

DRA. LEONICE GOMES

DIÁRIO DA ADVOCACIA

Leonice Gomes

ADVOGADA CRIMINALISTA

MANUAL DA ADVOCACIA DE NICHU PARA
ADVOGADOS QUE DESEJAM EMPREENDER NA
NOVA ERA JURÍDICA DA TECNOLOGIA E DA
AI. TUDO QUE VOCÊ PRECISAR SABER PARA
FUNDAR SEU ESCRITÓRIO DE NICHU DO ZERO
ESTÁ AQUI.

**INSTITUTO
LEONICE GOMES**

INTRODUÇÃO AO DIÁRIO DA ADVOCACIA

A advocacia de nicho representa o caminho mais estratégico para o sucesso no mercado jurídico da atualidade. Em um ambiente cada vez mais saturado e competitivo, a especialização é a chave que diferencia o profissional e acelera o crescimento do negócio.

A grande importância da advocacia de nicho reside na sua capacidade de concentrar recursos. Ao focar em uma dor específica de um cliente, o advogado investe muito menos em publicidade genérica e em estruturas caras. Em vez de disputar o vasto mercado full service, ele se torna a solução inquestionável para um grupo seleto de clientes.

Essa estratégia permite que a advocacia de nicho se propague muito mais rápido. O especialista ganha autoridade de forma acelerada, pois clientes com problemas específicos tendem a procurar e indicar quem é referência na área, e não um generalista. Com isso, o escritório tem uma chance muito maior de se dar certo, crescendo de maneira mais rápida e sustentável.

Por fim, a beleza da advocacia de nicho reside em sua flexibilidade estrutural. Ela tem espaço e se adapta perfeitamente tanto para o advogado que opta por abrir uma Sociedade Individual de Advocacia (Solo), concentrando o poder e o foco, quanto para aqueles que decidem constituir uma Sociedade com Mais de um Sócio, utilizando a parceria para dividir funções e ganhar escala. O nicho sustenta ambos os modelos, exigindo apenas que a gestão seja alinhada com a especialização.

01

MEU ESCRITÓRIO DE NICHO



Eu escolhi atuar na área da Execução Penal por uma convicção: a necessidade de ser uma advogada especialista. Meu foco sempre foi ser advogada criminalista, mas foi na Execução Penal que enxerguei a verdadeira oportunidade.

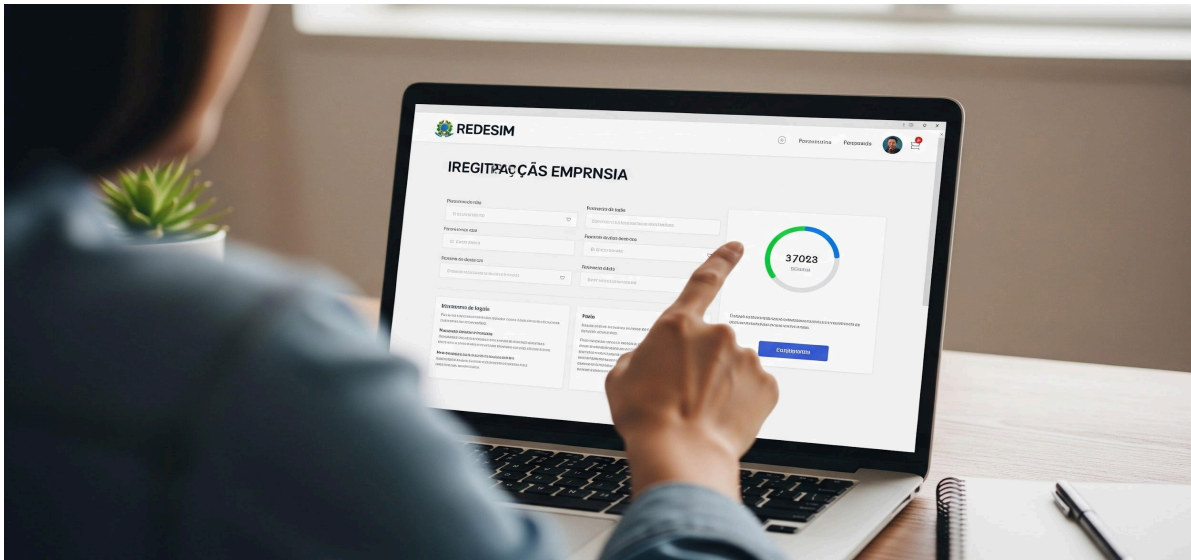
Percebi que esta era uma área de grande demanda e com baixa concorrência especializada. Vi ali, não apenas uma área do Direito, mas uma oportunidade de crescimento exponencial e de construção de autoridade rápida. Foi com essa visão que abri meu escritório em 2019. O resultado da aposta no nicho foi imediato: em 2020, em plena pandemia, meu escritório já havia se expandido para atendimento em todo o estado do Paraná.

Este crescimento acelerado demonstra a importância de um advogado escolher uma área de nicho como um modelo visionário de negócio jurídico. Não se trata de sorte ou de um grande capital inicial, mas sim de inteligência de mercado e foco.

Com base na minha experiência prática e no sucesso que encontrei, agora eu vou te dar um manual do passo a passo de todos os espaços que você precisa para você abrir a sua advocacia de nicho e ter sucesso.

