

## ANÁLISE SITUACIONAL DO SETOR ADVOCATÍCIO DE CACOAL

## SITUATIONAL ANALYSIS OF THE CACOAL LAW SECTOR

Adriano Camiloto da Silva<sup>1</sup>  
Renata da Rocha Ribeiro<sup>2</sup>**RESUMO**

O presente artigo discorre sobre a análise do setor advocatício de Cacoal. O estudo realizado tem como objetivo principal analisar o setor advocatício, utilizando o modelo estratégico de Porter. Os objetivos específicos incluem descrever a importância desse setor na cidade, analisar as forças competitivas que o examinam e examinar as estratégias usadas pelos advogados para se destacarem. Isso é relevante porque a advocacia desempenha um papel crucial na justiça e no sistema legal, oferecendo aconselhamento jurídico e representação em diversas áreas legais. Caracteriza-se como pesquisa exploratória-descritiva com abordagem qualitativa, sendo utilizadas as técnicas de coletas de dados a pesquisa bibliográfica e o questionário eletrônico. O universo pesquisado foram os advogados com registro da Ordem dos Advogados do Brasil (OAB) atuantes na subseção de Cacoal. Com este estudo foi possível identificar a importância do setor para o município, sendo ele por meio do cumprimento das leis a sociedade e contribuição social pela subseção da cidade. No quesito forças de Porter, foram analisadas 4 das 5 forças, chegando à conclusão de que a ameaça de novos entrantes é alta, porém o mercado ainda permite que ingressem no setor e consigam se destacar. Os concorrentes existentes existem, no entanto, o setor dispõe de um vasto ramo para atuação pública ou privada, deixando a qualificação e tempo de experiência a competir entre si. Sobre o poder de compra dos compradores conclui-se que os clientes estão atentos aos custos dos serviços prestados. Ameaças de serviços substitutos: ainda é baixa pelo motivo que o atendimento e execução do processo não é padronizado, diminuindo a possibilidade de serviços substitutos. Foi possível explicar sobre o setor advocatício juntamente com as forças de Porter a fim de conhecer o setor no município e instigar pesquisas posteriores sobre a ferramenta.

**PALAVRAS-CHAVES:** Setor advocatício. Forças de Porter. Ordem do Advogados (OAB).

**ABSTRACT**

This article discusses the analysis of the legal sector in Cacoal. The main objective of the study carried out is to analyze the legal sector, using Porter's strategic model. Specific objectives include describing the importance of this sector in the city, analyzing the competitive forces that influence it, and examining the strategies used by lawyers to stand out. This is relevant because law plays a crucial role in justice and the legal system, offering legal advice and representation in a variety of legal areas. It is characterized as exploratory-descriptive research with a qualitative approach, using data collection techniques such as bibliographical research and electronic questionnaires. The universe researched were lawyers registered with the Brazilian Bar Association (OAB) working in the Cacoal subsection. With this study it was possible to identify the importance of the sector for the municipality, through compliance with the laws society and social contribution by the subsection of the city. In terms of Porter's forces, 4 of the 5 forces were analyzed, reaching the conclusion that the threat of new entrants is high, but the market still allows them to enter the sector and be able to stand out. Existing competitors exist, however, the sector has a vast field for public or private activity, leaving qualifications and experience to compete with each other. Regarding the purchasing power of buyers, it can be concluded that customers are

<sup>1</sup> Mestre em Administração pela FEAD e graduado em Administração pela UNIR. Docente em Administração e pesquisador da Universidade Federal de Rondônia – UNIR, Campus Prof. Francisco Gonçalves Quiles. E-mail: camiloto@unir.br

<sup>2</sup> Graduada em Administração da UNIR. E-mail: renataribeirorochoa@gmail.com

aware of the costs of the services provided. Threats of substitute services: still low because the service and execution of the process is not standardized, reducing the possibility of substitute services. It was possible to explain about the legal sector together with Porter's forces in order to get to know the sector in the city and instigate further research on the tool.

**KEYWORDS:** Legal sector. Porter Forces. Brazilian Lawyers Association (BLA).

## INTRODUÇÃO

Empreender em um escritório de advocacia é um grande passo, mas é preciso mantê-lo de forma lucrativa no mercado. Esse é um dos primeiros desafios na adequação administrativa do setor advocatício, afinal, há muitas adversidades como burocracia, custo com mão de obra, etc. que devem ser consideradas. Por esse motivo, praticar a gestão se faz necessário. É preciso conhecer os diversos custos, saber como classificá-los e alocá-los de maneira estratégica para que o negócio se mantenha lucrativo, próspero e competitivo em meio à concorrência.

É importante que o advogado aprimore seu lado gestor, adequando seu negócio como um empreendimento que deva ser conduzido com a prerrogativa de um diagnóstico empresarial cujo objetivo analise o ambiente interno, os pontos fortes e pontos fracos e o ambiente externo as oportunidades e ameaças para adequar a estratégia planejada.

Tão importante quanto uma empresa em funcionamento é conhecer seu posicionamento dentro do mercado. O profissional de direito após enfrentar vários anos do curso superior, prova da Ordem dos Advogados do Brasil (OAB), está habilitado a atuar em diversas áreas relacionadas ao campo jurídico, como advocacia, a magistratura, o ministério público, e a defensoria, entre outras. Ao abrir um escritório de advocacia ou atuar como profissional liberal, o empreendedor advocatício busca atingir o mesmo objetivo que qualquer outra firma: gerar lucros. Para isso é necessário exercitar os fundamentos da administração e que permitem analisar os cenários, podendo elaborar estratégias mais efetivas para o seu destaque, a permanência e o firmamento no mercado.

Inseridos em um mercado cada vez mais complexo e competitivo, os escritórios de advocacia devem se adaptar e garantir a eficiência nos seus procedimentos operacionais, garantindo a excelência na atuação. Soma-se a este panorama o aumento constante da concorrência. Cacoal é um polo universitário, onde semestralmente o mercado recebe novos profissionais do direito para competirem e conquistarem a sua fatia de clientes. Com base nessas informações, o presente artigo visou realizar uma análise situacional do setor advocatício do município de Cacoal (RO) na visão dos advogados.

O artigo tem como objetivo principal identificar a situação do setor advocatício da cidade de Cacoal (RO), conforme o modelo estratégico de Porter. E como objetivos específicos: descrever a importância do setor advocatício em Cacoal (RO); descrever a atuação das forças competitivas do setor advocatício e verificar as estratégias utilizadas pelos profissionais da área para destacar-se no setor.

