandemia em que se vive estas são ferramentas essenciais para enfrentar os desafios da avassaladora mudança de rotina, onde ficar em casa para trabalhar ao invés de sair para trabalhar é o "novo normal", um desafio para muitos profissionais e não poderia ser diferente para o profissional da advocacia.

O advogado enquanto profissional diante de todas as adversidades do momento tem de procurar meios para continuar trabalhando, mantendo os clientes que já possui e prospectando novos clientes, para isso deve utilizar tudo aquilo que lhe for favorável e dentro do permitido, desta forma, os meios tecnológicos funcionam em um momento como este como válvula de escape para aqueles que precisam continuar trabalhando.

Sendo assim, primeiramente o profissional deve delimitar sua área de atuação, definir um publico alvo, traçar metas de longo e curto prazo para serem alcançadas, posteriormente deve investir no marketing jurídico digital, criar parcerias para promover seu trabalho, fazer com que seja visto e lembrado. Ter uma plataforma digital como um site para o seu escritório, um blog, ter perfis em todas as redes sociais e mantê-las sempre atualizadas e com uma boa identidade visual, o Brasil é segundo país no ranking mundial que mais usa as redes sociais, e que mais passa tempo nelas, desse modo, esta pode ser uma ótima vitrine para o profissional da advocacia. Tendo em vista que o atendimento presencial não é mais possível o advogado deve optar por um atendimento remoto em uma plataforma segura e de fácil acesso para os seus clientes, por fim, mas não menos importante para que isto funcione o advogado deve ter uma estrutura e equipamentos de qualidade, para oferecer todo suporte que seus clientes precisarem, passando confiança e vencendo os desafios impostos em tempos de pandemia.

Suelene Correia de Souza
suelenesc92@gmail.com
@suelene.souza

MARKETING DIGITAL PARA ESCRITÓRIOS DE ADVOCACIA

Atualmente, com a evolução do mundo digital e com o crescente espaço que as mídias sociais vem ocupando o dia a dia do indivíduos em geral, é de praxe que a maioria dos profissionais e empresas precisem encontrar formas de divulgar seus produtos e serviços online, bem como terem presença ativa nesse meio.

Contudo, no âmbito da advocacia, esse acesso à divulgação de serviços no meio digital é, de certa forma limitado, uma vez que a própria Ordem dos Advogados do Brasil impõe uma série de regras aos advogados e escritórios quando da publicidade, propaganda e informação das atividades advocatícias exercidas por esses profissionais.

O provimento 94/2000 da OAB permite a chamada "publicidade informativa", que engloba a identificação pessoa e curricular, horário de atendimento e informações para contato, área de atuação, entre outros. Porém, não é permitido ações como divulgação de valores de serviços, anúncios pagos em mídia etc. Resta, então, o questionamento: como os escritórios podem construir sua estratégia de marketing no meio digital, respeitando os princípios éticos e morais estabelecidos pela profissão

Primeiramente, cabe destacar e determinar o conceito de Marketing Digital. Segundo a IEB School, Marketing Digital é "uma forma de marketing que utiliza os novos meios e canais de publicidade digital como a internet, o mobile ou o IoT e que, graças ao poder da tecnologia, permite criar produtos e serviços personalizados e medir tudo o que acontece para melhorar a experiência".

Diante disso, nota-se a importância de os advogados e escritórios possuírem presença digital, pois trata-se do marketing mais atual e relevante que há nos dias de hoje. Com o Marketing Jurídico Digital, é possível o estreitamento de laços com os clientes e aproximação com o público-alvo, tudo com investimento razoavelmente baixo e retorno rápido.

A tecnologia deve se tornar uma aliada dos advogados e dos escritórios, sendo algumas estratégias possíveis de serem adotadas, dentre várias, as seguintes: 1) Criação de e-books e infográficos sobre temas jurídicos; 2) Postagens em blogs; 3) Perfis em redes sociais (desde que não promovidos); 4) Gravar vídeos tratando de assuntos afins com a área de atuação; etc.

Além disso, é importante ter em mente que, para ter os efeitos e retornos desejados, o escritório de advocacia deve estar constantemente gerando conteúdo nas plataformas digitais, se fazendo presente e "imprimindo" sua marca no imaginário do público-alvo.

Ao final, se bem aplicado o Marketing Jurídico Digital, notara-se um bom desempenho no que tange à captação de clientes e até mesmo no que se refere à visibilidade do escritório em geral.