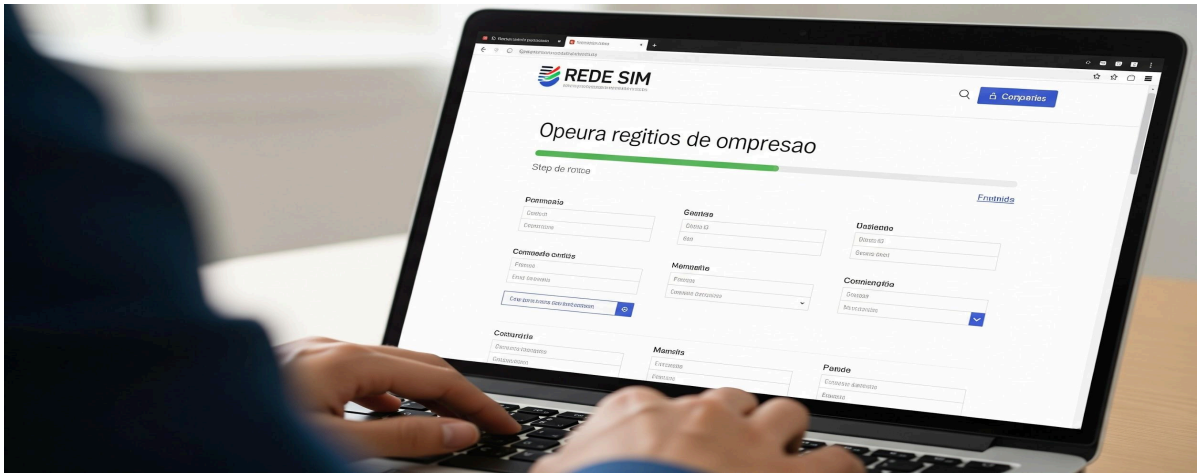
02

COMO EU ABRI MEU ESCRITÓRIO



Para dar o primeiro passo na formalização e construção do meu escritório de nicho, foi necessário obter o CNPJ. Eu abri o meu CNPJ sozinha, utilizando o Redesim, a plataforma digital do governo. Embora esta tenha sido a minha escolha pessoal para ter autonomia total no processo inicial, o advogado que está começando tem duas excelentes opções para formalizar a Sociedade Individual de Advocacia (SIA), que serão detalhadas a seguir, garantindo que ele possa escolher o caminho mais adequado para o seu perfil. Ou ainda você pode entrar no site da Contabilidade AGILIZE, preencher um cadastro, aguardar o contato e deixar tudo por conta deles.

3.1 Abertura do CNPJ e Formalização do Escritório



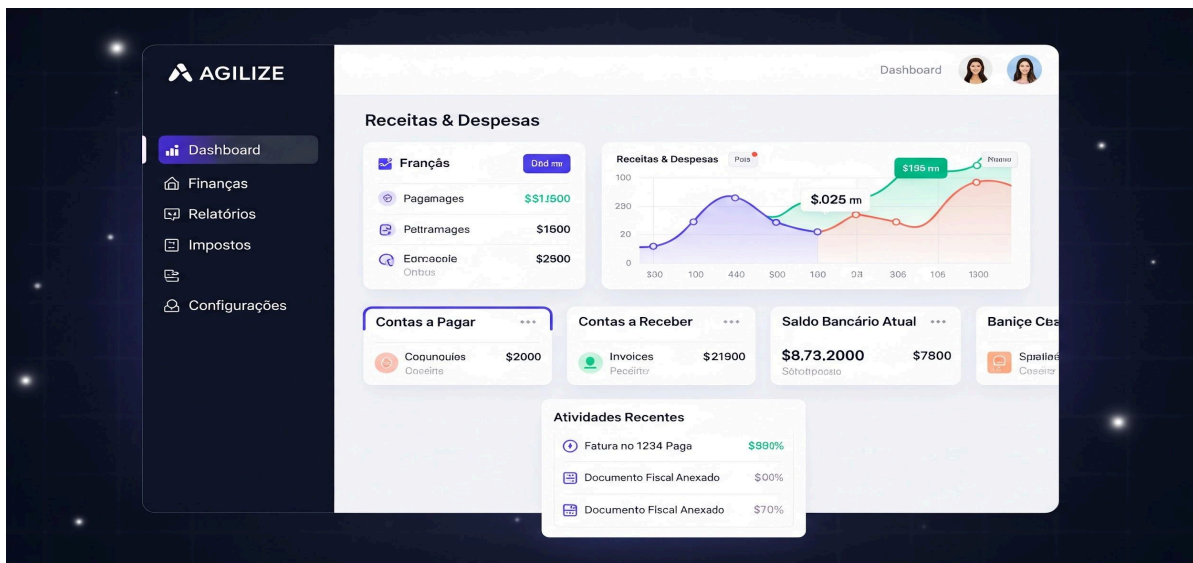
A formalização da sua banca de nicho começa com a abertura da Sociedade Individual de Advocacia (SIA) via Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ). Este é o passo que confere segurança jurídica e profissionalismo ao seu negócio. Para realizar esta abertura, o advogado possui duas rotas práticas:

3.2 Abertura por Conta Própria (Redesim):



É o caminho escolhido por muitos que buscam autonomia e economia. Eu optei por abrir meu CNPJ sozinha através do Redesim, a plataforma integrada do Governo Federal (Gov.br). Este sistema permite que você realize o processo de registro de forma digital, desde a consulta de viabilidade até a emissão do CNPJ e do Documento Básico de Entrada (DBE).