A escolha do tema é relevante pois a advocacia é uma profissão antiga e respeitada, com uma longa história de contribuições para a justiça e para o funcionamento adequado dos sistemas legais em todo o mundo. O setor advocatício presta serviços jurídicos, a fim de auxiliar a pessoa física e jurídica a resolverem seus processos jurídicos. Atuam como representantes legais de seus clientes, oferecendo aconselhamento jurídico, preparando e apresentando casos perante os tribunais, e negociando em nome de seus clientes em diversas questões legais, como disputas civis, casos criminais, questões de família, direito do trabalho, direito empresarial, direito tributário, entre outros. Eles ajudam os indivíduos a entenderem seus direitos e obrigações, os instruindo pelo complexo sistema legal e a alcançar uma resolução para suas questões legais.

Apesar desta importância, observa-se que, do ponto de vista empresarial, os escritórios de advocacia são geridos de forma empírica e com baixa profissionalização. Isto é notório quando se constata que há com frequência a falta de registros financeiros, de um planejamento estratégico elaborado e até mesmo a constante mistura entre os gastos pessoais e jurídicos.

Desse modo, a pesquisa traz como benefício contribuir com uma análise da estratégia adotada pelos profissionais do direito que atuam na cidade, podendo auxiliá-los a promover melhorias, fomentando o desenvolvimento e a fidelização de mais clientes/cooperados.

1

2

## **1 O SETOR ADVOCATÍCIO: IMPORTÂNCIA E DESENVOLVIMENTO**

A importância do setor é evidente em diversas áreas da vida, como negócios, direito civil, penal, trabalhista, ambiental, entre outras. Sem os serviços jurídicos prestados por advogados, seria difícil garantir o cumprimento das leis, defender os direitos dos cidadãos e resolver conflitos de maneira justa e eficiente.

Segundo Código de Ética e Disciplina da OAB: “Art. 3º O advogado deve ter consciência de que o Direito é um meio de mitigar as desigualdades para o encontro de soluções justas e que a lei é um instrumento para garantir a igualdade de todos.” O setor advocatício desempenha um papel fundamental na sociedade, pois oferece serviços jurídicos para proteger os direitos e interesses das pessoas, empresas e organizações. Os advogados são responsáveis por interpretar as leis, fornecer aconselhamento jurídico, representar seus clientes em tribunais e processos, e ajudar a resolver disputas legais.

Carvalho *et. all* (2022) afirma que uma das ferramentas que devem ser utilizadas e que sempre está em aperfeiçoando é o networking em que estabelece uma boa rede de contado com outros profissionais do setor. Estratégia do networking amplia o conhecimento e visão do escritório, oportunizando conhecimento, novos clientes por meio de indicação e progressão do escritório.

Ao desempenhar suas atividades jurídicas em prol da necessidade do cliente, Ferretti & Alvares (2015) afirmam que no meio judiciário a informação é a matéria prima que antes encontrava-se em livros e arquivos e atualmente encontra-se os autos judiciais na internet (excetos os sigilosos) que ficam a disposição a todos e a qualquer lugar.

Alexandrino & Araújo (2022) apresentam que o advogado dever estar atento e integrado com o impacto que a tecnologia tem na advocacia: que otimiza a gestão de recursos através de softwares jurídicos atendendo diretamente ao cliente com qualidade, agilidade e eficácia. Os três elementos que são gestão, tecnologia e inovação, são potenciais em desenvolvimento de modelo estratégico para a organização advocatícia.

Para Pires, Lopes & Valls (2013), os escritórios de advocacia são considerados empresas do conhecimento, conhecimentos estes gerados a partir da gestão da informação coletadas através de três fontes, conforme quadro 01 a baixo:

**Quadro 01:** Três fontes geradora de informação nos escritórios de advocacia

|                             |   |
|-----------------------------|---|
| <b>Produção jurídica</b>    | Elaborados por advogados ou consultores jurídicos com a perspectiva de apresentar opiniões e suposições a respeito de determinadas questões jurídicas. Podem ser usados tanto por empresas quanto por particulares que buscam orientação jurídica   |
| <b>Produção intelectual</b> | É fundamental que seja elaborada com base em informações mantidas e consistentes, apresentando argumentos bem fundamentados e coesos. Além disso, é importante que sejam respeitadas as normas e padrões de cada tipo de documento, como a estrutura, a formatação e as referências bibliográficas  |
| <b>Produção externa</b>     | A doutrina, a legislação e a jurisprudência são fontes do Direito que se complementam e se influenciam mutuamente. A doutrina influencia a elaboração da legislação e a interpretação da jurisprudência, enquanto a jurisprudência pode influenciar a produção doutrinária e a elaboração de novas leis. Já a legislação é o produto resultante do processo legislativo e pode ser objeto de interpretação pelos tribunais e pela doutrina. |

Fonte: Pires, Lopes & Valls (2013).

É importante ressaltar que a produção externa no âmbito do Direito é fundamental para o desenvolvimento do conhecimento jurídico e para a aplicação correta das normas jurídicas. A produção doutrinária contribui para a criação de novas soluções para problemas jurídicos complexos, enquanto a jurisprudência permite a adaptação das normas jurídicas às mudanças sociais e tecnológicas. Por sua vez, a legislação é o instrumento principal para a criação de normas jurídicas que regulam as relações sociais.

## 2. AS PRESSÕES DE MERCADO

Para Mclean, Turban e Wetherbe (2004, p.32) os fatores ambientais, organizacionais e tecnológicos tem gerado um cenário altamente competitivo em que o foco é agradar ao cliente. Pressão de negócios, são forças inerentes as naturezas da empresa, podendo vir de diversos fatores, como a concorrência acirrada, a busca constante por inovação e a necessidade de manter-se relevante para o público consumidor. Nesse contexto, é importante entender como lidar com essas pressões e como transformá-las em oportunidades para crescer e se desenvolver no mercado.

