

Sucesso depende de preparação e oportunidade

“Como governos tropeçamos entre crises e pacotes de impacto, arrastando-nos para o futuro sem planos, sem esperança, sem visão.” • Alvin Toffler, A terceira onda

Nunca o planejamento de carreira foi tão importante para os novos advogados quanto na atualidade. Traçar metas, escolher caminhos e planejar a longo prazo é uma fórmula segura para obter sucesso profissional. De um lado é preciso estar preparado adequadamente, pois os desafios são muitos, de outro, é necessário estar antenado no mercado para buscar novas oportunidades e aproveitar as oportunidades que se abrem em setores emergentes, ou seja, é preciso se antecipar às tendências.

Existem quatro passos indispensáveis a uma preparação adequada e ao aproveitamento das oportunidades que o mercado possibilita. São eles:

1. Elaborar um plano de carreira

2. Pesquisar o mercado e as oportunidades

3. Desenvolver competências essenciais

4. Definir ferramentas de marketing pessoal

O Plano de Carreira

Para elaborar um plano de carreira eficaz, é necessário definir seus objetivos estratégicos, pessoais e profissionais, criar uma estratégia gerencial e determinar uma estratégia de marketing.

O objetivo estratégico é para definir este objetivo, o profissional precisa fazer as seguintes perguntas: como quero ser nos próximos três, cinco ou 10 anos? Como quero trabalhar? Por conta própria, em algum grande escritório de advocacia ou no departamento jurídico de uma grande empresa? Quero me preparar para concursos públicos? Quanto dinheiro quero ter e qual o tamanho do meu sonho? Qual minha grande paixão profissional? Qual o meu negócio? Como conciliar minha paixão, minhas habilidades e as possibilidades de mercado?

Exemplo de um plano de carreira de sucesso:

O jogador Kaká, da seleção brasileira e do Milan, que foi escolhido o melhor jogador do mundo em 2007, é um exemplo de profissional que teve sua carreira planejada precocemente, e, ao contrário de muitos outros atletas, conseguiu se tornar um sucesso, em grande parte, devido à forma como sua trajetória profissional foi planejada desde cedo. Segundo reportagem da revista *VOCÊS/A*, (Edição 58, abril de 2003), o pai, Sr. Bosco Izecon Pereira Leite, começou a se preocupar com a carreira do jogador quando Kaká ainda estava nas categorias de base do São Paulo.

Pereira Leite percebeu que poderia contribuir com a carreira do filho, elaborando um projeto profissional. Para isto, procurou ajuda do administrador Wagner Ribeiro que tinha bom trânsito no

mundo do futebol. Com o passar do tempo e a evoluçãõ da carreira, vieram outros profissionais atã se chegar ã configuraãõ que existe hoje: um verdadeiro staff de profissionais experientes cuidam das diversas Áreas profissionais do jogador, como a imagem, os contratos publicitÁrios, o lado emocional, etc.

Desde o inÃcio, segundo Pereira Leite, foram traÃsados objetivos e metas de curto, mÃdio e longo prazo. A tabela abaixo retrata as metas definidas pelo grupo que assessorou o jogador, coordenados pelo pai.

Plano de Metas que foi traÃsado

â?? Ser efetivado no time principal do SÃo Paulo

â?? Tornar-se titular do time

â?? Jogar o mundial Sub-20 pela seleÃõ

â?? Ser convocado para a seleÃõ principal

â?? Ser titular da seleÃõ

â?? Disputar a copa do mundo

â?? Ser campeÃo mundial

â?? Transferir-se para um grande clube da ItÁlia ou Espanha

Como se sabe, praticamente todas as metas foram alcanÃsadas com Ãxito.

EstratÃgia gerencial â?? uma importante ferramenta gerencial que pode ser utilizada com sucesso na carreira de um profissional ã o ciclo PDCA, abreviaãõ das palavras em inglÃs Plan (planejamento), Do (execuãõ), Check (verificaãõ) e Action (aãõ corretiva). AtravÃs da utilizaãõ deste conceito, um profissional consegue planejar as aãões necessÁrias ao desenvolvimento de sua carreira e executÁ-las conforme o planejado, verificando os resultados obtidos e realizar aãões corretivas sobre os resultados que nÃo forem adequados.

Com esta estratÃgia gerencial, um profissional conseguirÁ crescer continuamente, tornando-se cada vez mais competitivo e atender melhor as expectativas de seus clientes ou empregadores.

EstratÃgia de marketing â?? existem trÃs objetivos principais em uma estratÃgia de marketing. Primeiro ã preciso desenvolver aãões para captar continuamente novos clientes em potencial, depois serÁ necessÁrio saber conquistÁ-los, transformando-os em clientes efetivos e, finalmente, construir um relacionamento duradouro com estes clientes.