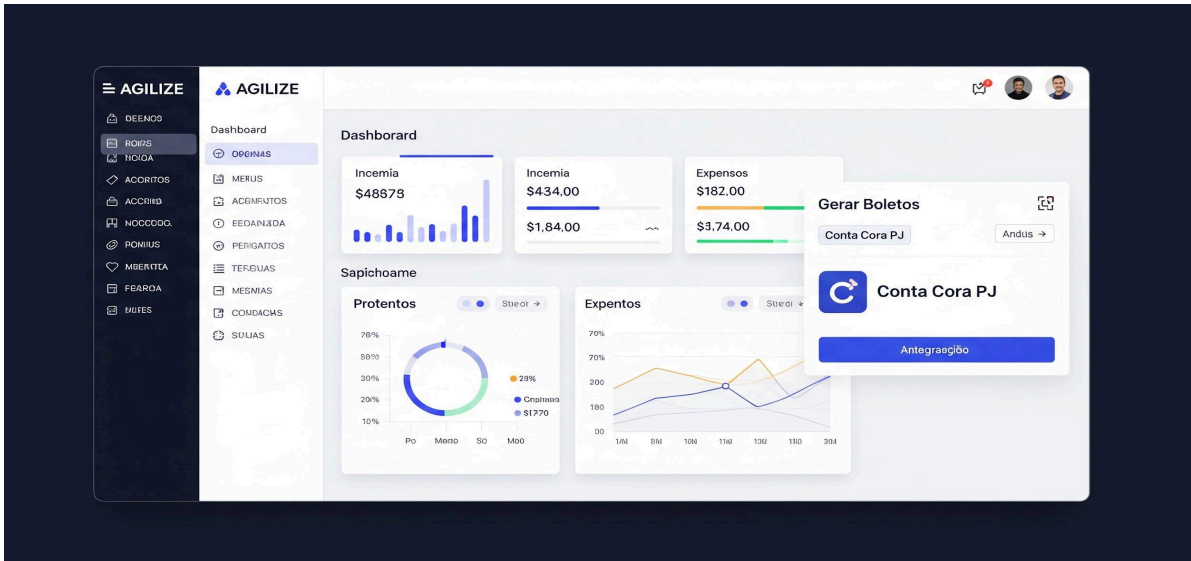
3.3. Abertura via Contabilidade Online:



Para quem prefere conveniência e orientação especializada, a opção é contratar um serviço de contabilidade online. É importante mencionar que muitas empresas oferecem a abertura do CNPJ de forma gratuita ao fechar a contratação de seus serviços mensais. Por exemplo, a AGILIZE contabilidade que eu utilizo, oferece este serviço sem custo inicial. Esta opção garante que todos os trâmites burocráticos sejam conduzidos por especialistas, evitando erros e garantindo o enquadramento fiscal correto desde o início.

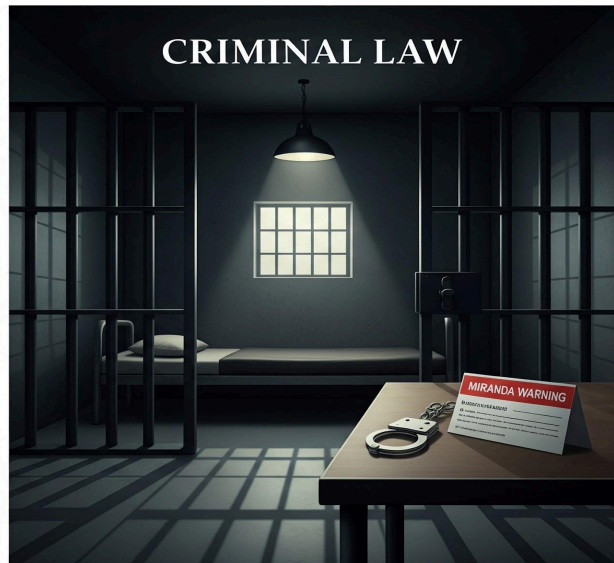
Pela contabilidade AGILIZE você não se preocupa com nada, eles mesmo vão fazer a abertura da sua sociedade e solicitar os documentos necessários. A mensalidade é bem acessível para quem está começando. Depois você ganha um acesso ao painel que inclusive você pode fazer todo seu controle financeiro dentro da plataforma, com opção de conta jurídica com a CORA e emissão de boletos para cobrar honorários de seus clientes.