Mclean, Turban e Wetherbe (2004, p.32) afirma que as pressões do mercado da qual as empresas são submetidas provem de quatro tópicos:

### Quadro 02: Pressões do mercado

|  |   |
|--|---|
| <b>Economia Globalizada e Forte Concorrência</b> | Onde as empresas são constantemente pressionadas a melhorar seus processos, reduzir custos, inovar em seus produtos e serviços e aumentar sua eficiência em geral |
| <b>A natureza Mutante da Força de Trabalho</b>   | A força de trabalho passa por aceleradas transformações, especialmente nos países desenvolvidos   |
| <b>Cliente com Maior Poder</b>                   | Fácil acesso as informações do produto/serviço, comparam preços e informam o preço que estão dispostos a pagar.   |
| <b>Gestão do Relacionamento com os Clientes</b>  | As empresas aumentaram os esforços para conseguir mais clientes e, sobretudo, mantê-los.  |

Fonte: Mclean, Turban e Wetherbe (2004).

A primeira pressão que muitos empresários enfrentam é a competição. Em um mercado cada vez mais competitivo, é essencial encontrar formas de se diferenciar dos demais jogadores do mercado. Para isso, é necessário estar sempre atento às tendências do setor e buscar novas estratégias que possam ser integradas para destacar-se frente aos concorrentes.

A pressão dos ambientes de mercado gera um ambiente chamado “hiper

competição”. Carvalho & Laurindo (2010) explicam que as empresas, ao imitar seus concorrentes, reforçam a competição, igualando o confronto e deixando de agir com estratégias. Fatores assim favorecem ao desempenho operacional, no entanto implica em abrir mão de algumas coisas em favor de outras, podendo fazer a empresa abdicar de cliente ou receitas que demonstram ser pouco atraentes.

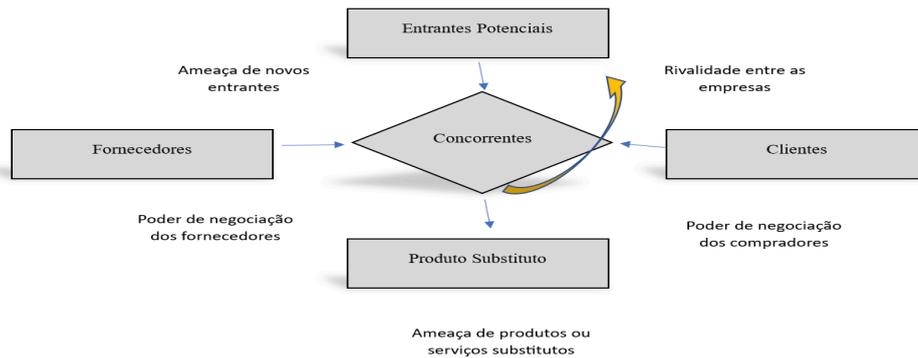
Outra pressão comum no mercado é uma necessidade constante de inovação. Os consumidores estão cada vez mais exigentes e buscam produtos e serviços que reforçam soluções criativas e eficientes para seus problemas. Por isso, as empresas precisam estar em constante evolução, seja através do lançamento de novos produtos ou serviços, da implementação de tecnologias de ponta ou da melhoria contínua de seus processos internos.

Além disso, as pressões do mercado também podem vir na forma de mudanças rápidas e imprevisíveis. As tendências de consumo podem mudar de uma hora para outra, o que exige que as empresas estejam sempre preparadas para se adaptar às mudanças do mercado. Isso significa estar sempre atento às necessidades dos clientes e às demandas do setor, bem como ter flexibilidade para ajustar as estratégias e planos de negócios conforme as mudanças acontecem.

### **3. FORÇAS DE PORTER**

As Forças de Porter são uma das principais ferramentas de análise de mercado utilizadas por empresas de todo o mundo. Desenvolvida por Michael Porter, professor da Harvard Business School, essa metodologia visa ajudar as organizações a entenderem o ambiente competitivo em que operam e se posicionam de forma estratégica no mercado.

Porter (2004) afirma que são compostas por cinco fatores que influenciam diretamente a concorrência entre as empresas: ameaça de novos entrantes, poder de negociação dos fornecedores, poder de negociação dos clientes, ameaça de produtos ou serviços substitutos e intensidade da rivalidade entre os concorrentes. Esses fatores têm o potencial de afetar significativamente o sucesso de uma empresa, por isso é importante que os gestores os entendam e saibam como lidar com cada um deles.



**Figura 01:** Esquema das forças competitivas de Porter.

Fonte: Porter (1986)

A análise das Forças de Porter é uma abordagem sistemática que permite às empresas identificar as principais ameaças e oportunidades em seu mercado-alvo. Com base nessa análise, as empresas podem desenvolver estratégias para enfrentar a concorrência e alcançar seus objetivos de negócios. Além disso, a metodologia também ajuda as empresas a entenderem melhor seus pontos fortes e perceberem e identificarem áreas em que precisam melhorar para competir de forma mais eficaz.

Em resumo, as Forças de Porter são uma ferramenta poderosa para ajudar as empresas a entenderem o ambiente competitivo em que participam e desenvolvem estratégias para competir com sucesso. Ao analisar os fatores que influenciam a competição, as empresas podem identificar oportunidades de mercado, melhorar seu posicionamento e aumentar suas chances de sucesso a longo prazo. A análise das Forças de Porter é uma parte importante do planejamento estratégico de qualquer empresa que queira se manter competitiva no mercado.

#### 4 PANORAMA DO SETOR ADVOCATÍCIO EM CACOAL

Os dados foram coletados através de um questionário estruturado, onde os gestores responderam sobre diversos fatos e aspectos referentes ao seu escritório de advocacia. Os participantes – no total de 32 – responderam qualitativamente sobre a atual situação do setor advocatício de Cacoal (RO).

Para levantamento das respostas, foi aplicado um questionário eletrônico, contendo 25 questões sendo composto por dezesseis questões (fechadas) e 9 questões (abertas) referente a caracterização da empresa e de autônomos acerca da situação atual do setor

advocatício de Cacoal (RO). As respostas colhidas possibilitaram realizar uma análise o setor e atenderam aos requisitos necessários para responder aos objetivos da pesquisa.

Situação do setor advocatício de Cacoal-RO segundo os advogados participantes da pesquisa foram expressadas da seguinte forma

### Quadro 03: Situação do setor advocatício de Cacoal-RO

**Muita concorrência:** A maioria dos advogados expressou a percepção de que o mercado advocatício em Cacoal é altamente competitivo. A presença de muitos profissionais nesse segmento pode criar um ambiente desafiador para estabelecer e expandir uma prática jurídica.

