

Salvador, 04 de dezembro de 2009.

Prezados Colaboradores e Parceiros da **Peres Junior Advocacia**,

Com esta mensagem, inauguramos mais um meio de interatividade entre os integrantes de nossa organização profissional n'um momento em que seu crescimento, assomado à conjuntura mercadológica, apontam para a necessidade de um maior ordenamento de nossa filosofia, missão, métodos, objetivos, em suma, de uma sistematização gerencial conduzida por uma estratégia vitoriosa.

A pretensão é, igualmente, disponibilizá-la aos nossos clientes e parceiros, em um primeiro momento via e-mail e, nos próximos meses, mediante consulta à nossa *home page*, atualmente em construção.

Deveras, o panorama econômico que se afigura, é sobremaneira alvissareiro, na medida em que prestigiosas publicações especializadas, a exemplo da **Revista Exame** (vide edição desta semana), apontam para um recrudescimento no investimento em infraestrutura no Brasil, somente nos próximos seis anos, na ordem de 300 bilhões de reais.

A Usina Hidrelétrica de Santo Antônio, em construção, em Rondônia; o trem bala, ligando o Rio de Janeiro à São Paulo, (verdadeira humilhação ao nosso fracassado Metrô soteropolitano); as obras do PAC, Olimpíadas e Copa do Mundo; a efervescência notada ao derredor dos investimentos necessários à exploração do petróleo, na camada do pré-sal, são realidades insofismáveis, das quais não podemos nos afastar, que, assomadas aos investimentos internacionais, cada vez maiores no Brasil, mercado emergente, detentor de fundamentos econômicos sólidos, nos impõem estarmos preparados para uma nova e virtuosa realidade que se apresentará, a partir do ano que se anuncia. Afinal, onde existe empreendedorismo responsável, deve existir assessoria advocatícia, **de qualidade**.

Com efeito, os investimentos realizados ao derredor do mundo, hodiernamente, por aqueles que detêm o capital, são lastreados cada vez mais em conceitos e estudos científicos, o que se traduz em **profissionalismo**. Com o advento da globalização, o mercado tem se demonstrado extremamente "arisco" e os consumidores, que outrora já fora comparados pelos *experts* em Marketing a uma manada, agora podem, certamente, serem equiparados a um cardume de peixes, atentos aos predadores (bolhas e *crashes*) e que seguem, além dos movimentos harmônicos do seu grupo, às correntes marítimas (tendências do mercado).

Percebam, destarte, que mencionei no antepenúltimo parágrafo, da importância da assessoria jurídica de "qualidade", meta colimada por todos os empreendedores jurídicos, pois, do contrário, não há mais chance de sobrevivência no mercado.

Vicente Falconi, considerando um dos mais festejados consultores empresariais do País, em sua recém-lançada obra, intitulada "**O Verdadeiro Poder**", defende que "**liderar é bater metas constantemente**", robustecendo a minha antiga tese de que o empreendedor vencedor deve ser um atleta em busca de quebra de recordes, um perfeccionista perseguindo a excelência de sua equipe, ao extremo, como receita do sucesso, exatamente o que vocês, colaboradores da **Peres Junior Advocacia**, têm ouvido reverberar pelos nossos corredores, há anos.

Aliás, ao que pude constatar, da última *Fenalaw*, Feira Nacional do Direito, realizada em Belo Horizonte, há poucos dias, o empreendedor da advocacia, deve ser de um rigorismo inafastável com relação ao seu serviço, na medida em que tem

como desafio uma meta arrojada, **“a de ser um bom advogado e um empresário melhor ainda”**, só que, com a desvantagem de atuar, ao contrário dos demais gestores, em um cenário reconhecidamente ineficiente, anacrônico, moroso e algumas vezes, com todas as *venias*, aético, o Judiciário, o qual, com algumas honrosas exceções, afigura-se como um elemento dificultador para nosso bom desempenho, ou nas melhores palavras de um dos congressistas do citado evento, **“escolhemos o ramo de negócio mais difícil do mundo”**.

Na *Fenalaw*, tive acesso ainda a uma pesquisa assustadora. Em uma entrevista realizada com os CEO's¹ de 87 (oitenta e sete) grandes empresas do País, constatou-se que 89% (oitenta e nove por cento destes) estão insatisfeitos com os seus escritórios de advocacia ! Já outra pesquisa, demonstrou que o empresário procura, acima de qualquer fator decisivo na eleição de sua assessoria jurídica, a rapidez nas respostas. Item, inclusive, que esteve à frente de outros, como “honorários” e “indicação” !

Ou seja, devemos almejar a já cantada e decantada, em prosa e verso, pelos administradores de empresas **“qualidade total”**, pois o cliente está, primeiramente preocupado em sanar, com brevidade, a angústia que o atormenta, e, no caso do empresário, estabelecer uma conexão, na medida do possível, entre a solução jurídica e a ágil decisão comercial, mesmo que isto lhe custe honorários bem pagos, pois os prejuízos de uma postura inadequada no mercado, ou a perda de uma boa oportunidade empresarial, poderá lhe representar um decréscimo monetário muito maior.

Devemos ter o **“foco no cliente”**. Porém, para isto, temos que definir bem:

- a) Qual a nossa área de atuação.
- b) Qual o cliente que pretendemos ter em nossa carteira.
- c) Se o cliente tem o nosso perfil e comunga com nossos valores.

Neste diapasão, em 2010, a ***Peres Junior Advocacia*** terá que renunciar ao patrocínio profissional de pessoas físicas, adstringindo-o apenas, como exceção, aos diretores das pessoas jurídicas que compõem nossa carteira, buscando, desta forma, dedicarmo-nos ainda mais e melhor, a um atendimento personalíssimo e diferenciado à classe empresarial: Nosso foco. Essa será a nossa meta principal e em sua execução deveremos lembrarmo-nos, com humildade, de mais uma recomendação de Vicente Falconi: **“declarar um problema deve ser uma alegria”**, na medida em que teremos a oportunidade de solucioná-lo, minorando, ou eliminando, as imperfeições percebidas em nossa prestação de serviços e evitando prejuízos aos nossos clientes.

Tenho percebido que, com a mudança de paradigma dos escritórios de advocacia, ocorrida com o advento do Código de Defesa do Consumidor e da Lei 9.099/95, que concebeu os juizados especiais - motivando um surto de cidadania nos jurisdicionados, os quais, ávidos pela defesa de seus direitos, começaram a abarrotar os sítios forenses país à fora – a Administração de Empresas e o Marketing, têm surgido como ciências subsidiárias do Direito, no exercício da advocacia, eis que não se presta mais uma boa assessoria jurídica nos moldes artesanais de outrora, se fazendo indispensável que os causídicos se agremiem em equipes, bem coordenadas e lideradas, com o escopo de corresponder às expectativas do novo perfil de clientes que exsurge no mercado, notadamente na área empresarial.

Missão que se afigura, *prima facie*, complexa à nós, gestores de escritórios de advocacia, considerando-se que a nossa formação acadêmica não nos prepara para o empreendedorismo e gestão empresarial, pode ser, em *uma* “segunda instância”,

plenamente aglutinada pelo operador do direito estudioso, já habituado aos compêndios. No meu caso, particularmente, tenho até me divertido com esta recente reunião de conhecimento científico em área plenamente interdisciplinável com o Direito Empresarial.

Por tais considerações, é que devemos nos aproximar do lema da Siemens:
“Qualidade é quando nossos clientes voltam e nossos produtos não”.

Nos preparemos, portanto, para 2010 !

Cordialmente,

Antonio Peres Junior
CEO Peres Junior Advocacia