

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS**  
**Faculdade De Ciências Econômicas**  
**Centro De Pós-Graduação e Pesquisas em Administração**  
**Curso de Especialização em Gestão Estratégica**

**RÔMULO GREFFICCE MIGUEL MARTINS**

**PLANO DE NEGÓCIO PARA ABERTURA DO ESCRITÓRIO DE**  
**ADVOCACIA – GREFFICCE MARTINS SOCIEDADE DE ADVOGADOS –**  
**EM BELO HORIZONTE/MG**

Belo Horizonte

2021

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS**  
**Faculdade De Ciências Econômicas**  
**Centro De Pós-Graduação e Pesquisas em Administração**  
**Curso de Especialização em Gestão Estratégica**

**RÔMULO GREFFICCE MIGUEL MARTINS**

**PLANO DE NEGÓCIO PARA ABERTURA DO ESCRITÓRIO DE  
ADVOCACIA – GREFFICCE MARTINS SOCIEDADE DE ADVOGADOS –  
EM BELO HORIZONTE/MG**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração – Curso de Especialização em Gestão Estratégica, da Faculdade de Ciências Econômicas da Universidade Federal de Minas Gérias, como requisito para obtenção do Título.

Professor Orientador: Dr. Ricardo Teixeira Veiga

Belo Horizonte  
2021

Ficha catalográfica

M386p  
2021

Martins, Rômulo Greficce Miguel.  
Plano de negócio para abertura do escritório de advocacia –  
Geficce Martins sociedade de advogados [manuscrito] / Rômulo  
Greficce Miguel Martins. – 2021  
33f.; il.

Orientadora: Ricardo Teixeira Veiga .  
Monografia (especialização) – Universidade Federal de Minas  
Gerais, Centro de Pós-Graduação e Pesquisas em Administração.  
Inclui bibliografia.

1. Administração. 2. Advogados. I. Veiga, Ricardo Teixeira. II.  
Universidade Federal de Minas Gerais. Centro de Pós-Graduação  
e Pesquisas em Administração. III. Título.

CDD: 658



**Universidade Federal de Minas Gerais**  
**Faculdade de Ciências Econômicas**  
**Centro de Pós-Graduação e Pesquisas em Administração**  
**Curso de Especialização em Gestão Estratégica**

ATA DA DEFESA DE TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO do Senhor **RÔMULO GREFICCE MIGUEL MARTINS**, matrícula nº **2018744504**. No dia 15/04/2021 às 16:00 horas, reuniu-se em sala virtual, a Comissão Examinadora de Trabalho de Conclusão de Curso - TCC, indicada pela Coordenação do Curso de Especialização em Gestão Estratégica - CEGE, para julgar o Trabalho de Conclusão de Curso intitulado "**Plano de Negócio para Abertura do Escritório de Advocacia - Greficce Martins Sociedade de Advogados - em Belo Horizonte/MG**", requisito para a obtenção do Título de Especialista. Abrindo a sessão, o orientador e Presidente da Comissão, Professor Ricardo Teixeira Veiga, após dar conhecimento aos presentes do teor das Normas Regulamentares de apresentação do TCC, passou a palavra ao aluno para apresentação de seu trabalho. Seguiu-se a arguição pelos examinadores, seguido das respostas do aluno. Logo após, a Comissão se reuniu sem a presença do aluno e do público, para avaliação do TCC, que foi considerado:

APROVADO

NÃO APROVADO

**95 (NOVENTA E CINCO)** pontos. Trabalhos com nota maior ou igual a **60** serão considerados aprovados.

O resultado final foi comunicado publicamente ao aluno pelo orientador e Presidente da Comissão. Nada mais havendo a tratar, o Senhor Presidente encerrou a reunião e lavrou a presente ATA, que será assinada por todos os membros participantes da Comissão Examinadora. Belo Horizonte, 15/04/2021.

Prof. Ricardo Teixeira Veiga  
(CEPEAD/UFMG - Orientador)

Ricardo Teixeira  
Veiga:54045584668

Assinado de forma digital por  
Ricardo Teixeira  
Veiga:54045584668  
Dados: 2023.04.04 17:13:10  
-03'00'

Prof. João Batista Diniz Leite

*Dedico este trabalho à minha família, que pelos laços e carinho imprescindível contribuíram para a formação do meu caráter como homem.*

## **AGRADECIMENTOS**

*Agradeço aos meus pais, ao amigo e colega de Trabalho Dr. Juarez Coelho, que tanto auxiliou em minhas dúvidas e questionamentos, ao Professor Ricardo Veiga, que com seu olhar atento e dedicado à profissão, instiga a formação e a busca pelo conhecimento de seus alunos, bem como a todos aqueles que de alguma forma contribuíram e me apoiaram incondicionalmente na realização desse curso.*

## RESUMO

O presente trabalho tem por objetivo o acompanhamento e elaboração de um plano de negócios para abertura e expansão de um escritório de advocacia na cidade de Belo Horizonte/MG. Após cinco anos de atuação como pessoa física, houve um aumento significativo da demanda, trazendo associados e, também, a necessidade de constituição de uma sociedade jurídica que permitisse o atendimento a empresas. Ao mesmo tempo, o mercado jurídico vem passando por grandes transformações nos últimos anos. Houve um aumento substancial do número de advogados no país, chegando-se em 2019 a impressionante marca de 1,2 milhão de inscritos na Ordem do Advogados do Brasil, o que representa aproximadamente 01 advogado para cada 170 habitantes. Esses números trazem grande mudança no comportamento dos clientes, cada vez mais informados e cientes de seus direitos. Com as transformações nos últimos anos no mercado jurídico, além das mudanças comportamentais dos clientes, a abertura de um escritório passa a exigir um plano de negócios minucioso para se evitar erros que possam trazer o fechamento precoce do negócio. O plano foi elaborado visando à abertura e implementação de um novo local de trabalho juntamente com a criação de um CNPJ com o objetivo de se possibilitar o atendimento a pessoas jurídicas, pessoas essas que se tornaram ao longo de 2020 os novos clientes do escritório. O funcionamento foi programado com saldo de caixa para cobertura de um ano de despesas e, em princípio, com apenas 2 funcionários e um sócio. A partir do primeiro grande cliente, a empresa XY (nome fictício adotado para preservação de dados), a maior empresa de maquinários de construção da China, a estratégia do escritório passou a ser o aumento da carteira de clientes focada nas pessoas jurídicas. Assim, este Plano de Negócios busca avaliar a implementação e abertura de um novo escritório, na zona sul de Belo Horizonte/MG.