**Muitos profissionais recém-formados e sem experiência:** Alguns advogados observaram a presença significativa de profissionais recém-formados, muitos dos quais podem estar entrando no mercado de trabalho sem uma extensa experiência prática. Isso pode impactar a dinâmica do mercado, com advogados mais experientes competindo com novos talentos em busca de oportunidades

**Muitos profissionais altamente qualificados:** A existência de profissionais altamente diferentes pode enriquecer o ambiente jurídico local, contribuindo para a oferta de serviços de alta qualidade e permitindo que os clientes acessem especializações específicas do Direito com confiança.

Fonte: Dados da pesquisa, 2023.

Pode-se observar que, apesar da concorrência e da presença de recém-formados, há uma parcela significativa de advogados na região que possuem um alto nível de expertise e conhecimento em suas respectivas áreas de atuação.

Quando questionado se o setor advocatício tem atraído novos profissionais observa-se que a grande maioria 87,5% responderam que sim usando a justificativa de que permite um ramo vasto de carreira pública ou privada e também por ser um setor muito atrativo e conceituado, já 12,5% acreditam que não, pois é um setor já saturado.

Com relação aos critérios que os clientes utilizam para a escolha do profissional do setor advocatício, foram sinalizados os seguintes:

### Quadro 04: escolha do profissional do setor advocatício

|   |        |
|---|--------|
| Excelência no atendimento, Reputação dos profissionais  | 25%    |
| Reputação dos profissionais, Especialização em áreas específicas (ex. criminal, cível etc)  | 15,63% |
| Especialização em áreas específicas (ex. criminal, cível etc)   | 12,5%  |
| Reputação dos profissionais   | 9,38%  |
| Excelência no atendimento   | 6,25%  |
| Excelência no atendimento, Especialização em áreas específicas (ex. criminal, cível etc), Tempo de atuação dos profissionais da área                              | 6,25%  |
| Tempo de atuação dos profissionais da área  | 6,25%  |
| Especialização em áreas específicas (ex. criminal, cível etc), Tempo de atuação dos profissionais da área   | 3,13%  |
| Excelência no atendimento, Especialização em áreas específicas (ex. criminal, cível etc)  | 3,13%  |
| Excelência no atendimento, Reputação dos profissionais, Especialização em áreas específicas (ex. criminal, cível etc), Tempo de atuação dos profissionais da área | 3,13%  |

|  |       |
|--|-------|
| Reputação dos profissionais, Especialização em áreas específicas (ex. criminal, cível etc), Tempo de atuação dos profissionais da área | 3,13% |
| Reputação dos profissionais, Tempo de atuação dos profissionais da área  | 3,13% |
| Não responderam a pergunta   | 9,77% |

Fonte: Dados da pesquisa, 2023.

A análise da resposta à pergunta sobre os critérios que os clientes utilizam para escolher um profissional do setor de advocatício revela que dois critérios foram sinalizados como sendo de grande importância. 25% dos profissionais indicou a excelência no atendimento como um seletivo chave indica que os clientes valorizam não apenas o conhecimento jurídico do profissional, mas também a qualidade do serviço prestado. Isso inclui uma comunicação eficaz, uma atenção às necessidades do cliente e uma capacidade de estabelecer uma relação de confiança. Da mesma forma, 25% dos entrevistados destacaram a reputação dos profissionais como um destaque relevante. A notificação de um advogado é um indicativo importante da sua competência e integridade. Os clientes podem confiar mais em profissionais que possuem uma boa confiança no mercado.

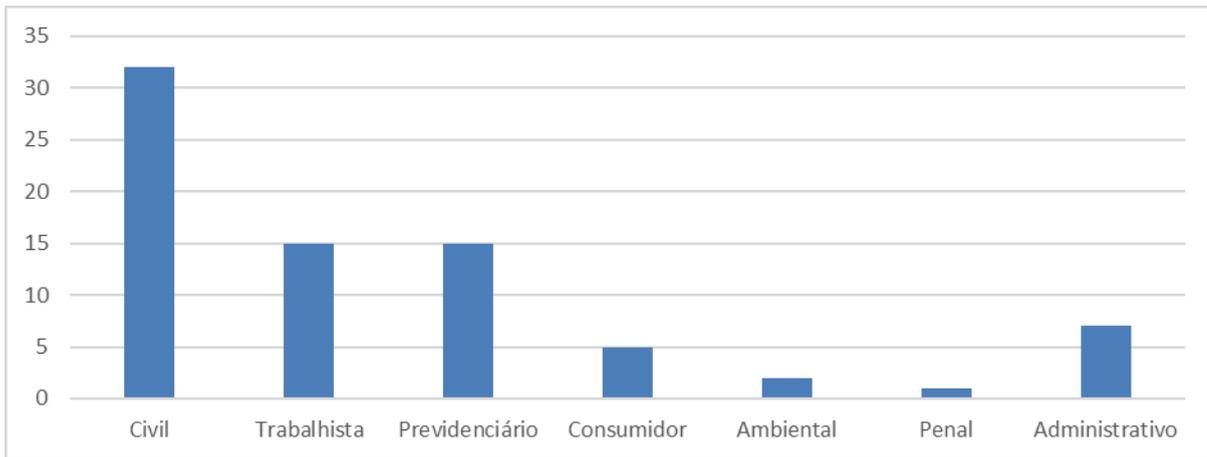
## 5 CARACTERIZAÇÃO DOS PROFISSIONAIS E ESCRITÓRIOS ADVOCATÍCIOS

Os entrevistados foram os advogados que estão ativos na comarca de Cacoal sendo eles autônomos, servidores públicos e ou advogados com empresa física. O perfil deles revelou que dos participantes 66% público feminino e 34 % público masculino.

Dos respondentes o quantitativo foi de 32 entrevistados, da qual representa 3% formado na Faculdade de Rolim de Moura (FAROL), 12% na faculdade Centro Universitário Luterano de Ji-Paraná (CEULJI/ULBRA), 47% na faculdade Faculdades Integradas de Cacoal (UNESC) e 38 % Fundação Universidade Federal De Rondônia – (UNIR) Câmpus Professor Francisco Gonçalves Quiles, sendo 62% formando de instituição Privada e 38% de instituição pública.

A área de atuação ficou distribuída da seguinte forma:

### Gráfico 01: Área de atuação



Fonte: Dados da pesquisa, 2023.