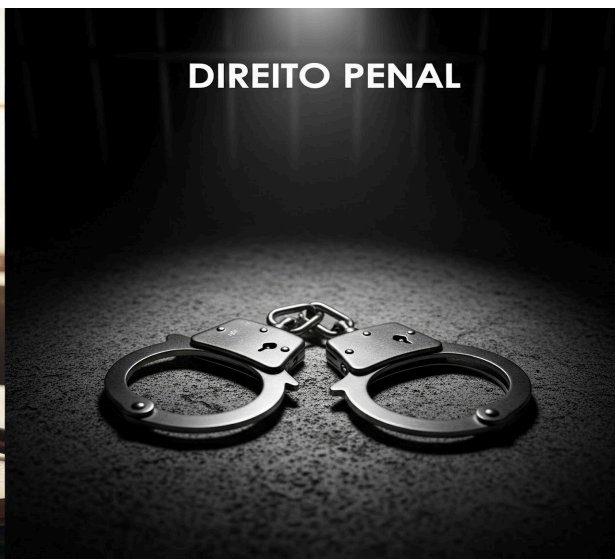


03

ESCOLHA DO NICHO DE ATUAÇÃO



A escolha do seu nicho é a decisão mais importante, pois ela define o teto da sua autoridade, o valor dos seus honorários e o público exato que você irá servir. Não se trata apenas de escolher uma área ampla do Direito (como Cível ou Tributário), mas sim de identificar uma dor de mercado não resolvida ou mal atendida pela vasta maioria dos advogados generalistas. O foco é migrar de ser um profissional "bom em muita coisa" para ser o "melhor em uma coisa muito específica".



Para que essa escolha seja estratégica e sustentável, você deve conciliar três fatores cruciais: Afinidade, Conhecimento e Oportunidade. A afinidade garante que você terá prazer e persistência para dedicar anos ao aprofundamento do tema, evitando o esgotamento. O conhecimento prévio, mesmo que básico, permite que você entregue uma solução de alta qualidade desde o início, acelerando a construção de resultados. Contudo, a Oportunidade é o fator mais vital, pois confirma que existe demanda pagante e concorrência que pode ser superada.

O foco deve ser na hiper-especialização, o que significa reduzir o escopo de atuação até que você se torne o nome óbvio para aquele problema. Em vez de atuar com Direito Imobiliário de forma geral, pense em "Assessoria para Construtoras em Distrato de Alto Padrão". Em vez de Direito de Família, foque em "Planejamento Sucessório para Famílias com Patrimônio no Exterior". Essa redução do foco, que pode parecer contra intuitiva, na verdade potencializa sua autoridade e, conseqüentemente, o seu valor de honorários.

Para testar a oportunidade, é fundamental realizar uma validação de mercado. Isso envolve pesquisar a fundo quem são os potenciais clientes (o seu público-alvo) e o que eles estão dispostos a pagar. A pergunta chave não é "Eu gosto disso?", mas sim: "Este grupo de pessoas ou empresas tem dinheiro para pagar por uma solução de excelência para este problema específico, e eles já estão buscando por ela?". Uma demanda forte com pouca concorrência especializada é o cenário ideal.

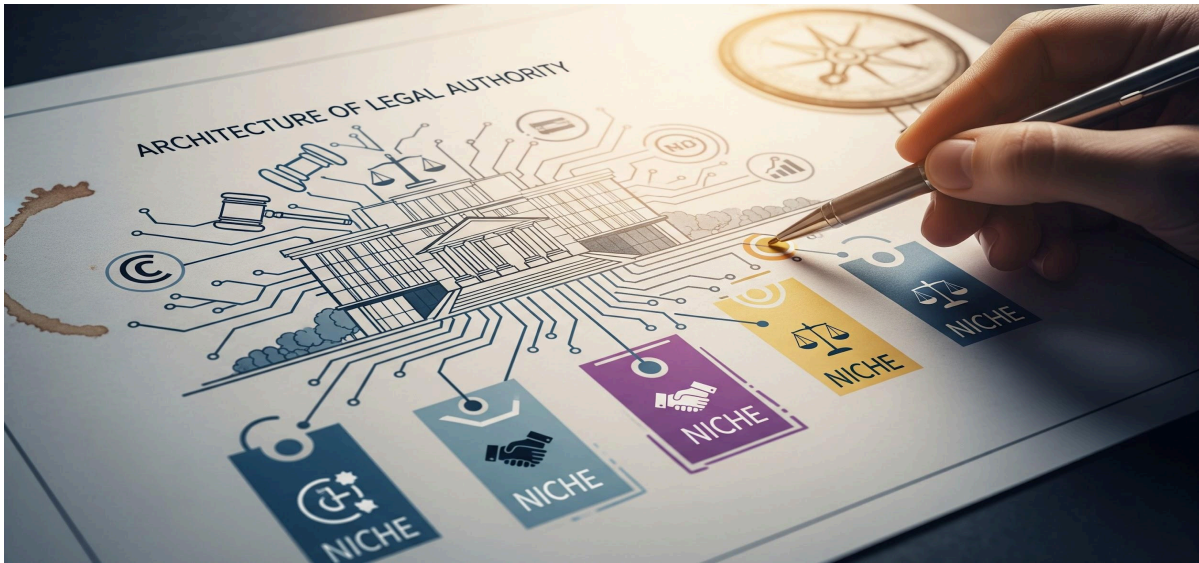


A pesquisa de nicho também exige uma análise da concorrência. Não procure apenas os grandes escritórios de renome. Procure aqueles que já se posicionam no subnicho que você pensa em atuar. Eles estão bem estabelecidos? O que exatamente eles oferecem? Existe uma lacuna no serviço, na experiência do cliente ou na comunicação que você pode preencher? Encontrar um espaço vazio, mesmo que pequeno, é ouro, pois permite que você se estabeleça como autoridade sem a necessidade de competir em preço.