**Palavras-chave:** Mercado Jurídico, Abertura de Escritório, Plano de Negócios.

## ABSTRACT

This writing aims to monitor and prepare a business plan for opening and expanding a new law firm. After 05 years of experience as an individual barrister, there was a significant increase in demand, bringing new members and associates and the need to establish a legal company that would allow companies to hire the firm. However, the legal market has been going through major changes in recent years. There was a substantial increase in the number of lawyers in the country, reaching an impressive 1.2 million mark of registered lawyers in the Brazilian Bar Association in 2019, which represents approximately 1 lawyer for every 170 inhabitants. This number brings great change in the customers behavior, who are increasingly informed and aware of their rights. With the changes in the legal market in recent years, in addition to the behavioral changes of clients, the opening of a new office now requires a detailed business plan to avoid errors that may result in an early closing of the business. The operation was scheduled with a cash balance to cover one year of expenses and, at first, with only 2 employees and one partner. From the first major client, the company XY ((real name withheld to preserve data), the largest construction machinery company in China, the office's strategy became to increase the client portfolio focused mainly on new business clients. Thus, this Business Plan seeks to evaluate the implementation and opening of a new office in the South area of the city of Belo Horizonte / MG.

**Key words:** Legal market, Opening of a new office, Business plan.

# Sumário

<b>1. INTRODUÇÃO</b> .....	<b>9</b>
<b>2. OBJETIVOS</b> .....	<b>12</b>
<b>2.1.1 OBJETIVO GERAL</b> .....	<b>12</b>
<b>2.1.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b> .....	<b>12</b>
<b>3. JUSTIFICATIVA</b> .....	<b>12</b>
<b>4. FUNDAMENTÇÃO TEÓRICA</b> .....	<b>13</b>
<b>4.1 MISSÃO</b> .....	<b>14</b>
<b>4.2 VISÃO</b> .....	<b>14</b>
<b>4.3 VALORES</b> .....	<b>15</b>
<b>4.4 METAS E EMPREENDEDORISMO</b> .....	<b>16</b>
<b>4.5 PLANO DE NEGÓCIO</b> .....	<b>16</b>
<b>4.6 PLANEJAMENTO</b> .....	<b>17</b>
4.6.1 PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO .....	17
4.6.2 PLANEJAMENTO TÁTICO .....	18
4.6.3 PLANEJAMENTO OPERACIONAL.....	18
<b>5. O PLANO DE NEGÓCIOS EM PRÁTICA</b> .....	<b>18</b>
<b>5.1 CARACTERIZAÇÃO DA SOCIEDADE</b> .....	<b>18</b>
<b>5.2 DADOS DA SOCIEDADE</b> .....	<b>19</b>
<b>5.3 OBJETIVOS DA SOCIEDADE</b> .....	<b>19</b>
<b>5.4 CAPITAL SOCIAL</b> .....	<b>20</b>
<b>5.5 ENQUADRAMENTO TRIBUTÁRIO</b> .....	<b>21</b>
<b>5.6 FORTE DE RECURSOS</b> .....	<b>21</b>
<b>5.7 CARACTERIZAÇÃO DO SETOR DA ADVOCACIA</b> .....	<b>21</b>
<b>5.8 ANÁLISE DE MERCADO</b> .....	<b>22</b>
5.8.1 ESTUDO DOS CLIENTES .....	22
5.8.2 PESQUISA COM FORNECEDORES .....	24
5.8.3 PESQUISA COM CONCORRENTES.....	25
<b>5.9 PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO</b> .....	<b>26</b>
<b>5.10 PLANO DE MARKETING</b> .....	<b>28</b>
<b>5.11 LOCALIZAÇÃO DO NEGÓCIO</b> .....	<b>29</b>
<b>5.12 PLANO FINANCEIRO</b> .....	<b>30</b>
<b>5.13 CAPITAL DE GIRO</b> .....	<b>31</b>
<b>5.14 CAIXA MÍNIMO</b> .....	<b>32</b>
<b>5.15 GANHOS MENSAIS</b> .....	<b>32</b>
<b>6. CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	<b>34</b>
<b>REFERÊNCIAS</b> .....	<b>35</b>

## 1 INTRODUÇÃO

Abrir um escritório devidamente constituído faz-se necessário face à demanda crescente até então suprida por um único advogado, sócio do escritório objeto de estudo. Contudo, a expansão do negócio e a chegada de novas oportunidades, como oferecer prestação de serviços jurídicos a empresas, traz também a necessidade de um ambiente adequado à realidade dos clientes conquistados durante a atuação como pessoa física.

Os escritórios de advocacia precisam de planejamento estratégico para conseguirem se manter no mercado. Não são raros os casos de profissionais do direito que se enveredam na abertura de um escritório, e, por falta de planejamento, acabam por encerrar suas atividades em um curto espaço de tempo. Isso acontece, geralmente por começarem sem rumo definido, pensando somente em sua atuação prático-jurídica, sem qualquer análise prévia de custos, despesas impostas e taxas para manutenção de um escritório, não conseguindo assim manterem-se ativos ou prosperarem. É necessário que se esteja atento aos acontecimentos que ocorrem em seu setor, bem como na economia, empregando suas habilidades para criar um escritório com o devido planejamento e suas diretrizes bem definidas.

O plano de negócios é o primeiro passo para o advogado, que também atue como empreendedor, pois irá ajudá-lo a ter uma dimensão atual e futura de seu escritório. Pontuados as etapas para a elaboração do Plano de Negócios é preciso ressaltar a importância desse processo, pois é por meio dele que se vislumbra os objetivos de qualquer organização, bem como as prioridades, o público-alvo e o segmento de atuação.

Além disso, o Plano de Negócios deve ser elaborado tendo em vista a sua aplicabilidade, isto é, deve ser realizada uma análise de viabilidade. Essa análise consiste em uma avaliação de quais meios de atuação são propensos a realizar o objetivo almejado. É partir desse diagnóstico que uma organização consegue elaborar um Plano de Negócios que conduza com a realidade e com os objetivos que se procura atingir.

Assim, o Plano de Negócios é uma ferramenta fundamental para que a organização consiga alinhar os seus objetivos e a sua forma de atuação levando em consideração a realidade organizacional. Ademais, é um mecanismo que pode ser

aplicado em qualquer fase que a organização esteja vivenciando desde que tenha bem nítido a sua necessidade e, por fim, é um dos meios de fazer com que os planos saiam do papel e se tornem realidade.

Por meio deste estudo, buscou-se verificar a estrutura necessária para o funcionamento de um escritório advocatício, elaborando-se o planejamento de forma minuciosa e detalhada.

O trabalho desenvolvido refere-se ao plano de negócio de abertura de um escritório de advocacia localizado em Belo Horizonte, que oferece assessoria jurídica aos clientes em todo o estado de Minas Gerais.

Constatou-se a necessidade de abertura do escritório devidamente constituído, face ao aumento da demanda e ao crescente número de processos jurídicos na região de Belo Horizonte. Tornou-se, assim, imperiosa a abertura de um espaço físico para administração e controle da demanda, bem como a necessidade de um ambiente adequado para recepção de clientes, tornando-se uma empresa e possibilitando a expansão dos negócios na prestação de serviços e consultorias jurídicas.