Tainã Umbelino Lima
umbelinotaina@gmail.com
@tainaumbelino

COVID-19: ESTRATÉGIAS PARA SE SOBRESSAIR NA ADVOCACIA

É fato que, em tempos de pandemia, gerenciar um escritório de advocacia tem atormentado muitos advogados que se veem desafiados a se reinventar para captar novos negócios e se adaptar à realidade imposta.

Cabe ressaltar, a princípio, que devido essa adversidade inúmeros estabelecimentos comerciais foram obrigados a fechar. E com o impulso dado pela pandemia, o meio virtual se tornou uma excelente alternativa. Nesse sentido, é crucial ressaltar que atividades como acompanhamento processual, monitoramento de jurisprudências e elaboração de contratos automatizados são facilmente resolvidos pelo home office. Além do mais, um advogado perspicaz, na conversa com o cliente, já identifica o que o cliente deseja e ao mesmo tempo gerencia suas expectativas, sendo assim uma forma de se sobressair.

Em segundo instante, algumas atitudes são essenciais para se destacar, como: dar o seu melhor e entregar algo único, tendo em vista que um serviço melhorado, trazendo soluções criativas para o cliente, fará total diferença. Além disso, é indispensável observar as tendências, pensando fora da caixa. Outro aspecto crucial é planejar o seu marketing digital. Nesse aspecto, o Instagram é uma poderosa rede social e é através desse instrumento que o advogado sagaz pode crescer enormemente. Porém, cuidado com os exageros da vida pessoal, uma vez que a sociedade, infelizmente, é preconceituosa.

Tamires Maria Dourado Santos
tamiresdouradosantos15@gmail.com
@tamires.dourado

GESTÃO E ORGANIZAÇÃO DE ESCRITÓRIO DE ADVOCACIA

Ao longo dos anos, a gestão e organização de escritório, foi moldada. Na antiguidade, a profissão de advocacia era exercida apenas pela minoria da Elite. Atualmente, com a globalização e popularização dos advogados e das novas tecnologias, motivou assim, uma competitividade maior no mundo empresarial. Nesse sentido, os advogados como todas as outras profissões, tiveram que inovar, ou seja, as práticas ultrapassadas tiveram que ser deixadas de lado, se o empresário quisesse que sua empresa continuasse no mercado.

Cabe, ressaltar, a princípio, as referências para essa nova visão de mundo, temos o empreendedorismo, o gestor atento as atualizações das informações. Criando assim, novas oportunidades no mercado de consumo. Nesse sentido, podemos fazer referência também, ao marketing digital. A publicidade do advogado nesse momento é muito importante. Assim, a publicação de artigos, podcasts jurídicos, redes sociais que publicam assuntos jurídicos com o logo do escritório, resumos, palestras, minicursos, preferencialmente gratuitos e de forma totalmente online e entre outros, faz com que o escritório tenha mais visibilidade. Devemos analisar também, o mercado como um todo no meio externo, como no município que se encontra o escritório, ou seja, a sua concorrência, e até mesmo no meio internacional.

Outrossim, é necessário possuir uma gestão bem organizada, que pode ser dividida por gestão de administração, financeira, de pessoas. Nesse viés, não podemos esquecer do plano de negócio e a missão do escritório, que também tem um papel muito importante na organização de um escritório.

Ademais, na Gestão Administrativa, os advogados devem formalizar a sua estrutura verificando a possibilidade de uma sociedade ou exercício autônomo, tendo em vista, que possui grande chance de um escritório não ir além se for autônomo, e por fim, determinar a estrutura física e tecnológica do escritório. Nesse âmbito, na Gestão financeira teremos a organização dos gastos de um escritório de forma rígida, ou seja, o custo fixo.

Ainda, nessa perspectiva, a Gestão de Pessoas, está relacionada ao advogado conhecer profundamente seu cliente. Nesse viés, ele possa ter mais confiança para atuar de forma preventiva e de qualidade, que futuramente, poderá ter admiração e trazer novos clientes. Confere que é muito importante ter uma mão de obra de qualidade. Ainda sobre esse tópico, é necessário ter uma política de remuneração, com os sócios e funcionários e as suas respectivas responsabilidades.