Em suma, a escolha do nicho deve ser um ato de inteligência de mercado, e não apenas de paixão. Ao definir seu alvo com precisão cirúrgica, você constrói uma barreira de entrada natural para os generalistas, permitindo que você cobre mais, atraia clientes de forma orgânica e garanta que o seu escritório cresça com solidez e reputação inquestionável.

O erro mais grave que os advogados cometem está aqui. Não escolher uma área de atuação achando que com isso vai perder cliente e passa a vida toda mendigando clientes. É uma falta de conhecimento e insistência em uma advocacia ultrapassada. Hoje a advocacia quanto mais nichada, mais rentável ela se torna. Não caia nessa armadilha. Não seja teimoso. Aprenda com quem tem experiência.

PARA EXPLANAR MELHOR A ESCOLHA DO NICHU DE ATUAÇÃO, VAMOS MONTAR A ARQUITETURA DA AUTORIDADE JURÍDICA DO SEU ESCRITÓRIO.



A escolha do seu nicho é, indiscutivelmente, a decisão mais importante e estratégica que definirá a trajetória, a rentabilidade e o alcance da sua banca. Não se trata de uma simples preferência temática, mas sim da **arquitetura da sua autoridade no mercado jurídico**. É o alicerce que determinará o teto da sua remuneração, o volume de seus honorários e a precisão do público que você irá atrair e servir. A advocacia moderna não comporta mais o profissional generalista que se anuncia como "bom em tudo". O foco deve ser a migração de um profissional que é "suficiente em muita coisa" para o **especialista inquestionável em uma dor muito específica**. A hiper-especialização é o motor do crescimento acelerado e sustentável. Para que a sua escolha de nicho seja não apenas viável, mas sim estratégica e capaz de sustentar uma carreira de longo prazo, ela deve obrigatoriamente conciliar três fatores cruciais, formando o que chamo de **Tripé Estratégico do Nicho**: Afinidade, Conhecimento e Oportunidade.

AFINIDADE (O FATOR DA LONGEVIDADE)

A Afinidade é a paixão e o prazer que você sente ao lidar com um determinado tema do Direito. Não é apenas gostar da teoria, mas se sentir realizado ao resolver os problemas práticos daquela área. A Afinidade é a **Garantia de Persistência**: A advocacia é um percurso de longuíssimo prazo que será marcada por fases de altos e baixos, desafios burocráticos e períodos de estudo intenso. A Afinidade com a área é o que injeta a motivação e a persistência necessárias para que você dedique anos ao aprofundamento do tema sem cair no esgotamento (o *burnout*). Se você escolher um nicho apenas pelo dinheiro, a paixão se esgotará no primeiro grande obstáculo. A afinidade transforma a

necessidade de estudar a legislação, a jurisprudência e as teses de defesa em uma atividade prazerosa, o que naturalmente o tornará mais competente do que o generalista que estuda por obrigação, sendo o **O Estudo como Prazer**.



Em suma, a escolha do nicho de atuação transcende a mera preferência; ela é o ato fundador da sua autoridade no mercado, exigindo a união indissociável de **Afinidade** e **Oportunidade**. A afinidade garante a paixão necessária para aprofundar-se por anos, transformando o estudo em prazer e blindando o profissional contra o esgotamento. A oportunidade, por sua vez, valida o mercado, assegurando que há demanda pagante para a sua especialização. O advogado que negligencia qualquer um desses pilares constrói um negócio insustentável, seja ele um acadêmico sem faturamento ou um empreendedor rentável, mas exausto. A hiper-especialização, fruto dessa união, não é sobre limitar, mas sim sobre focar a energia, permitindo que se cobre honorários de especialista e se construa uma reputação inquestionável.

Contudo, é crucial entender que a rentabilidade na advocacia moderna não reside na área de atuação em si, mas na atitude do profissional. Não existe "área mais lucrativa" por definição, apenas áreas onde a escassez de especialistas é maior. O sucesso, seja na Execução Penal, no Direito Tributário ou em qualquer subnicho, é sempre um derivado direto da **persistência inabalável** e da disciplina na implementação do plano de ação. A afinidade e a oportunidade apenas pavimentam a estrada; a consistência em aplicar a gestão, a prospecção e a excelência técnica, dia após dia, é o verdadeiro motor que transforma um bom nicho em um escritório de sucesso. Escolha seu alvo com inteligência, mas lute por ele com a teimosia de quem sabe que a persistência é o maior diferencial competitivo.

CONHECIMENTO (O FATOR DA EXCELÊNCIA TÉCNICA)

O Conhecimento refere-se à sua base técnica e prática na área escolhida. Embora você não precise ser um doutor no tema para começar, é crucial possuir uma base, mesmo que básica, que permita iniciar a entrega de um serviço de alta qualidade. O **Conhecimento é a Entrega de Valor Imediata**: O conhecimento prévio reduz a curva de aprendizado e permite que você entregue soluções consistentes desde o primeiro cliente. Isso é vital para a construção acelerada de sua reputação e autoridade. Além disso, ele é o **Uso do Conhecimento como Filtro**: Muitas dores de mercado não resolvidas existem porque são tecnicamente complexas. Seu conhecimento permite avaliar a viabilidade de um nicho, evitando a escolha de áreas que prometem muito, mas exigem um esforço técnico insustentável.