Por se tratar de um escritório, ainda, de pequeno porte, a análise ambiental revela-se essencial para a sobrevivência do negócio. Alguns autores consideram que o planejamento estratégico em empresas de pequeno porte normalmente é incompleto, desestruturado, informal, impreciso e pouco sofisticado. Além disso, argumentam que a análise ambiental merece estudos específicos voltados à compreensão das práticas para a realidade de cada segmento, em especial o das empresas de pequeno porte, em decorrência de suas limitações. (MENEZES E ALMEIDA, 2004; CANCELLIER, 2004; QUEZADA, CÓRDOVA, WIDER E O'BRIEN, 1999).

Assim, este plano de negócios visa responder à seguinte questão: “Qual a estrutura adequada de um plano de negócios para a abertura de um escritório de advocacia em Belo Horizonte/MG?”

## **2 OBJETIVOS**

### **2.1.1 Objetivo geral**

Elaborar um plano de negócio para abertura do escritório de advocacia na cidade de Belo Horizonte / MG, na Zona Sul de Belo Horizonte/MG.

### **2.1.2 Objetivos específicos**

- Definir o planejamento estratégico da organização;
- Definir ações de marketing;
- Definir ações de um plano operacional;
- Definir aspectos jurídicos e legais.
- Elaborar um plano financeiro verificando receitas e despesas;
- Estudar a viabilidade econômica e financeira do novo empreendimento;
- Realizar uma pesquisa com os clientes, fornecedores e concorrentes;

## **3 JUSTIFICATIVA**

A elaboração desse plano de negócio é de grande importância, já que a análise da abertura do escritório auxilia na expansão dos atendimentos e na abertura dos serviços para pessoas jurídicas e não somente físicas, além de ajudar na verificação adequada do negócio às características do mercado em questão e melhoria do atendimento dos clientes anteriores.

Todo planejamento requer muita dedicação e principalmente trabalho. As decisões precisam ser tomadas de forma clara e eficiente, pois se trata da implantação de um novo escritório em meio a tantos existentes, e isso precisa de dedicação por parte dos sócios, avaliando as oportunidades, buscando novos caminhos e examinando minuciosamente cada detalhe.

Segundo a experiência do autor, como profissional autônomo, o momento atual é oportuno para a abertura do escritório, pois há uma necessidade clara de expansão voltada ao atendimento empresarial. Dessa forma, somente a constituição de uma personalidade jurídica para a sociedade advocatícia permitirá a expansão dos negócios, a continuidade do serviço já prestados além da oferta de serviços para grandes empresas, trazendo novas oportunidades.

Portanto, para aproveitar essa nova demanda e consolidar essa ideia, os advogados envolvidos precisam aproveitar a demanda crescente das oportunidades que surgem, estarem aptos para atender as novas demandas, disporem de uma estrutura adequada de atendimento à distância e *in loco*, bem como de um ambiente que represente excelência e segurança para os clientes.

#### **4 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA**

Elaborar um plano de negócios para abertura de um escritório demanda conhecimento sobre o que se irá tratar, que tipo de escritório será implantado, como está o mercado onde o novo escritório irá atuar. É um processo que requer dedicação e responsabilidade, pois muitos assuntos precisam ser abordados com base segura, teórica e, principalmente, pautada na legislação.

Nesse sentido, apresentar-se-á a perspectiva de autores que trataram sobre o tema, para fornecer embasamento técnico sobre o que será efetuado, abordando-se os seguintes assuntos: empreendedorismo, plano de negócio e planejamentos.

De acordo com Luttjohannm (2013), o primeiro componente da análise para a pré-preparação da estratégia é o desenvolvimento do contexto em que as estratégias serão formuladas, o que consiste em quatro principais componentes:

1. A razão para a existência da organização, isto é a missão;
2. A declaração de desejos futuros, chamada de visão;
3. A declaração de valores;
4. A declaração de metas.

Assim, torna-se fundamental para a análise da estratégia de desenvolvimento avaliar em que medida esses elementos 04 elementos básicos serão abordados em no planejamento do negócio.

## 4.1 A MISSÃO

Um componente de extrema importância para o desenvolvimento de qualquer negócio é o processo de formulação da missão. Esse processo inicia-se com as seguintes perguntas: “Qual é a razão de existência da empresa? O que faremos? Que deveríamos fazer?”

A missão consiste em criar um escritório que passe aos clientes a certeza de proximidade e de parceria. Nesses anos de atuação como pessoa física foi possível detectar que a grande reclamação dos clientes se cinge na ausência de comunicação entre o advogado e seu cliente, em, de modo geral, veem seus representantes legais “sumirem” após o início de qualquer demanda.

Assim, o propósito é transmitir aos clientes a segurança de que estaremos sempre ali por eles, prontos a representá-los sem que os clientes tenham que cobrar posições e iniciativas.

Para isso, importante se faz um canal ativo de comunicação frequente, com o uso de softwares jurídicos para acompanhamento de processos em tempo real, com alertas de todas as movimentações processuais para que essas possam ser imediatamente comunicada aos clientes. Esse conceito simples de missão tem sido eficaz e, até o momento anterior à constituição da personalidade jurídica, trazido retornos bons e positivos na relação advogado-cliente.

Johnston e Daniel (1993) salientam que a missão não deve ser limitadora. Um exemplo é a Toyota Motor Corporation, que definia sua missão de negócio como “produzir automóveis”. Contudo, após considerável expansão de seus negócios, passou a trazer como missão “mover pessoas”.

Assim, a missão institucional pode ser enunciada como: “oferecer resultados jurisdicionais, promovendo a segurança, bem-estar e satisfação de nossos clientes”.

## 4.2 VISÃO

Aqui o objetivo é estabelecer o estado futuro desejado, o que se pretende alcançar, considerando nossa vocação, potencialidades e ambição. Ou seja, em que estado buscamos nos encontrar no futuro.

Senge (19990) ressalta que não há uma fórmula para se encontrar uma visão,

destacando que qualquer receita prescritiva que for apresentada não a mais adequada para toas as organizações.

Nossa visão nos coloca em um futuro em que estaremos ainda como uma empresa de pequeno porte, porém sólidos, com poucos clientes e com alta lucratividade, o que nos permitirá sempre um atendimento personalizado e próximo aos clientes.

Assim, a busca em ser referência em assessoria jurídica nos segmentos em que atua, sendo sempre reconhecida pela qualidade na prestação de serviços jurídicos de forma diferenciada, passa a ser uma constante do escritório.

Em outras palavras, a visão que idealizamos para nosso escritório de advocacia é: “tornar-se referência regional e nacional na excelência de prestação de serviços jurídicos para empresas”.

### **4.3 VALORES**

Valores são os norteadores dos princípios éticos das ações de toda organização.

Baseando-se no senso comum, valores refletem as principais características de uma sociedade, na definição do que se considera ou não aceitável.

Em um mercado jurídico, com ampla concorrência e excesso de oferta de mão de obra, não é incomum vermos advogados deixando de lado seus valores para praticarem o que o Estatuto da OAB vê como concorrência desleal. Essa prática é lamentavelmente tão comum que em 2014, o Conselho de Ética da Ordem dos Advogado do Brasil, por meio da Resolução 02/2015, com vigência a partir de 19 abril de 2016, reviu suas regras para endurecer as diretrizes de publicidade, propaganda e informação da advocacia, na busca de inibir todas as formas de concorrência desleal.