Todos os 32 entrevistados possuem uma especialização em Direito Civil. Isso indica que a maioria dos entrevistados possui uma formação ou prática sólida nessa área, o que pode ser explicado pelo amplo escopo do Direito Civil e sua relevância em diversas situações legais. Quinze dos 32 entrevistados possuem especialização em Direito Trabalhista. Isso sugere que uma parcela significativa dos entrevistados está envolvida em questões legais relacionadas ao mercado de trabalho, incluindo relações empregador-empregado e leis trabalhistas. Outros 15 entrevistados também possuem especialização em Direito Previdenciário. Isso reflete o crescente interesse e demanda por profissionais especializados em questões previdenciárias, como contribuições e benefícios sociais. Cinco entrevistados possuem especialização em Direito do Consumidor. Isso pode indicar um foco na proteção dos direitos dos consumidores e lidar com questões relacionadas a contratos de consumo e responsabilidade. Percebe-se pouco interesse a área ambiental e penal.

A grande maioria dos escritórios atuam com três profissionais, esse número representa 34%, seguido de 18% com 2 profissionais, 0,9% correspondem aos autônomos, os outros 47,1% possuem em seus escritórios de 4 a 10 profissionais.

## 6 INTENSIDADE DA RIVALIDADE ENTRE OS CONCORRENTES EXISTENTES

A rivalidade entre os concorrentes existente e acaba mostrando o posicionamento do setor.

A rivalidade entre os concorrentes existentes assume a forma corriqueira de disputa por posição – com o uso de táticas como concorrência de preços, batalhas de publicidade, introdução de produtos e aumento dos serviços ou das garantias ao cliente. A rivalidade ocorre porque um ou mais concorrentes sentem-se pressionados ou percebem a oportunidade de melhorar sua posição.” (Porter, 1986, p.3)

Sobre a temática, a pesquisa apontou as respostas destacadas abaixo:

**Quadro 05:** Sobre a rivalidade entre as empresas existentes no setor

|   | Discordo totalmente | Discordo parcialmente | Indiferente | Concordo parcialmente | Concordo plenamente |
|---|---------------------|-----------------------|-------------|-----------------------|---------------------|
| Existe grande número de concorrentes, com relativo equilíbrio em termos de tamanho e recursos.        | 0%                  | 19%                   | 16%         | 37,50%                | 28%                 |
| O setor em que se situa o negócio mostra um lento crescimento. Uns prosperam em detrimento de outros. | 25%                 | 31%                   | 9%          | 21,88%                | 13%                 |
| Custos fixos altos e pressão no sentido de prestar o máximo de serviços para cobrir estes custos.     | 9%                  | 13%                   | 16%         | 37,50%                | 25%                 |
| Acirrada disputa de preços entre os concorrentes.   | 3%                  | 19%                   | 9%          | 40,63%                | 28%                 |
| Não há diferenciação entre os serviços prestados pelos concorrentes.                                  | 53%                 | 25%                   | 6%          | 12,50%                | 3%                  |

Fonte: Dados da pesquisa, 2023.

A observação dos resultados elucida várias indagações naturais. Observamos que a afirmativa "Existe grande número de concorrentes, com relativo equilíbrio em termos de tamanho e recursos.", foi concordada parcialmente por 37,5% dos participantes, afirmando que na região de Cacoal há muitos concorrentes no setor advocatícios. Já "O setor em que se situa o negócio mostra um lento crescimento. Uns prosperam em detrimento de outros." Neste caso, a maior porcentagem de respostas, correspondente a 31%, indicou uma discordância parcial, dos participantes com a afirmação.

## 7 AMEAÇA DE ENTRADA DE UM NOVO CONCORRENTE

A ameaças de novos entrantes, novos competidores no mercado fazem com que haja

concorreria pelo consumidor final, pois haverá diminuição dos preços dos produtos ou serviços ofertados a fim de não perder o consumidor e inflacionar os custos causando baixo retornos lucrativos para as empresas instaladas. Este quesito é explorado pelo quadro 06:

**Quadro 06:** Sobre possibilidade de entrada de novos concorrentes

|  | Discordo totalmente | Discordo parcialmente | Indiferente | Concordo parcialmente | Concordo plenamente |
|--|---------------------|-----------------------|-------------|-----------------------|---------------------|
| É possível ser pequeno e entrar no negócio.  | 0%                  | 9%                    | 3%          | 38%                   | 50%                 |
| Empresas concorrentes têm marcas desconhecidas   | 25%                 | 6%                    | 44%         | 16%                   | 9%                  |
| É necessário baixo investimento em infraestrutura, bens de capital e outras despesas para implantar o negócio. | 16%                 | 38%                   | 9%          | 22%                   | 16%                 |
| Os clientes terão baixos custos para trocarem seus atuais advogados  | 22%                 | 22%                   | 19%         | 28%                   | 9%                  |
| Não é necessário investimento em pesquisa.   | 59%                 | 25%                   | 9%          | 3%                    | 3%                  |
| O local, compatível com a concorrência, exigirá baixo investimento.  | 38%                 | 38%                   | 6%          | 16%                   | 3%                  |
| Não há exigências do governo que beneficiam empresas existentes ou limitam a entrada de novas empresas.        | 16%                 | 16%                   | 25%         | 25%                   | 19%                 |
| Empresas estabelecidas têm pouca experiência no negócio ou custos altos.                                       | 22%                 | 34%                   | 13%         | 25%                   | 6%                  |
| É improvável uma guerra com os novos concorrentes.   | 13%                 | 28%                   | 28%         | 16%                   | 16%                 |
| O mercado não está saturado.   | 31%                 | 28%                   | 16%         | 13%                   | 13%                 |

Fonte: Dados da pesquisa, 2023.

No quadro podemos analisar que houve significativa discordância ao que diz respeito a concorrência e dificuldade para novos entrantes no setor por ser algo não muito custoso. Analisando as principais perguntas e o objetivo final de suas naturezas, pode-se observar que sobre a pergunta de baixo investimento em infraestrutura para uma possível concorrência do setor na cidade, temos 38% de discordância parcial juntamente com o mesmo resultado em relação a pergunta sobre baixo investimento para abrir em um local compatível de concorrência com as demais existentes, resultando em discordância no que se diz baixo investimento próximo ao concorrente, porém, em locais aonde a concorrência é menor não haveria a necessidade de grande investimento com a infraestrutura como seria

ao lado de outro do mesmo setor.

Obteve-se 34% de respostas parcialmente discordáveis em relação à pouca experiência de empresas estabelecidas no negócio enquanto 28% beira a neutralidade em relação às guerras entre concorrentes, contudo, em geral 50% concordam que há como iniciar o negócio com pequeno investimento embora 59% acreditem que seja necessário investimento em pesquisa para estabelecer o mercado e que sim, há saturação no mercado.