Já o plano de negócio, esse não deve ser estruturado de forma tão rígida, podendo ser modificado, visa os serviços que serão prestados e a especialidade. Um plano de negócio é usado para prosperar novos sócios, parceria e entre outros. Por fim, a missão de um escritório, será observado o papel do escritório, ou seja, irá apenas gerar um capital ou também se preocupar com um bom desempenho nos serviços prestados, resolvendo o problema como um todo do cliente.

Thamires Meireles Gonçalves
thatanunez4@gmail.com
@thamires_meireles_92

OBSTÁCULOS ENCONTRADOS NA ADVOCACIA DIANTE DA PANDEMIA DO COVID-19

Com o início da pandemia em 2020, o cotidiano da advocacia foi totalmente impactado. Os tribunais fecharam as portas, atendendo apenas questões urgentemente comprovadas, e os advogados (as) tiveram que se desdobrar para trabalhar com o sistema remoto.

Os processos físicos passaram a ser eletrônicos, e os julgamentos, audiências e sessões passaram a ser por videoconferência. Além disso, os advogados não puderam mais receber clientes e amigos em seus escritórios, pois o distanciamento social suspendeu todas estas atividades presenciais, ou seja, todos passaram a trabalhar em home office e o escritório passou a ser sua própria residência.

Fato é que os profissionais da advocacia precisaram se adaptar rapidamente a essa nova realidade, e se reinventar diante de todas as dificuldades. Com isso, fez-se necessário buscar novas formas de resolução das lides, principalmente técnicas de mediação e arbitragem, tendo em vista que o cliente precisa de uma solução rápida, e com o Poder Judiciário isso seria impossível, levaria mais tempo.

Nesse cenário de incertezas, é necessário que os advogados enxerguem perspectivas para um novo começo, precisam fugir da zona de conforto, manter uma rotina de trabalho assídua, mesmo que em home office e virtualmente, e além disso, seria interessante também investirem em cursos de marketing, conquistar uma certa autoridade na profissão, observar as tendências e pensar além do que todos já imaginam, e se desdobrar para satisfazer os interesses do seu cliente.

Portanto, diante do cenário crítico da pandemia, resta ao advogado se reinventar como profissional e incorporar metodologias de trabalho compatíveis com o novo momento da advocacia, e assim, terá amplas condições de conquistar novos clientes, construir uma carreira de destaque.

Valéria Cristina da Silva Paulo
valeriacristina759@gmail.com
@vaaleriacristina

DESAFIOS DA ADVOCACIA EM TEMPO DE PANDEMIA

Ao longo dos últimos anos, o processo de expansão da atividade de advocatícia no Brasil alterou o paradigma social estabelecido, haja vista, os novos números de bacharéis em direito que entraram no mercado. Isso impulsiona a concorrência e provoca mudanças em relação na mentalidade dos profissionais da área ,tornando o mercado muito disputado. Todavia ,o fenômeno da pandemia do Covid 19 alterou de maneira perversa. Visto que, essa dinâmica acelerou mudanças que estavam em processo provocado pelas novas tecnologias da informação e a redução postos de empregos formais no Brasil , deixando muitos advogados sem clientes .Nesse sentido , alguns aspectos são de extrema relevância para não fica ocioso no mercado , tendo como exemplo a gestão de cliente ,financeira e tecnológica, demostrando eficiência, qualidade.

Nesse contexto, vale salientar que o profissional que estabelece gestão de clientes .Em vista disso, o operador do direito deve aliar novas estratégia para atrai mais cliente nesse ambiente pandêmico .Isso deve ser um dos principais pontos. Desse modo, deve-se investir na criação do marketing que atraia , dentre essas ferramentas, sobressai as redes sociais , que ganham cada vez mais importância .Uma vez que, a sociedade hodierna está mais conectada. Sendo assim, baseando as suas decisões pela relevância do ponto de vista social ,bem como o Instagram , Facebook como meio de divulgação do seu trabalho e de suas especializações e contatos .Dessa maneira , após a captação de clientes é imperativo o tratamento adequado ,atenção e celeridade aos seus anseios .Esse cuidado demonstra que o advogado se importa além da parte financeira. Isso incentiva a propaganda informal , desenvolvendo um Network de negócios. Desse modo, promovendo a indicação para potenciais novos clientes. Embora esse ambiente se demonstre extremamente cruel com a sociedade. Há a necessidade do profissional dos advogados para efeitos do coronavírus no âmbito social, civil e trabalhista.