OPORTUNIDADE (O FATOR DA RENTABILIDADE - O MAIS VITAL)

A Oportunidade é o fator que confirma a existência de um mercado pagante e de uma concorrência que pode ser superada. É o elemento que transforma a Afinidade e o Conhecimento em um negócio rentável. A Oportunidade verifica se o seu público-alvo (Pessoa Física ou Pessoa Jurídica) tem capacidade financeira e, mais importante, a **disposição** de pagar por uma solução de excelência para aquele problema específico, sendo a **Demanda Pagante**. O

cenário ideal é uma demanda forte com **baixa concorrência especializada**, onde a maioria dos advogados são generalistas ou não se posicionam claramente no subnicho. Se houver concorrência, a Oportunidade reside em identificar uma lacuna no serviço, na comunicação ou na experiência do cliente que você possa preencher, se diferenciando e cobrando mais, sendo a **Concorrência Superável**. A falha em conciliar um desses pilares gera resultados previsíveis: Afinidade + Conhecimento, mas Sem Oportunidade, resulta no advogado acadêmico, feliz e estudado, mas sem faturamento. Oportunidade + Afinidade, mas Sem Conhecimento, resulta no advogado aventureiro, com clientes e paixão, mas que entrega um serviço mediano e queima a reputação. Conhecimento + Oportunidade, mas Sem Afinidade, resulta no advogado esgotado, com um negócio rentável, mas que sofrerá de exaustão e abandono precoce da área.



HIPER-ESPECIALIZAÇÃO: REDUZINDO O FOCO PARA AUMENTAR A AUTORIDADE

O segredo para se destacar é a **hiper-especialização**. É um movimento contraintuitivo: você deve reduzir o escopo de atuação até que se torne o nome óbvio, a referência automática para um problema específico. Essa redução do foco faz com que sua mensagem de marketing seja precisa e ressoe diretamente com um público com alto poder de pagamento e uma dor latente. O cliente que busca "Direito Imobiliário" busca um generalista. O cliente que busca "**Assessoria para Construtoras em Distrato de Alto Padrão**" busca **você**. A hiper-especialização é a barreira de entrada natural que afasta os generalistas e permite que você **Cobre Honorários Maiores** (o preço de um especialista

inquestionável é sempre mais alto do que o de um generalista), **Ganhe Tempo** (você resolve problemas mais rapidamente por já ter teses prontas e conhecimento aprofundado) e **Atraia Clientes Organicamente** (a indicação e a busca por "o melhor naquela área" substituem a necessidade de grandes investimentos em publicidade genérica).



VALIDAÇÃO DE MERCADO: O MAPA DA OPORTUNIDADE

A paixão sem dados é apenas um *hobby*. Para que a escolha do nicho se converta em um negócio sólido, é obrigatória a realização de uma **Validação de Mercado**. Este é um processo de pesquisa e inteligência que transformará sua intuição em um plano de ação.



PESQUISA DO PÚBLICO-ALVO (*BUYER PERSONA*)



É vital ir além da simples definição do seu público. Você precisa construir a *Buyer Persona*, o cliente ideal para o seu nicho. Quem ele é? Qual é a dor específica? Onde ele busca a solução? Quanto ele está disposto a pagar? A **Pergunta Chave** que você deve se fazer é: "Este grupo de pessoas ou empresas **já está buscando ativamente** uma solução para este problema específico, e eles têm **recursos para pagar por uma solução de excelência**?". Se a resposta for sim, a Oportunidade está validada.

ANÁLISE ESTRATÉGICA DA CONCORRÊNCIA (BENCHMARKING)

A análise da concorrência não é sobre copiar, mas sobre identificar lacunas e diferenciais. Você não deve focar apenas nos grandes escritórios, que operam em outro nível. Procure os advogados e escritórios que já se posicionam no seu **subnicho** para **Mapear o Posicionamento** (o que eles oferecem exatamente, como eles se comunicam, qual é o diferencial deles). O objetivo é **Encontrar a Lacuna de Mercado (O Vazio é Ouro)**, ou seja, onde o concorrente está falhando em entregar ou comunicar. Por exemplo, se a maioria é muito técnica e fria, você pode se posicionar com uma comunicação mais humanizada. Se o concorrente só atende em horário comercial, você pode integrar automação de atendimento para oferecer suporte 24 horas. Encontrar um nicho onde a demanda é alta, a concorrência é generalista ou falha em algum ponto crucial, e você tem Afinidade e Conhecimento, é o cenário que garante que você se estabeleça como autoridade sem a necessidade de competir por preço.



04

MODELO DE SOCIEDADE NA ADVOCACIA



Após a escolha do nicho de atuação, o passo seguinte é determinar o modelo de sociedade que sustentará legal e estrategicamente o seu negócio. Esta escolha é fundamental, pois define o ritmo de crescimento e a matriz de responsabilidades do seu escritório. Existem dois grandes modelos que se adaptam à especialização na advocacia: a Sociedade Solo Individual e a Sociedade com mais de um sócio.