Assim, faz-se mais do que nunca necessário ter como parâmetro a ética e a prática da boa advocacia, buscando sempre aumentar a credibilidade do escritório.

Investir em bons profissionais e incentivar um ótimo ambiente de trabalho, atender clientes com excelência também representa mais do que um objetivo profissional, tornando-se uma conquista pessoal.

Em suma, os valores são:

- Valorizar e respeitar as pessoas;
- Atuar de forma ética, inovadora, criativa e segura;

- Dar retorno frequente para que o cliente tenha a sensação de que estamos sempre ao seu lado;
- Buscar a sustentabilidade social, econômica e ambiental;
- Estimular o desenvolvimento e a diversidade cultural.

#### **4.4 METAS E EMPREENDEDORISMO**

O mercado atual necessita de pessoas empreendedoras que tenham ideias e que as execute, isso não é diferente na advocacia, sempre aberta a advogados atualizados e empreendedores e capazes de estabelecerem metas precisas do que querem e do que precisa ser feito.

Dolabela (1999) enfatiza que o empreendedor é alguém que define por si mesmo o que vai fazer e em que contexto será feito, conseguindo se dedicar intensamente, fazendo com que seu trabalho se confunda com o prazer, O argumento desse autor mostra-se válido para a advocacia, pois o advogado também precisa ser um empreendedor; capaz de desenvolver uma visão, estar à frente do escritório e fazer com que os sócios e colaboradores se convençam de que sua visão trará o futuro almejado por todos.

Aqui, além do empreendedorismo, faz-se necessário traçar metas desafiantes, mas realistas, fornecendo-se incentivos para a busca contínua de caminhos capazes de melhorar a relação entre um cliente e seu representante legal.

#### **4.5 PLANO DE NEGÓCIO**

O escritório precisa analisar dados fundamentais anteriores a sua abertura, elaborar um plano de negócio, e demonstrar de forma clara e objetiva a necessidade de planejamento do escritório.

De acordo com Dornelas (2001), não existe uma estrutura rígida e específica para se escrever um plano de negócio, pois cada negócio tem sua particularidade e suas semelhanças, sendo impossível definir um modelo padrão de plano de negócio para todos. Segundo o autor, o plano de negócio não afasta os perigos do negócio,

mas ajuda a enfrentá-los, com escolhas seguras da direção e a possibilidade das correções necessárias no rumo da empresa, pois quem pretende se lançar no mar dos negócios, necessita de um plano de rota.

Elaborar o plano de negócio não é uma tarefa fácil, pois depende de variáveis que devemos utilizar para conseguir formar todas as ideias, verificar as oportunidades e os riscos necessários para que o negócio tenha sucesso e chance de aplicação, e não apenas fique no entusiasmo do empreendedor (DOLABELA, 1999).

Por último, a implantação do escritório, inicia-se pela elaboração do negócio, pelo levantamento das necessidades de recursos, bem como por suas fontes até sua completa operacionalização.

## **4.6 PLANEJAMENTO**

Planejar é um processo contínuo, o planejamento possibilita visualizar o futuro, constando as tomadas de decisões atuais que envolvam riscos e organizando as atividades necessárias para medir resultados e decisões em confronto com as expectativas do escritório.

Existem três formas de planejamento, quais são: planejamento estratégico, tático e operacional. Abordarei as três formas abreviadamente.

### **4.6.1 Planejamento Estratégico**

O planejamento estratégico possui significativa importância, devendo ser criteriosamente elaborado para que se constitua em um referencial para a organização. O planejamento estratégico precisa se concentrar em atividades que resultam no desenvolvimento de uma missão organizacional clara e objetiva, com objetivos, estratégias e ações que o compõem e possibilitam que ele desenvolva suas atividades e se mantenha sustentável ao longo do tempo.

O novo escritório precisa de um planejamento estratégico para traçarmos os caminhos a serem seguidos bem como quais decisões deverão ser tomadas, caso haja algum imprevisto em sua trajetória. É importante que o planejamento estratégico seja revisto e incorpore todos os elementos de forma que incentive a intuição e a

criatividade.

#### **4.6.2 Planejamento Tático**

O planejamento tático está relacionado a criação de objetivos e estratégias para alcançar metas ao longo de um intervalo de tempo médio, e, também, tem como objetivo aperfeiçoar os resultados propostos ao escritório, utilizando recursos que possibilitem alcançar os objetivos pré-estabelecidos em algumas áreas específicas do escritório.

#### **4.6.3 Planejamento Operacional**

O planejamento operacional é a elaboração de objetivos e estratégias individuais ao longo de um espaço curto de tempo, também abarca a maximização dos recursos do escritório em operações em períodos e que envolvam decisões mais descentralizadas.

Para desenvolver o plano de negócio, o planejamento operacional faz-se necessário para conhecer o ambiente que circunscreve o escritório.

### **5 O PLANO DE NEGÓCIOS EM PRÁTICA**

Nestes próximos tópicos serão abordados a caracterização da sociedade, caracterização do setor da advocacia, análise de mercado e os demais planejamentos necessários para poder analisar a viabilidade do negócio.

#### **5.1 CARACTERIZAÇÃO DA SOCIEDADE**

O objeto de estudo em análise se refere um escritório de advocacia com uma estrutura física enxuta, estabelecido em Belo Horizonte/MG, que foi em 2020

devidamente inscrito e registrado na Ordem dos Advogados do Brasil – Seção Minas Gerais, concentrando as atividades em áreas específicas do Direito. O conceito adotado pressupõe especialização dos sócios e a competência deles, que já possuem uma reputação pré-adquirida em sua área de atuação enquanto pessoas físicas.

A sociedade foi inaugurada oficialmente dia 18 de março de 2020 na Rua Antônio de Albuquerque no Bairro Savassi na capital de Minas Gerais.

Buscando atender com agilidade e competência seus clientes, os sócios são inspirados nos mais elevados princípios éticos.

Como a coordenação das atividades é realizada pelos próprios sócios do escritório, eles se envolvem diretamente nos casos, tendo a atenção máxima dada ao problema do cliente, assim, o envolvimento em cada causa torna-se mais efetivo.

O conceito mais enxuto do escritório resulta em uma estrutura menor, econômica e eficiente, com número reduzido de pessoas – exclusivamente os sócios, os serviços de recepção e copeira, utilizando-se ainda dos benefícios tecnológicos em sua totalidade.

Por fim, o escritório representa clientes nacionais em sua maioria concentrados na região metropolitana de Belo Horizonte em Minas Gerais, e uma empresa internacional representado no Brasil pela sociedade.

## **5.2 DADOS DA SOCIEDADE**

A sociedade foi registrada oficialmente dia 18 de março de 2020 na Ordem dos Advogados do Brasil na Seção de Minas Gerais.

O setor de atuação da empresa é prestação de serviços advocatícios de porte pequeno, situada na Rua Antônio de Albuquerque no bairro Savassi em Belo Horizonte/MG.