Paralelamente a isso ,ressaltar-se um bom gerenciamento financeiro, pois o cliente é fundamental para o negócio , porém a falta de organização é um problema, porque confundem a parte financeira e a pessoal. Assim conduz para ausência de política claras no escritório, por exemplo, gasto desnecessário, prejudicando o financeiro .Dessa forma , dá ênfase em alguns elementos que devem ser vistos como centrais nessa organização. Como as necessidades específicas do escritório. Assim sendo, o preparo quanto aos gastos é pertinente nessa conjuntura .Logo ,deve colocar os gastos em relação à parte financeira do escritório, o quanto entra de ativos de capital e saídas. Além disso ,o uso da tecnologia como o Google Meet, zoom, entre outras que possibilitam o encontro virtuais no contexto de pandemia, diminuindo o deslocamento, respeitando as medidas de distanciamento social e o conhecimento do mercado é imprescindível, para um bom uso das novas ferramentas, exige-se está atualizado.

Wesley Sousa Nunes
wesleysousa12@outlook.com

APOIADORES DESTE PROJETO

LIGA ACADÊMICA DE ACESSIBILIDADE AO DIREITO - LAAD

A Liga Acadêmica de Acessibilidade ao Direito (LAAD) é a primeira Liga Acadêmica do curso de Bacharelado em Direito da Pontifícia Universidade Católica de Goiás (PUC Goiás).

É uma associação civil e científica criada por discentes e docentes no segundo semestre do ano de 2018, sem fins lucrativos, apartidária, não religiosa, vinculada e reconhecida pela PUC Goiás.

A LAAD estuda Direitos e Garantias Fundamentais, e os Direitos Humanos, e por isso constitui- se como uma Liga Acadêmica mista, ou seja, é direcionada não só para estudantes do curso de Direito como também para alunos de outros cursos, profissionais, graduados, e pessoas da comunidade.

A LAAD objetiva propiciar que os acadêmicos possam assumir uma atitude proativa frente a vivência universitária com vistas a não ser cansativa, monótona e apenas dentro da sala de aula. Almeja-se também proporcionar um ampliamento e aprofundamento do conhecimento teórico e prático na área de Direitos e Garantias Fundamentais, bem como de outras especialidades correlatas, conscientizando assim os Membros quanto a noções básicas de cidadania e de acessibilidade. Além disso, busca-se incentivar, apoiar, instruir e direcionar a pesquisa científica, contribuir na formação e capacitação profissional, e levar todo esse conhecimento angariado para a comunidade possibilitando que possam ter acesso a uma melhor compreensão e educação quanto aos direitos básicos.

Nós acreditamos que os direitos podem ser justos, acessíveis e eficazes, e que a justiça não tem que ser mera utopia, ela pode ser sim uma realidade. E, é por isso que entendemos que o conhecimento acadêmico deve chegar até a comunidade.

Nosso lema é tornar o Direito mais acessível.

Venha fazer parte deste time! A LAAD realiza processo seletivo para novos Membros todo semestre, então acesse nosso site (www.laad.com.br), nosso Instagram (@liga.laad) ou nos mande um "oi" por e-mail (laadpucgoias@gmail.com) para saber mais informações e acompanhar nosso trabalho.

LIGA ACADÊMICA
DE ACESSIBILIDADE AO DIREITO
PUC - GOIÁS

laadpucgoias@gmail.com
www.laad.com.br
@liga.laad

Isadora Aparecida Elias Soares

ISADORA APARECIDA ELIAS SOARES
PRESIDENTE DA LAAD

LIGA ACADÊMICA DE ESTUDOS EM DIREITO – LAED

A Liga Acadêmica de Estudos em Direito - LAED é uma iniciativa de acadêmicos do curso de Direito da Pontifícia Universidade Católica de Goiás - PUC Goiás, que visa desenvolver atividades para complementar o ensino jurídico, humanitário e ético da comunidade acadêmica.

Nesse sentido, intenta-se o fomento do estudo do Direito de modo multidisciplinar, formando um alicerce intelectual pautado nos princípios de direito, nas questões sociais, na legalidade e na ética, promovendo, sempre que possível, o debate de relevantes temas atuais, para um entendimento do contexto sociocultural brasileiro e seus desdobramentos.