Seguindo a regra geral da OAB, temos dois modelos de sociedades, sendo, sociedade individual e sociedade com sócios. Mas o mais importante a OAB não ensina, como fazer um bom contrato de sociedade quando envolvem sócios.

No modelo padrão da OAB, a sociedade consiste em ambos os sócios serem administradores e divisão de honorários 50/50. Esse modelo de sociedade está falido. É por isso que muitos advogados têm medo de fazer sociedade. Mas você não precisa seguir essa regra. Faça um contrato de acordo com as necessidades de sua advocacia.

4.1 Delegação na Advocacia Solo: O Apoio Essencial

Mesmo em uma Sociedade Individual de Advocacia (SIA), o advogado solo não deve trabalhar sozinho. Para evitar a sobrecarga e a limitação de crescimento, é indispensável a contratação de um estagiário ou uma secretária. Este auxiliar assume o papel de filtro e suporte, sendo responsável por todas as tarefas delegáveis que não exigem a assinatura do especialista. Isso inclui o suporte inicial e a triagem no WhatsApp, o atendimento telefônico e a resposta de e-mails, o gerenciamento de agenda e, crucialmente, o pré-atendimento de Leads gerados por campanhas de marketing. Este apoio permite que o advogado concentre seu tempo nas áreas mais valiosas: a elaboração de teses, a condução de audiências e o estudo aprofundado do nicho.



4.2 Divisão Estratégica na Advocacia com Sócios

Quando o escritório opera com Sociedade Simples de Advocacia (com mais de um sócio), a gestão evolui de uma simples delegação de tarefas para uma divisão estratégica de domínios. O objetivo é quebrar a acumulação de funções que limita o solo. Nesse modelo, é fundamental estabelecer um sócio para liderar o Domínio Jurídico, garantindo a excelência técnica, a qualidade das peças e a inovação de teses. O outro sócio assume a liderança do Domínio Comercial e de Gestão, responsabilizando-se pelo fluxo financeiro, prospecção e o planejamento estratégico de crescimento. Essa separação permite um foco dual, acelerando a consolidação da autoridade no nicho e a expansão do negócio.



A ESCOLHA ESTRATÉGICA E A CRÍTICA AO MODELO PADRÃO

Após a escolha cirúrgica e a validação do nicho de atuação, o passo subsequente é a determinação do modelo societário que servirá de esqueleto legal e operacional para o seu negócio jurídico. Esta não é uma mera formalidade burocrática, mas uma decisão estratégica que define o teto de crescimento, a matriz de responsabilidades e a capacidade de escalabilidade do seu escritório. O nicho, pela sua natureza hiper-focada, se adapta perfeitamente a dois grandes modelos: a Sociedade Individual de Advocacia (SIA) e a Sociedade com Mais de Um Sócio (Sociedade Simples). A grande falha reside em seguir o padrão sem uma análise de inteligência de mercado. A regra geral da OAB, que historicamente sugere a divisão *pro rata* (50/50) e a gestão compartilhada entre os sócios, é um modelo **falido** para a advocacia moderna de nicho. É por isso que muitos advogados temem parcerias. O caminho do sucesso passa por desvincular-se desse modelo e construir um contrato de acordo com as necessidades estratégicas e a especialização da sua banca.



SOCIEDADE INDIVIDUAL DE ADVOCACIA

A **Sociedade Individual de Advocacia (SIA)**, conhecida popularmente como advocacia solo, representa o ponto de partida ideal e, muitas vezes, o modelo definitivo para o advogado que opta pela especialização em um nicho. Esta estrutura permite ao profissional centralizar integralmente o poder decisório e a estratégia do negócio. A ausência de sócios elimina o atrito comum em parcerias e garante a agilidade necessária para o especialista de nicho, que precisa de flexibilidade para implementar teses jurídicas inovadoras e ajustar rapidamente o plano de marketing e prospecção. Na SIA, a marca do escritório é intrinsecamente ligada ao nome do advogado, acelerando a construção da autoridade pessoal, um fator crucial para cobrar honorários de especialista no sub nicho escolhido.

Contudo, a grande armadilha da advocacia solo é a tentativa de abraçar todas as funções, desde o jurídico até a gestão e o atendimento. O advogado solo que busca a alta performance deve enxergar a delegação de tarefas operacionais como um investimento obrigatório para a escalabilidade, e não como um custo. A contratação de um auxiliar estratégico— seja um estagiário ou uma secretária— é indispensável para atuar como filtro e suporte, liberando o especialista para focar no que gera maior valor: a excelência técnica, o estudo aprofundado do nicho e o fechamento de contratos de alto valor. A SIA, portanto, só se torna um modelo sustentável e de crescimento quando o advogado adota uma mentalidade empreendedora e utiliza a delegação como ferramenta para blindar sua produtividade.

Em resumo, a Sociedade Individual de Advocacia é a via mais direta para o especialista em nicho que valoriza a autonomia. Seu sucesso é uma consequência direta da disciplina na gestão, da excelência técnica inquestionável e da inteligência em delegar o operacional. Ela permite um crescimento sólido, desde que o advogado evite o erro de sobrecarregar-se e adote a tecnologia e o apoio humano para garantir que o seu foco permaneça unicamente na sua área de hiper-especialização.