## **5.3 OBJETIVOS DA SOCIEDADE**

Atender aos clientes com excelência, buscando alcançar seus objetivos com segurança, criatividade e eficiência.

Para alcançar esses objetivos, a sociedade terá como base o atendimento

personalizado, tratando cada cliente de forma única e individualizada.

Ter um atendimento diferenciado para cada tipo de cliente e tornar a experiência do cliente mais agradável.

Dar sempre o melhor *feedback* ao cliente de sua demanda proposta com regularidade para que ele se sinta seguro.

Manutenção de software de acompanhamento jurídico que nos possibilite repassar ao cliente constantemente informações de todas as movimentações processuais.

Acompanhar as mudanças e propor estratégias pioneiras, atuando sempre com respeito às pessoas, à lei e aos valores sociais.

Investir em bons profissionais e incentivar um ótimo ambiente de trabalho, em que a busca por atender aos clientes com excelência represente mais do que um objetivo profissional, se tornando uma conquista pessoal.

#### 5.4 CAPITAL SOCIAL

O Capital social inicial da sociedade foi dividido em 1000 (mil quotas), totalmente integralizado em moeda corrente, dividido entre os sócios da seguinte maneira:

<b>SÓCIO</b>	<b>N. QUOTAS</b>
SÓCIO 1	900
SÓCIO 2	100
<b>TOTAL</b>	1.000

A contribuição pecuniária para o capital social é exclusiva dos sócios patrimoniais e os sócios de serviço contribuem para a Sociedade somente com o trabalho profissional.

Todos os sócios devem contribuir com seu trabalho profissional para a realização dos objetivos sociais.

Bens patrimoniais (móveis e imóveis) adquiridos pela sociedade, são exclusivos dos sócios na mesma proporção do capital social.

## **5.5 ENQUADRAMENTO TRIBUTÁRIO**

A sociedade obteve no ano de 2020 o enquadramento no Simples Nacional, sendo um dos regimes mais conhecidos no Brasil. O Simples Nacional é um programa instituído pelo Governo Federal com o objetivo de simplificar a burocracia relacionada ao pagamento de tributos pelas empresas, sendo assim, é o melhor enquadramento atual para a sociedade.

Os impostos abrangidos pelo Simples Nacional são:

- Contribuição Social sobre o Lucro Líquido – CSLL;
- Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social – COFINS;
- Contribuição PIS/Pasep;
- Imposto de Renda Pessoa Jurídica – IRPJ;
- Imposto sobre Serviços de Qualquer Natureza – ISS;

A principal vantagem, enquanto a empresa permanece pequeno porte, está no regime tributário, com a diminuição da carga tributária paga e a facilidade proporcionada no pagamento dos tributos.

## **5.6 FONTE DE RECURSOS**

Os recursos para os primeiros investimentos na sociedade vieram das reservas pessoais dos sócios e de imóveis previamente pertencentes aos sócios.

## **5.7 CARACTERIZAÇÃO DO SETOR DA ADVOCACIA**

A advocacia é uma função essencial à justiça brasileira, não sendo uma mera atividade profissional, pois o advogado é indispensável ao funcionamento da justiça, além de ser uma atividade privativa de bacharel em Direito regularmente inscrito na

Ordem dos Advogados do Brasil.

O setor da advocacia tem como principal função a defesa dos interesses sociais para a garantia de um Estado Democrático de Direito buscando a estabilidade social. Constitui-se também pela mediação de conflitos, consultoria e assessoria em matérias jurídicas, bem como a fiscalização da regularidade de contratos de qualquer natureza.

Assim, para que uma sociedade ou o advogado exerça à profissão no Brasil, é necessário sempre se observar e respeitar o disposto no Estatuto da Advocacia (Lei Federal nº 8.906/94), no Regulamento Geral do Estatuto da Advocacia e da OAB, bem como o Código de Ética e Disciplina e dos Provimentos do Conselho Federal da OAB, ou seja, o advogado tem o dever de se sujeitar ao regime jurídico próprio da classe.

## **5.8 ANÁLISE DE MERCADO**

Para se analisar o mercado é necessário conhecer os possíveis clientes e concorrentes.

### **5.8.1 Estudo dos clientes**

A sociedade procura a excelência na prestação dos serviços advocatícios e na satisfação dos seus clientes, uma vez que, o escritório está nascendo do crescimento da carteira de clientes do sócio enquanto pessoa física. Essa carteira de contratos ainda permite aos sócios estarem próximos da cadeia que envolve o desde o primeiro atendimento até sua fase final, que é a satisfação do cliente na demanda e finalização do contrato firmado.

Como a sociedade foi constituída por sócios que previamente já exerciam a advocacia, ambos trouxeram uma gama de clientes anteriores. A carteira atual é composta pelos clientes prévios e os novos que ingressam após a formação da sociedade jurídica, totalizando 150 clientes e processos. Na análise da idade deles, observou-se que a maioria dos clientes existentes, 76%, possuem entre 30 e 50 anos, e os outros 24% são distribuídos por uma parcela que varia de 20 a 29 e de 51 a 70 anos de idade.

A escolaridade dos clientes varia entre ensino fundamental e ensino superior completo, sendo que 5% dos clientes possuem ensino fundamental completo, 10% dos clientes possuem ensino médio incompleto, 25% dos clientes possuem ensino médio completo, e, 60% dos clientes possuem ensino superior completo.

Essa análise contribui para que a sociedade advocatícia entenda seu público e saiba prescrever a forma de conduzir o atendimento e a presteza aos clientes, pois quanto maior o grau de instrução mais conhecimentos possuem e mais críticas com relação ao atendimento advocatício prestado terão.

A residência dos clientes em sua maioria está concentrada na região metropolitana de Belo Horizonte, sendo que: 93% na Região Metropolitana de Belo Horizonte, e os outros 7% distribuídos por Pouso Alegre, Gouveia, Três Corações, São Paulo e China.

Cem por cento da carteira foi composta por indicações, inicialmente de amigos, e com o passar dos quatro anos enquanto advogados pessoas físicas, novos clientes foram trazidos por indicações de clientes. Não houve estratégia de marketing ou divulgação, prática vedada pela Ordem dos Advogados do Brasil.

Contudo, ainda que impostas restrições para divulgação comercial pela Ordem dos Advogados, algumas estratégias possível e dentro dos limites éticos do Estatuto são possíveis e encontram-se em fase de implementação, tais como a criação de um site para apresentação dos sócios e portfólio de serviços jurídicos oferecidos, além do Instagram e do blog em que, semanalmente serão divulgadas informações de conteúdo relevante para a sociedade. Mesmo que indiretamente, essa estratégia serve como uma forma de propaganda indireta para captação de novos clientes e fortalecimento da marca.