## 8. PRESSÃO DOS PRODUTOS/SERVIÇOS SUBSTITUTOS

Produtos substitutos são aqueles que desempenha função idêntica ou paralela ao produto já existente no mercado, isso pode ocorrer em todas as empresas em um ou mais setores, podendo ser ele de bens ou serviços. Acabam por limitar a taxa de retorno, fazendo com que haja uma precificação equitativa entre os produtos para que a venda gire o mercado.

A ideia central do conceito de produtos substitutos de Porter é que, quando existem produtos alternativos que possam ser usados para satisfazer a mesma necessidade do consumidor, a concorrência aumenta, diminuindo o poder de negociação das empresas em relação aos preços. Isso significa que, quando há muitas opções de produtos substitutos disponíveis no mercado, as empresas têm menos controle sobre o preço que podem cobrar por seus próprios produtos.

**QUADRO 07:** Sobre a oferta de serviços substitutos

|  | Discordo totalmente | Discordo parcialmente | Indiferente | Concordo parcialmente | Concordo plenamente |
|--|---------------------|-----------------------|-------------|-----------------------|---------------------|
| Verifica-se uma enorme quantidade de serviços substitutos.                                     | 19%                 | 41%                   | 9%          | 28%                   | 3%                  |
| Serviços substitutos têm custos mais baixos que os dos advogados atuantes                      | 19%                 | 25%                   | 16%         | 31%                   | 9%                  |
| Advogados existentes não costumam utilizar publicidade para promover sua imagem e dos serviços | 31%                 | 41%                   | 3%          | 22%                   | 3%                  |
| Setores de atuação dos serviços substitutos estão em expansão, aumentando a concorrência.      | 6%                  | 28%                   | 9%          | 44%                   | 13%                 |

Fonte: Dados da pesquisa, 2023.

No que diz respeito aos setores de atuação dos serviços substitutos, 44% dos entrevistados concordam parcialmente que esses setores estão crescendo, o que acirra a concorrência na advocacia. Essa concordância parcial destaca a percepção compartilhada de que a presença crescente de serviços substitutos, como ferramentas de automação legal e soluções online, está tornando o mercado jurídico mais competitivo. À medida que essas alternativas ganham terreno em diferentes áreas do direito, os advogados tradicionais podem sentir a pressão para se adaptarem, inovarem e oferecerem serviços de alto valor para se manterem no mercado em constante evolução.

Quando questionados sobre publicidade no campo da advocacia, 41% dos entrevistados discordam parcialmente da ideia de que os advogados não costumam usar publicidade. Essa discordância parcial sugere que muitos reconhecem o uso crescente de estratégias de marketing e publicidade por parte dos profissionais jurídicos. Os advogados estão adotando métodos como marketing digital e redes sociais para se destacarem em um mercado competitivo e alcançarem um público mais amplo. Essas abordagens de marketing desempenham um papel importante na construção de reputações profissionais e na aquisição de clientes.

## 9. PODER DE NEGOCIAÇÃO DOS COMPRADORES

Para Rebelo (2004) os negociadores (compradores ou clientes) competem diretamente com o setor barganhando por melhores produtos com diferencial pelo menor preço, fazendo com que os concorrentes competem entre si até diminuindo seu lucro para atender determinada demanda.

#### Quadro 08: Sobre o poder de negociação dos clientes

|  | Discordo totalmente | Discordo parcialmente | Indiferente | Concordo parcialmente | Concordo plenamente |
|--|---------------------|-----------------------|-------------|-----------------------|---------------------|
| Cientes sempre fazem forte pressão por preços menores.                     | 6%                  | 19%                   | 6%          | 34%                   | 34%                 |
| Serviços prestados pelos advogados representa muito nos custos do cliente. | 3%                  | 47%                   | 13%         | 25%                   | 13%                 |
| Os serviços adquiridos pelos clientes são padronizados                     | 44%                 | 22%                   | 19%         | 9%                    | 6%                  |
| Cientes não têm custos adicionais significativos, se mudarem de advogado   | 22%                 | 34%                   | 13%         | 16%                   | 16%                 |
| Cientes são muito bem informados sobre preços e custos do setor.           | 19%                 | 19%                   | 6%          | 41%                   | 16%                 |
| Cientes trabalham com margens de lucro achatadas.                          | 22%                 | 28%                   | 31%         | 9%                    | 9%                  |

Fonte: Dados da pesquisa, 2023.

Segunda a análise da figura cima, 34% dos clientes fazem pressão sobre menores preços, contudo os advogados afirmam em 47% discordar parcialmente que os custos representam muito para os clientes. Segundo os serviços prestados aos clientes, os advogados discordam em 44%, contudo 34% discordam parcialmente que os clientes não tem custos adicionais se mudarem de advogados. Segundo os advogados, os clientes são muito bem informados sobre os preços e custos do setor obtendo 41% de concordância parcial, porem a opinião é neutra quando se diz respeito aos clientes trabalharem com margem de lucro achatada.

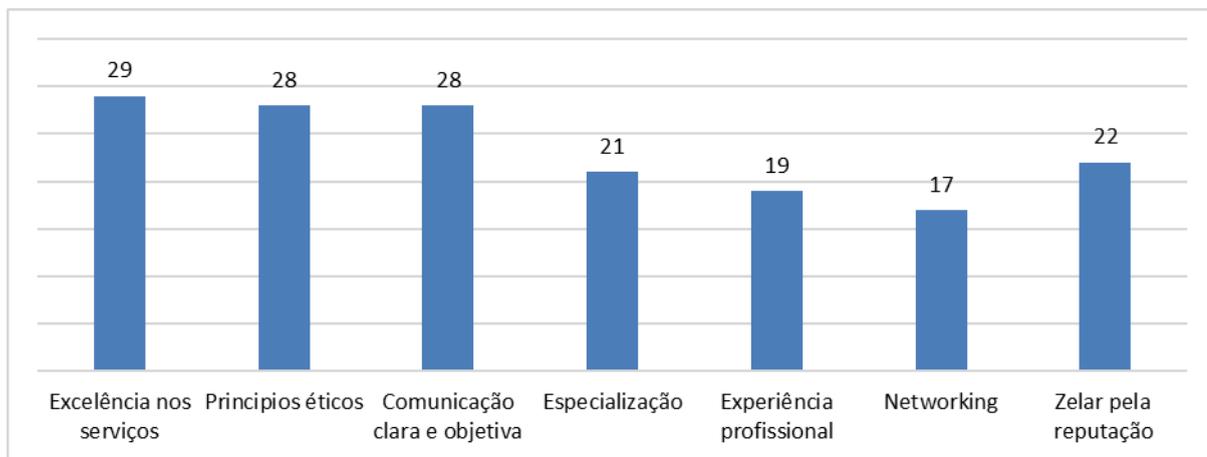
## 10. ESTRATÉGIAS COMPETITIVAS ADOTADAS

Uma estratégia competitiva é a maneira como uma empresa está organizada para

concorrer com players semelhantes no mercado. Esse conceito inclui também como a empresa se comporta em relação aos concorrentes e qual o seu tipo de vantagem sobre eles. Ela se caracteriza por adaptações de curto, médio ou longo prazo da implementação do plano de ação, ao decorrer das atividades ao identificar pontos que necessitam de mudanças.