Somos uma associação civil, acadêmica, sem fins lucrativos, de caráter filantrópico, recreativo, educacional, sem cunho partidário, cujo objetivo consiste em contribuir para o aprofundamento e disseminação do conhecimento adquirido pelos alunos e professores vinculados ao projeto, seja como ouvintes ou participantes.

Na exploração do nosso objeto, que é o estudo multidisciplinar do direito, provemos palestras, workshops, simpósios, oficinas, exposições, grupos de estudos, e jornadas sobre os temas trabalhados com nossos membros. Ainda, temos uma frente de projetos de extensão, destinada a aproximar a comunidade acadêmica da sociedade, apontando e, quando possível, fornecendo os meios necessários para o gozo e exercício dos direitos e garantias previstos no ordenamento jurídico pátrio.

LAED

LIGA ACADÊMICA DE ESTUDOS EM DIREITO

contatoledireito@@gmail.com
www.laed.com.br
@laedireito

JOSÉ LOPES DA SILVA FILHO PRESIDENTE DA LAED

LIGA ACADÊMICA DE EMPREENDEDORISMO E DIREITO EMPRESARIAL – LAEDE

A LAEDE (Liga Acadêmica de Empreendedorismo e Direito Empresarial) foi fundada em março de 2020 com o intuito de promover o aprofundamento no estudo do Direito Empresarial a partir de temas atuais e interdisciplinares, valendo-se do apoio de profissionais renomados para transmitir conhecimento, bem como transformar a atuação e a prática dos estudantes e jovens interessados pelo ramo do Direito Empresarial.

A 1ª Liga Acadêmica de Direito Empresarial do Centro-Oeste é uma sociedade civil e científica livre que objetiva suplementar a formação acadêmica, tendo duração ilimitada e indeterminada, sem fins lucrativos e com sede na cidade da instituição de ensino que a abriga (Pontifícia Universidade Católica de Goiás).Para que atinja todos os seus objetivos, a LAEDE fundamenta suas atividades em três princípios: ensino, pesquisa e extensão. Para contemplar o ensino, a liga desenvolve debates e grupos de estudo. A fim de promover a pesquisa, a liga incentiva à produção de artigos científicos e demais produções acadêmicas. E, para abranger a extensão, que compreende as ações que visam democratizar o acesso ao conhecimento de seu objeto de estudo para o público geral, a liga promove eventos dos mais variados formatos.

Quanto à estruturação interna, a LAEDE conta com Diretoria Administrativa, composta por presidente, vice-presidente e diretores além dos membros efetivos, que podem ser discentes, docentes ou profissionais da área.

Devido ao momento pandêmico, a liga tem desenvolvido todas as suas atividades online e, graças a tecnologia, conseguimos acolher membros efetivos, até mesmo diretores, que não são da PUC-GO. Esta nova troca tem sido fundamental para alavancar todos os objetivos traçados e, falando do futuro da LAEDE, com certeza não iremos nos limitar às atividades presenciais.

diretorialaede@gmail.com
@liga.laede

SAMLA ARAÚJO
PRESIDENTE DA LAEDE

E-BOOK JURÍDICO

GESTÃO E ORGANIZAÇÃO DE ESCRITÓRIO DE ADVOCACIA

É uma coleção de artigos de alunos e alunas de Direito da Turma B01 (1/2021)/JUR1370, que nasceu de um desafio proposto pelo professor Clodoaldo Moreira dos Santos Júnior a seus discentes.

O leitor observará que a obra tem por princípio a diversidade de temas e pontos de vista, trazendo uma mescla de novas visões apresentadas pelos discentes.

Os estudos individuais colacionados à obra na forma de artigos, constituindo um todo, oferta aos interessados uma visão panorâmica acerca dos temas explorados, na medida em que explica seus conceitos, princípios e normas, abrangendo a disciplina GESTÃO E ORGANIZAÇÃO DE ESCRITÓRIO DE ADVOCACIA, apresentando uma interpretação pessoal sobre o objeto de estudo.

Desse modo, ao trazer uma miscelânea de conhecimentos, estudos, tornam a obra única sendo um excelente objeto de estudo.

ESTE MATERIAL É PARA FINS DE ESTUDO, PORTANTO A VENDA/COMERCIALIZAÇÃO É PROIBIDA.

* OS AUTORES DA OBRA CEDERAM SEUS DIREITOS AUTORAIS E OS MESMOS SE RESPONSABILIZAM POR ESTE.