A satisfação do cliente é garantida quando se tem uma prestação de serviço condizente com o que é proposto a ele. As propostas são apresentadas seguindo-se os pilares da transparência, por meio de soluções eficientes e inteligentes para cada demanda, aproximando-se ao máximo das atuais decisões jurisprudenciais. A transparência é fundamental para que o cliente se sinta seguro e não crie falsas expectativas diante de sua demanda. Assim, o resultado será sempre a satisfação do cliente com a consequente indicação em sua rede de relacionamentos.

Os serviços prestados pela sociedade têm uma tabela previamente definida pela Ordem dos Advogados do Brasil seção Minas Gerais, que traz como parâmetros valores mínimos a serem cobrados por cada tipo de serviço prestado.

O que leva os clientes a contratarem os serviços da sociedade é a qualificação dos advogados e o atendimento diferenciado prestado por eles, a segurança repassada aos clientes e a certeza de que os sócios estarão sempre disponíveis para responder as demandas encontradas na relação entre as partes.

### 5.8.2 Pesquisa com fornecedores

<b>Fornecedores</b>	<b>Cidade</b>	<b>Linha de produtos oferecidos</b>
Contabilidade para advogados	Belo Horizonte / MG	Serviço de contabilidade para advogados e escritórios
Certificadora Digital	São Paulo / SP	Certificado digital para acesso aos sistemas do judiciário
Escritório	Belo Horizonte / MG	Sala de reunião e endereço da sociedade.
Software Jurídico	São Paulo / SP	Software Jurídico para monitorar e gerenciar processos
OAB	Belo Horizonte / MG	Licença para advogar
Publicidade	Belo Horizonte / MG	Materiais publicitários e para impressão
Distribuidora de informática	Belo Horizonte / MG	Materiais de papelaria e materiais de escritório
Banco	Belo Horizonte / MG	Serviços bancários online

Com a experiência dos sócios anterior à sociedade, foram mantidos os fornecedores que já estavam com eles há pelo menos três anos, e permaneceram na sociedade como prestadores de serviços.

Houve a entrada de apenas três fornecedores: 1 - Banco Itaú como fornecedor da conta PJ; 2 – Empresa de Tecnologia como fornecedora do software jurídico; e, 3 – Empresa de Contabilidade exclusiva para sociedades advocatícias.

### 5.8.3 Pesquisa com concorrentes

A sociedade vê como principais concorrentes diretos três outros escritórios, Escritório A e Escritório B, ambos situados na região da Savassi em Belo Horizonte e de pequeno porte.

Embora muitas empresas possuam departamentos jurídicos próprios que, de modo geral respondem pela demanda corriqueira da empresa, ainda assim, é comum recorrer a escritórios especializados. Como a atuação jurídica é muito ampla e em causas complexas demanda conhecimento específicos, a busca por um escritório especializado na maioria das vezes traz segurança e confiança à gestão da empresa. Além disso, dispor de um departamento jurídico que consiga responder a todas as demandas de certas empresas sem dúvidas implicará no aumento de gastos da companhia.

Há um limbo repleto de empresas de pequeno e médio porte, abarrotadas de problemas de natureza jurídica, que poderiam ser resolvidos fora do contencioso, através da implantação de medidas preventivas, da educação jurídica de seus colaboradores, com boas consultorias ou, ainda, com a contratação de uma assessoria jurídica permanente, que é nosso foco.

Um exemplo foi nosso principal cliente. O contrato foi firmado por meio da contratação de assessoria jurídica permanente com custo mensal fixo. Além desse valor, o cliente arca com as despesas processuais, tais como custas, emolumentos, e pagamentos de eventuais condenações. Ou seja, não há gastos extras para a empresa como a contratação de funcionários, depósitos de fundo de garantia, décimo-terceiros salários, férias, etc. Além das economias com o departamento de pessoal, manter um quadro de funcionários que consiga responder a todas as demandas de uma empresa que fornece máquinas para todo o país, certamente implicará em gastos maiores do que a assessoria permanente por meio de nosso escritório.

Outro ponto no meio jurídico é que não há muito poder de barganha de fornecedores, pois para a advocacia achar o preço correto e competitivo dos serviços não se trata de um exercício de adivinhação, mas sim uma prática delimitada e estipulada pela tabela de valores da Ordem dos Advogados. Essa tabela impõe apenas os preços mínimos, que, de uma forma geral, são bem consideráveis. Além disso, grandes empresas se importam exclusivamente com a efetividade do serviço

prestado, colocando-se, assim, valores em segundo plano.

Os concorrentes possuem mais tempo de sociedade e com isso acabaram de ganhar um nova concorrente de porte pequeno, mais que tem como diferencial o acompanhamento exclusivo dos sócios aos clientes.

A sociedades concorrentes analisadas oferecem o mesmo serviço, porém, por contarem com um número maior de sócios e associados não oferecem uma prestação jurisdicional tão personalizada quanto a empresa em foco neste estudo.

Outra desvantagem da concorrência está no volume de serviço prestado, o escritório objeto desse estudo trabalha com um volume menor, para que se possa estar mais presente e próximo de clientes do escritório.

Sendo assim a SOCIEDADE DE ADVOGADOS deverá estar atenta, manter sua exclusividade e pessoalidade no atendimento aos clientes para consolidar-se como um excelente escritório de advocacia.

## 5.9 PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO – AMEAÇAS X OPORTUNIDADES

O Planejamento Estratégico tem importância expressiva para a sociedade, pois é por meio dele que visualizamos o mercado em que atuamos, elaborando meios e estratégias para conseguir ter um diferencial e mantermo-nos competitivos.

Na elaboração do Planejamento Estratégico são exibidas uma análise em que se apresenta as ameaças e oportunidades bem como as forças e as fraquezas.

<b>AMEAÇAS</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Surgimento de novos concorrentes na região</li> <li>- Aumento da precarização da profissão e defasagem na tabela de honorários advocatícios da OAB/MG</li> <li>- Concorrente já instalada em áreas próximas e com mais tempo de mercado que a sociedade.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Aumento de novos clientes</li> <li>- Atender os clientes de forma mais individualizada</li> <li>- Oportunidades de aumentar o rol de clientes e passar a atender pessoas jurídicas</li> </ul>
<b>FORÇAS</b>	<b>FRAQUEZAS</b>

<ul style="list-style-type: none"> <li>- Flexibilidade do horário de funcionamento</li> <li>- Atendimento personalizado para cada cliente e exclusividade no atendimento</li> <li>- Localização</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Já tem um concorrente instalado no andar imediatamente inferior ao nosso.</li> <li>- Falta de mão-de-obra especializada para agregar na equipe</li> </ul>
--	--

Lamentavelmente o meio jurídico é precarizado pelo excesso de mão de obra desqualificada no mercado. Números do Conselho Federal da OAB, dão conta de que hoje existem 1.198.028 advogados com inscrição ativa no país. Esse volume excessivo de mão de obra se enquadra como ameaça na medida em que o excesso de oferta precariza as relações de trabalho. Fizemos entrevistas para contratação de novos advogados no último ano que atraiu advogados com um nível de compreensão muito baixo. Certamente isso se deve a proliferação de faculdades de Direito, que formam pessoas em massa sem, contudo, se preocuparem com a qualidade do ensino.