Quando indagados sobre quais as estratégias os profissionais utilizam para se destacar entre os concorrentes da cidade, as respostas foram:

**Gráfico 02:** Quais estratégias são utilizadas para se destacar na cidade



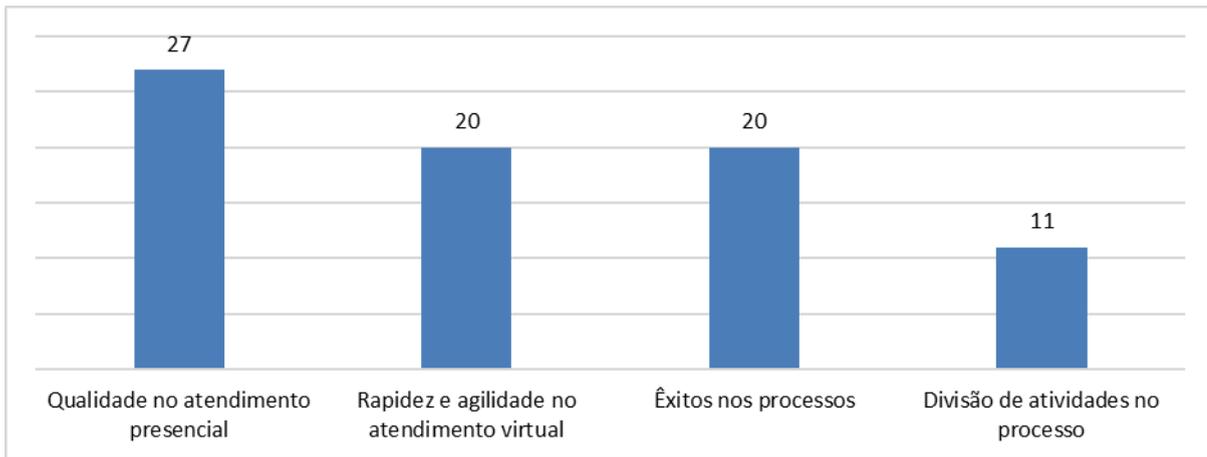
Fonte: Dados da pesquisa, 2023.

Observa-se que a maioria das empresas, os profissionais adotam uma série de estratégias. A excelência na prestação de serviços, pautada em princípios éticos, é uma base sólida. Além disso, a comunicação clara e objetiva com os clientes é essencial. A constante busca por atualização e conhecimento, a adaptação às mudanças do mercado, e a habilidade de solucionar problemas eficazmente também são fundamentais.

Não apenas isso, mas a construção de relacionamentos sólidos e de confiança com os clientes se tornou crucial. O trabalho em equipe e a colaboração são cada vez mais valorizados, contribuindo para o sucesso profissional. Além disso, promover a própria marca pessoal e participar ativamente de redes profissionais complementam as estratégias para se destacar em um ambiente de trabalho competitivo.

Indagados como os profissionais advocatícios enfrentam a concorrência, as respostas foram:

**Gráfico 03:** Quais as principais estratégias utilizadas para enfrentar a concorrência?



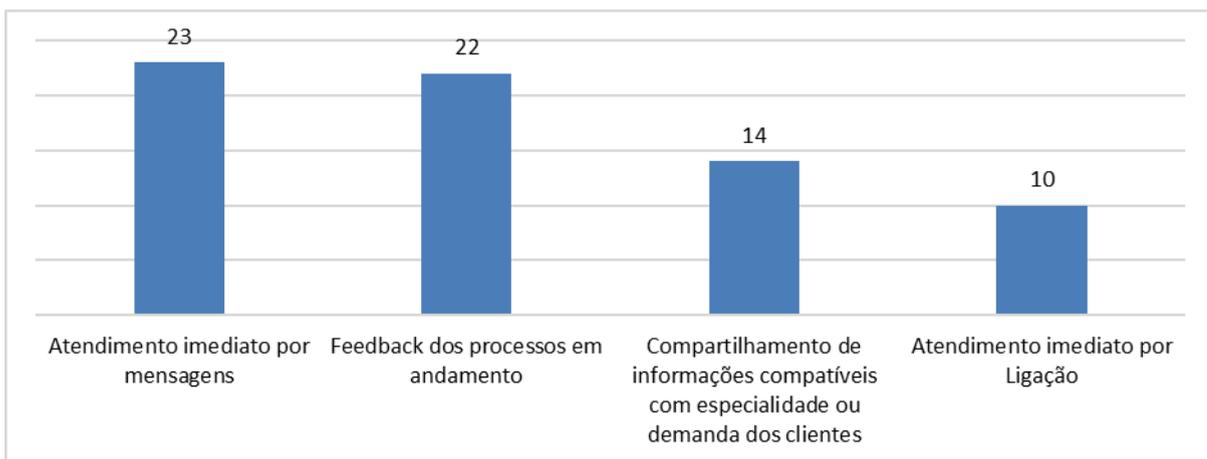
Fonte:

Dados da pesquisa, 2023.

Os gestores citam em sua maioria que utilizam da qualidade no atendimento presencial, seguindo da rapidez e agilidade no atendimento virtual e também a da relevância de ter obtido êxito nos processos realizados pelo escritório.

Em um mercado concorrido, a competitividade necessita ser constantemente melhorada pelos profissionais para garantir os lucros e, em alguns casos, a sobrevivência profissional no mercado. Quando indagados sobre o assunto, os profissionais apresentaram as seguintes respostas:

**Gráfico 04:** Estratégia(s) implementada(s) em relação aos clientes para melhorar sua competitividade no mercado



Fonte: Dados da pesquisa, 2023.