Conhecimento do mercado e das oportunidades e tendÃncias



ã? preciso pesquisar o mercado de atuaã§ã?o e descobrir todos os seus â??segredosâ?•. Comece analisando a concorrã?ncia, os principais profissionais de sucesso do setor e suas aptidã?es. Estude as tendã?ncias, as oportunidades e descubra as ã?reas em expansã?o. Encontre um ou mais nichos que possam ser explorados e descubra tudo que puder sobre o perfil dos clientes que formam este nicho de mercado.

ã? possã?vel realizar esta pesquisa de diversas maneiras. Atravã?s de livros e revistas, na internet, participando de congressos, encontros e nas entidades de classe. Os professores das universidades sã?o importante fonte de informaã?ã?o, assim como os escritã?rios onde fizer estã?gio e, claro, em conversas com profissionais mais antigos.

Algumas ã?reas onde reconhecidamente ã? possã?vel encontrar ã?timas oportunidades de negã?cios na advocacia sã?o: telecomunicaã?ã?es, energia, petrã?leo e gã?s, mercado de capitais, fusã?es e aquisiã?ã?es, meio ambiente, agro-negocios, terceiro setor, infra-estrutura e direito do consumidor. ã? provã?vel que nestas ã?reas, os novos profissionais poderã?o pesquisar e descobrir ã?timas oportunidades.

Desenvolvimento de competã?ncias essenciais

Muitas das competã?ncias que sã?o essenciais aos profissionais de sucesso estã?o relacionadas ã? Inteligã?ncia emocional. As sete competã?ncias essenciais sã?o:

ã?? Comunicaã?ã?o

ã?? Relacionamento interpessoal

ã?? Bom humor

ã?? Capacidade de produzir conhecimento

ã?? Trabalho em equipe

ã?? Motivaã?ã?o

ã?? Criatividade

Segundo estudos realizados pelo psicã?logo Daniel Goleman, autor do livro â??A Inteligã?ncia Emocionalâ?•, (Editora Campus/Elsevier, 1995), 90% da diferenã?sa entre as pessoas que obtã?m grande sucesso pessoal e profissional, e aquelas com desempenho apenas mediano, se deve a fatores relacionados a competã?ncias comportamentais, mais do que ã?s habilidades aprendidas na escola.

Dentro de um plano de carreira, ã? necessã?rio que o profissional procure desenvolver estas competã?ncias Em qualquer ã?rea da atividade humana, pessoas com estrutura emocional sã?lida, conseguem melhor produtividade, e, por isto, destacam-se entre as demais.



Existe um estudo do professor John Kotter, da Universidade de Harvard, apresentado no livro *As Novas Regras* (Editora Makron Books, 1997). Ele acompanhou um grupo de 115 alunos desta universidade, durante 20 anos, após sua formatura em 1974. Comparou o desempenho profissional deles no final deste período, com as notas obtidas pelos mesmos, ao concluírem o curso. O resultado, ao contrário do que se esperava, mostrou que não havia relação positiva entre as notas obtidas, e o sucesso profissional alcançado pelos participantes. Ou seja, os melhores alunos não foram os que obtiveram maior sucesso, e sim aqueles que tinham melhor inteligência emocional.

Definir ferramentas de marketing pessoal

Algumas ferramentas de marketing pessoal que podem ser utilizadas por um profissional da área jurídica em início de carreira são:

• Construir seu networking ou rede de relacionamentos profissionais a partir da universidade. Esta rede de contato possibilita que o novo profissional possa receber indicações de novos clientes e até mesmo obter informações de negócios ou de oportunidades de trabalho.

• Desenvolver parcerias com colegas de faculdade, com outros advogados e com profissionais de áreas correlatas para proporcionar uma troca circular de informações e clientes, sempre resguardando os limites impostos pelo Código de Ética da Ordem dos Advogados do Brasil (OAB).

• Participar ativamente de entidades de classe e eventos, para conseguir visibilidade pessoal e profissional.

• Escrever artigos sobre assuntos de interesse público em sua área de conhecimento, publicando-os em sites, jornais e revistas.

• Ministras palestras sobre temas que interessam a membros de associações e entidades de classe.

• Criar e utilizar o cartão de visitas de forma dinâmica.

• Utilizar os recursos da internet, criando blogs pessoais e participando de comunidades profissionais.

O plano deve começar na universidade

Concluamos nosso pensamento sugerindo aos profissionais que busquem elaborar um plano de carreira como condição fundamental para o sucesso profissional o mais cedo possível. Este plano deve ser iniciado desde o período acadêmico, pois quanto antes ele tiver início, mais cedo poderá gerar resultados na carreira. No entanto, aqueles profissionais que, mesmo depois de formados, não tiverem um plano, poderão desenvolvê-lo a qualquer momento em sua trajetória profissional. Seguramente o plano de carreira é uma poderosa ferramenta para alcançar o sucesso.