A localização do escritório é considerada força, pois é possível perceber que os clientes ainda se impressionam com as instalações e a beleza do Edifício onde nosso escritório está localizado. Por se tratar de prédio de altíssimo padrão, a impressão passada aos clientes exclusivamente pela localização, beleza do prédio e sofisticação do escritório é, de um modo geral, a de que somos um escritório bem-sucedido. Não foram raros os comentários no último ano dos clientes que fizeram questão de demonstrar sua satisfação e surpresa positiva com a localização do escritório.

Ponto positivo da abertura de uma personalidade jurídica foi a ampliação de nossa capacidade de atuação, o que nos permitiu fornecer uma prestação jurisdicional também para empresas com a emissão de notas fiscais.

## 5.10 PLANO DE MARKETING

O Planejamento de Marketing é produzido por uma empresa de COMUNICAÇÃO E MARKETING, limitado à produção de material impresso para escritório com personificação, cartão de visita, pasta de documentos com a logo do escritório, materiais para assinaturas e personalização de meios de comunicação, criação de e-mails próprios da sociedade, página para divulgação de informações jurídicas com o nome da sociedade, criação de um canal exclusivo de interatividade com os clientes por meio da integração e automação de um software jurídico.

O primeiro ponto a ser viabilizado é a padronização do serviço e dos procedimentos do escritório, determinando a responsabilidade de quem será o responsável por acompanhar os prazos processuais. Treinamento para utilização da plataforma Advise de controle de processos e prazos, que alerta os responsáveis sobre os prazos a cumprir. Padronização do passo a passo para elaboração e protocolo de petições, ou para elaboração e envio de pareceres e por fim com estabelecimento de com qual antecedência as demandas devem estar prontas. Esses pontos são fundamentais para garantir a qualidade tanto a qualidade do serviço quanto para projetar nos clientes a ideia de unidade do escritório perante terceiros.

O segundo ponto a se dedicar é o marketing jurídico pensado na divulgação dos advogados e do escritório como um todo. Essa estratégia requer, essencialmente, conhecimento profundo do código de ética da OAB, de modo que se saiba o que é permitido e o que é proibido. Aqui, o foco será a produção de conteúdo jurídico, visando fornecer informações importantes a clientes em potencial, além de contribuir para a expor a especialidade de cada membro do escritório.

Por fim, o terceiro foco de plano de marketing está na definição do público-alvo. Essa é, sem dúvidas, uma das etapas mais importantes do planejamento de escritório, pois aqui será possível determinar e identificar quais segmentos oferecem mais oportunidades e também entender as necessidades básicas dos clientes. Nossa segmentação principal, com a abertura do escritório, será totalmente focada em grandes empresas multinacionais. Esse foco se deve à facilidade de comunicação de um de nossos sócios que além de conhecer 52 países, morou em quatro e fala três línguas fluentemente. Sem dúvidas esses foram fatores importantes nas primeiras conversas com a com nosso primeiro grande cliente. Cumprimentar os diretores em

chinês além do fato de previamente o sócio do escritório ter visitado a China e se portado como um admirador do país, sem dúvidas facilitou a conversa inicial e abriu um grande canal de comunicação entre as partes. Isso é uma atitude muito positiva, pois passa confiança e credibilidade do escritório. Outro fator é que a escolha do local do escritório foi pensada justamente por estar em um grande centro urbano, em um prédio de alto padrão e que é também base de operações de grandes empresas que utilizam andares inteiros do edifício, um exemplo é a *booking.com* que está localizado no mesmo prédio do escritório.

Além disso, a escolha de um local moderno e sofisticado serve como suporte para se criar estratégias de Marketing Jurídico Digital, seja focado na produção de conteúdos voltados para redes sociais, seja por meio de e-mail marketing ou investimentos em anúncios. A estratégia será focar os anúncios e investimentos em marketing voltado para o público-alvo. Assim, após se determinar o perfil dos futuros clientes escritório, deverá se estabelecer quais os canais de comunicação serão utilizados para que se possa direcionar o conteúdo ao público-alvo, sintetizando-se as características e atuação do escritório, para que se possa direcionar o conteúdo ao público-alvo do escritório.

## **5.11 LOCALIZAÇÃO DO NEGÓCIO**

A localização do escritório foi bem pensada para dar conforto, sofisticação e acessibilidade aos clientes e possíveis clientes. A região escolhida foi o Bairro Savassi em Belo Horizonte/MG, pois ela preenche os requisitos mencionados.

A unidade física para receber os clientes fica em um prédio moderno, sofisticado e que conta com escritório de grandes empresas no país, como por exemplo o escritório da *booking.com* no Brasil. Assim, foi adquirida uma sala moderna, com a montagem de um escritório inteligente, sofisticado e acolhedor. A estrutura permite realizar reunião com até 12 pessoas com conforto e atendimento personalizado.

O escritório foi adquirido e finalizado previamente à constituição da sociedade.

## 5.12 PLANO FINANCEIRO

Os custos fixos mensais são enxutos, uma vez que a sociedade utiliza da sala originariamente adquirida por um de seus sócios enquanto pessoa física, o que elimina o custo de locação de imóveis. Assim, os custos financeiros limitam-se às despesas de 2 funcionários (uma recepcionista e uma copeira/faxineira) e gastos com luz, internet.

Para o planejamento financeiro, foi considerado o IGP-M, que no acumulado do ano de 2020 ficou em 23,14%, a maior variação acumulada desde 2002,

As reavaliações de fluxo de caixa são feitas trimestralmente para ajuste de valores do plano de negócios.

Para a metodologia de planejamento, foi utilizado o PDCA (Plan – Do – Check – Action), CAMPOS (1999). No planejamento foram definidas metas, no fazer os treinamentos, execução e coleta de dados, no Checar chegamos as metas X resultados e na ação as prevenções, melhorias e correções.

As metas definidas foram:

- aumentar faturamento anual em 20%;
- reduzir custo fixo em 10%;
- pagar as contas em dia;
- não pegar empréstimos para capital de giro;
- ter no mínimo 20 clientes ativos no ano;
- aumentar a carteira de clientes.

Colocando as estratégias em prática definimos os processos internos, cada sócio deverá ter no mínimo 10 clientes em atendimento para conseguir atingir a meta de faturamento, o caixa mínimo definido será de R\$ 100.000,00 ano para cobrir eventuais despesas ou períodos de baixa de receita, mantendo os contratos com prestadores de serviços.

Avaliamos trimestralmente o planejamento e as ações para verificar se está sendo praticado o que foi determinado e para criar estratégias, novos prazos e definir novas metas.

Na ação conseguimos trazer o plano do fluxo financeiro para a realidade e ter

a real noção do que foi planejado X o que está sendo realizado. Avaliamos todos os aspectos, desde clientes X atendimento X rentabilidade de cada um para saber se teremos que tomar ações preventivas ou corretivas trazendo o planejamento futuro para o presente e projetando cenários diferentes que possibilitem novos planos de ação.