A estratégia de atendimento imediato por mensagens tem sido a mais utilizada pelos gestores, seguido da estratégia de realizar feedback dos processos em andamento. Ou seja,

a atenção em enviar informações rápidas para os clientes tem sido uma prioridade nesse quesito.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

O setor advocatício em Cacoal é algo fundamental para o giro do comércio e do setor jurídico local. A cidade conta com grande setor advocatício chegando a saturação devido à grande demanda de formandos anuais na faculdade Federal UNIR e setor privado. Estes recém formados em boa parte optam por advogar na cidade acerando a concorrência que cresce a cada ano pois Cacoal é uma cidade importante para diversos setores de Rondônia, é referência em público jovem e acadêmico além de próspera no setor comercial geral.

Conforme as 5 leis de Porter em forma resumida podemos concluir que todas trabalham de modo a equilibrar um setor comercial ou empresarial envolvendo inteligentemente as demais concorrentes visando assim, possíveis problemas que a instituição pode vir a ter em caso de grande concorrência e como lidar com a situação para manter a clientela. No setor advocatício não é diferente, na cidade de Cacoal há uma demanda consideravelmente grande de concorrência no setor que trabalham em diversos pontos do poder judiciário, porém, o equilíbrio administrativo delas para manter a rotatividade e equalização da clientela não é unificada abrindo possibilidade para que cada profissional analise, conquiste e mantenha seu cliente a seu modo criando assim, variações diversificadas dentro do nicho.

Nesta pesquisa pode ser analisado a individualidade do setor quando o assunto e competitividade além de cada um utilizar sua forma de estratégia que em geral tem uma padronização na forma que a propaganda é feita, e estas estratégias são os resultados. Com bons resultados em suas causas os advogados indiretamente conseguem competir entre si por meio de sua clientela, que passa a ser sua principal arma contra a concorrência, assim ele pode utilizar da força de competição a seu favor utilizando de seus resultados positivos para obter um bom status dentro do setor e construir seu nome destacando-se entre os demais que atuam com o mesmo seguimento.

Para se destacar no setor em meio a tanta concorrência, a aparência do escritório e o marketing em entrelinhas é algo a ser observado como jogada principal. O marketing funciona de forma indireta, devido a lei número 8.906/94 que estabelece que os advogados não podem fazer propaganda direta, porém eles utilizam das causas ganhas para conseguir destaque entre o marketing boca-a-boca e com isso conseguem manter uma hierarquia e

conhecimento popular além de ganhar a confiabilidade da população referente às causas que ganha e com quais trabalham.

Em suma, a pesquisa teve diversos pontos que colaboraram para conseguir o resultado às dúvidas e perguntas relacionadas a este Artigo, deixando para futuros trabalhos a desmistificação de quais seriam os serviços substitutos em expansão no setor, e identificação de poder de barganha dos fornecedores deste setor.

## REFERÊNCIAS

ALEXANDRINO, Anna Laura de Oliveira Carvalho; ARAÚJO, Paulo Victor Cruz. **A implementação da controladoria jurídica em escritórios de advocacia**. Bom Despacho, 2022.

CARVALHO, Alexiane et all. **E-book gestão e organização de escritório de advocacia**. GOIÂNIA, 2021.

COUTINHO, L.; FERRAZ, J. C. **Estudo da competitividade da indústria brasileira**. 3.ed. Campinas: Papyrus, 1994.

COWLEY, Jill. **Comparative study of paralegalism in Australia, the United States of America and England and Wales**. Dissertação de mestrado, Southern Cross University, Lismore, NSW, 2004.

EUGÊNIO, Vanessa De Oliveira Paulo. **Função Social do Advogado**. Assis, 2012.

FERRETTI, José Roberto Pimenta; ALVARES, Lilian. **Gestão da Informação e do Conhecimento Judiciais: Perspectivas e Desafios**. João Pessoa, 2015.

GHEMAWAT, P. **A estratégia e o cenário dos negócios**. Porto Alegre: Bookman, 2000.

JÚNIOR, Jefferson Alves Da Costa; MUNARETTO, Lorimar Francisco; Rosa, GENESIO Mario Da; WASTOWSKI, Arci Dirceu. **Análise Sobre As Perspectivas Das Forças Competitivas De Porter: O Caso Das Indústrias De Laticínios No Município De Frederico Westphalen E Região**. Rio Grande do Sul. 2018.

MCLEAN, Turban, E.; Wetherbe, J. Efraim. **Tecnologia da informação para gestão**. 3.ed. Porto Alegre: Bookman, 2004.

OAB, **Ordem dos Advogados do Brasil**. 2023. Disponível em: <<https://www.oab-ro.org.br/subsecoes/cacoal/>>. Acesso em: 17 maio 2023.

OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças. **Excelência na administração estratégica: a competitividade para administrar o futuro das empresas, com depoimentos de executivos**. 3 Ed. São Paulo: Atlas, 1997.

PIRES, Daniele Brene; LOPES, Janaína; VALLS, Valéria Martin. **Gestão do conhecimento em escritórios de advocacia**: sua aplicação enquanto ferramenta para a vantagem competitiva. João Pessoa, 2013.

PORTER, M. **Estratégia competitiva**: técnicas para análise de indústrias e da concorrência. 7ª Ed. Rio de Janeiro: Campus, 1986.

PORTER, Michael. **Estratégia competitiva**. Elsevier Brasil, 2004. Disponível em: <[https://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=SxvCKIh706gC&oi=fnd&pg=PR15&dq=TIPOS+DE+ESTRAT%C3%89GIA+PORTER&ots=sV3OU99PAh&sig=NQf5ImUBFyNSCuRUfMow\\_REJOnU#v=onepage&q=TIPOS%20DE%20ESTRAT%C3%89GIA%20PORTER&f=false](https://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=SxvCKIh706gC&oi=fnd&pg=PR15&dq=TIPOS+DE+ESTRAT%C3%89GIA+PORTER&ots=sV3OU99PAh&sig=NQf5ImUBFyNSCuRUfMow_REJOnU#v=onepage&q=TIPOS%20DE%20ESTRAT%C3%89GIA%20PORTER&f=false)>. Acesso em: 15 abril 2023.

REBELO, Rômulo Marcos Lardosa. **Estratégia competitiva de uma empresa fabricante de equipamentos de transportes**, 2004.