<b>ESTIMATIVA DE CUSTOS FIXOS ANUAIS</b>			
<b>Nome</b>	<b>Valor unitário</b>	<b>Quantidade necessária - anual</b>	<b>Valor total</b>
Certificadora Digital	R\$ 110,00	2	R\$ 220,00
Plano de telefonia	R\$ 159,90	12	R\$ 1.918,80
Contabilidade	R\$ 339,00	12	R\$ 4.068,00
Condomínio	R\$ 350,00	12	R\$ 4.000,00
Software Jurídico	R280,00	12	R\$ 3.360,00
Anuidade OAB	R\$793,77	2	R\$ 1.587,54
Publicidade	R\$4.000,00	1	R\$ 4.000,00
Papelaria	R\$50,00	12	R\$ 600,00
Banco	R\$99,00	12	R\$ 1.188,00
Salário Recepcionista	R\$1800,00	13,3	R\$ 23.940,00
Salário Copeira	R\$1.350,00	13,3	R\$ 17.955,00
GPS-DAS	R\$971,32	12	R\$ 11.655,84
<b>TOTAL DE GASTOS ANUAL</b>			<b>R\$74.493,18</b>

### 5.13 CAPITAL DE GIRO

	Valor (R\$)
Investimento inicial	R\$ 80.000,00
Caixa mínimo	R\$20.000,00
Capital de giro (estoque inicial + caixa mínimo)	R\$100.000,00

### 5.14 CAIXA MÍNIMO

	Valor (R\$)
Custo fixo mensal	R\$ 6.207,77
Custo variável	R\$500,00
Custo total da empresa (fixo + variável)	R\$ 6.707,77
Custo total diário (custo total ÷ 30 dias)	R\$349,29
Necessidade líquida	R\$120,00
Caixa mínimo (Custo diário x Necessidade líquida)	R\$7.177,06

### 5.15 GANHOS MENSAIS

Os sócios terão um pró-labore mensal para suas despesas pessoais, estimados inicialmente em R\$10.000,00 (dez mil reais)

Os ganhos anuais podem variar drasticamente, uma vez que, os clientes não são fixos e os processos judiciais possuem prazos variáveis entre médio e longo prazo, sendo que a divisão dos lucros irá corresponder a sua quota na sociedade.

No primeiro ano de funcionamento, qual seja, 2020, a receita bruta do escritório foi R\$297.000,00 (duzentos e noventa e sete mil reais), o que gerou um ganho bruto mensal médio de R\$24.750,00 (vinte e quatro mil, setecentos e cinquenta reais).

Deduzindo-se as despesas fixas mensais (R\$7.177,06) e o pró-labore dos dois sócios (R\$9.000,00), o escritório obteve em média um lucro líquido mensal de R\$8.572,94 (oito mil, quinhentos e setenta e dois reais e noventa e quatro centavos), fechando o primeiro ano com um saldo em caixa de R\$102.975,30 (cento e dois mil, novecentos e setenta e cinco reais e trinta centavos), que foi mantido em caixa, sem redistribuição face à situação temerária do planeta vivida atualmente em função da pandêmica provocada pela COVID.

## 6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Cada vez mais novas pequenas empresas surgem no mercado, gerando riquezas e mão de obra. Muitos empreendedores estão se qualificando para conseguir administrar de forma mais correta as atividades de suas empresas, possibilitando a todos os envolvidos ter clareza e envolvimento com os processos.

Esse plano iniciou-se exatamente há um ano, ou seja, em março de 2020, e apesar de toda incerteza trazida pela COVID-19, foi possível fechar um ano saudável financeiramente encerrando as atividades com um saldo de positivo para cobrir todas as despesas de 2021.

Tudo isso possibilitou a abertura e acompanhamento de um novo empreendimento em meio à maior crise das últimas décadas, preparando-nos para enfrentar o mercado, passar tranquilamente por ameaças, oportunidades, trabalhar nossas forças e fraquezas e demais dados necessários para conseguir desenvolver nossos trabalhos e comercializar produtos e serviços de forma eficiente e sustentável.

Nesse contexto, para o desenvolvimento desse plano de negócio, o objetivo geral e os objetivos específicos foram atendidos, pois se verificou por meio de dados a necessidade de abertura da sociedade em Belo Horizonte/MG, mesmo passando por uma crise que fez com que milhões de empreendedores aguardassem a evolução do cenário em meio a pandemia.

Os planejamentos e análises necessárias foram concluídos. Primeiramente verificou-se os aspectos mercadológicos por meio de pesquisas realizadas com clientes, concorrentes e fornecedores, possibilitando uma melhor visualização do mercado.

Os preços estão sendo os mesmos impostos pela tabela da Ordem dos Advogados do Brasil, seção Minas Gerais, com o diferencial do atendimento personalizado e flexibilidade nas negociações, gerando assim vantagem competitiva no mercado e expandido o raio de atuação e, ainda, mantendo-se financeiramente saudável em meio a um cenário de crise mundial.

Para o planejamento financeiro foram calculados os gastos mensais e anuais, o que possibilitou chegar a uma conclusão da análise do negócio, mostrando-se viável e vantajoso para a sociedade advocatícia aberta.

## REFERÊNCIAS

DOLABELA, Fernando. **Oficina do empreendedor**. São Paulo: Cultura: Editores Associados, 1999.

DORNELAS, José Carlos de Assis. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. Rio de Janeiro: Campus, 2001

ARAÚJO, Thiago Cássio D'Ávila. **Conceito e características da advocacia**. *Revista Jus Navigandi*, ISSN 1518-4862, Teresina, ano 11, n. 1032, 29 abr. 2006. Disponível em: <https://jus.com.br/artigos/8324>. Acesso em: 5 maio 2020.

LUTTJOHANN, João Felipe. **Análise e formulação estratégica em microempresas: O caso da romeu moda masculina**. 2013

JOHNSTON, C. G.; DANIEL, M. J. Relatório n. 108-93 de 1993. **Setting the direction: management by planning: lessons from the third international executive study tour on total quality management**. The Conference Board of Canada, Ottawa, 88 p., 1993.

CAMPOS, Vicente Falconi. **TQC? Controle da Qualidade Total (no estilo japonês)**. Belo Horizonte, MG: Editora de Desenvolvimento Gerencial, 1999

CITeB, Centro de Inovação Tecnologia de Biguaçu, **Modelo de Plano de Negócio Simplificado**

CEAG/MG. **Programa microempresa**. Belo Horizonte: CEAG, 1987, 83p.il.

PROGRAMA de desenvolvimento de empreendedores: plano de negócios. Belo Horizonte: Sebrae MG (19--).

SEBRAE. **Como elaborar um plano de negócios**. Brasília, 2013: Sebrae

BRASIL. **RESOLUÇÃO N. 02/2015 da Ordem dos Advogados do Brasil**, Conselho Federal, Brasília, 19 de outubro de 2015. Disponível em <https://www.oab.org.br/arquivos/resolucao-n-022015-ced-2030601765.pdf>, consulta 21/04/2021.