VANTAGENS E DESVANTAGENS DA ADVOCACIA SOLO

A Sociedade Individual de Advocacia, formalizada via CNPJ, oferece a separação patrimonial e a segurança jurídica necessárias, além de permitir o enquadramento fiscal adequado. Sua maior vantagem para o advogado de nicho reside na **autonomia estratégica**. Todas as decisões, desde a linha editorial do conteúdo até a tese jurídica a ser aplicada, passam por um único filtro, eliminando o atrito e a lentidão comuns em sociedades com divergências. A marca do escritório se confunde com o nome do advogado especialista, acelerando a construção da autoridade pessoal e garantindo que o cliente contrate **o nome** que é referência. Além disso, a estrutura é mais leve e permite ajustes rápidos de rota no plano de marketing ou na estratégia de prospecção, sem a necessidade de consenso entre múltiplos sócios.

ESCALABILIDADE E DELEGAÇÃO NA ADVOCACIA SOLO

Mesmo em uma SIA, o advogado solo que busca crescimento **não deve trabalhar sozinho**. O erro de centralizar *todas* as tarefas leva à sobrecarga (o *burnout*) e limita o crescimento ao teto da sua capacidade produtiva individual. Para evitar isso, a contratação de um **auxiliar estratégico** (estagiário ou secretária) é indispensável. Este auxiliar atua como um **filtro operacional e de suporte**, assumindo todas as tarefas delegáveis que não exigem a capacidade postulatória ou a assinatura do especialista. Isso inclui a triagem e o suporte no WhatsApp (fazendo o pré-cadastro e a filtragem dos *leads* gerados por campanhas de marketing), a gestão de agenda e administrativo (agendamento de reuniões, gestão de prazos não processuais e resposta a e-mails), e o suporte operacional simples. Esta delegação permite que o advogado solo concentre seu tempo nas áreas de mais alto valor e remuneração: a **elaboração de teses**

jurídicas inovadoras, a condução de audiências e o estudo aprofundado e a atualização constante no nicho.

SOCIEDADE DE ADVOCACIA COM SÓCIOS

A Sociedade com Mais de Um Sócio (Sociedade Simples de Advocacia) é o modelo ideal quando se busca a **expansão de escala** e a **divisão de especialidades**. No entanto, seu sucesso depende de uma divisão de trabalho que vai muito além da simples divisão de honorários. A gestão deve evoluir para uma **divisão estratégica de domínios**.



MODELO ESTRATÉGICO DE DIVISÃO DOS SÓCIOS

O objetivo principal é quebrar a acumulação de funções que limita a SIA. Em um escritório de nicho, os sócios devem dividir a liderança sobre dois pilares distintos do negócio: o Domínio Jurídico e o Domínio Comercial e de Gestão. Essa separação permite um **foco dual**: o escritório ganha autoridade no nicho (graças à excelência técnica) e cresce de maneira acelerada e sustentável (graças à eficiência e à prospecção).

O DOMÍNIO JURÍDICO (O ESPECIALISTA TÉCNICO)

Este sócio assume a **liderança técnica e acadêmica do nicho**. Suas responsabilidades incluem a elaboração e inovação de teses, a revisão de peças

processuais, a gestão do conhecimento jurídico, a mentoria da equipe júnior e a garantia da excelência técnica do serviço entregue. O perfil ideal é o sócio com maior afinidade e conhecimento na área, dedicando-se integralmente à excelência e ao aprofundamento técnico.

O DOMÍNIO COMERCIAL (O ESPECIALISTA EM NEGÓCIOS)

Este sócio assume a **liderança do crescimento, faturamento e estrutura operacional**. Suas atribuições envolvem a gestão financeira (usando ferramentas como Asaas), a prospecção e campanhas de marketing (Meta Ads/Google Ads), a gestão de pessoas (delegação), o planejamento estratégico e a busca por novos subnichos de expansão. O perfil ideal é o sócio com visão empreendedora e foco em números, processos e vendas consultivas.

O MODELO DE CONTRATO NA SOCIEDADE

O principal motivo pelo qual as sociedades fracassam é a adoção do **modelo padrão 50/50 da OAB**, que assume que todos os sócios são igualmente administradores e contribuem de forma idêntica. Em uma advocacia de nicho e hiper-especializada, isso é irreal e injusto, levando ao atrito. O contrato de sociedade deve ser um instrumento de gestão, e não apenas de formalização, refletindo a divisão de domínios e a contribuição real de cada sócio. Deve ser explícito sobre a definição de funções e responsabilidades e permitir uma **divisão de honorários baseada no valor estratégico**.

Por exemplo, um sócio que traz a maior parte dos clientes ou que é a única autoridade técnica pode ter uma participação maior nos lucros. Além disso, o contrato precisa antecipar o fim, estabelecendo regras claras sobre a saída de um sócio (cálculo de *goodwill* ou valor da marca, proibição de atuação no mesmo nicho por um período) para proteger o escritório e o nicho de uma crise ou competição interna. A Sociedade com Mais de Um Sócio só é um caminho de sucesso quando a **parceria é estratégica**, utilizando o contrato para dividir funções de forma a ganhar escala e especialização, e nunca para simplesmente dividir a gestão e o lucro em partes iguais sem um plano de ação definido.

05

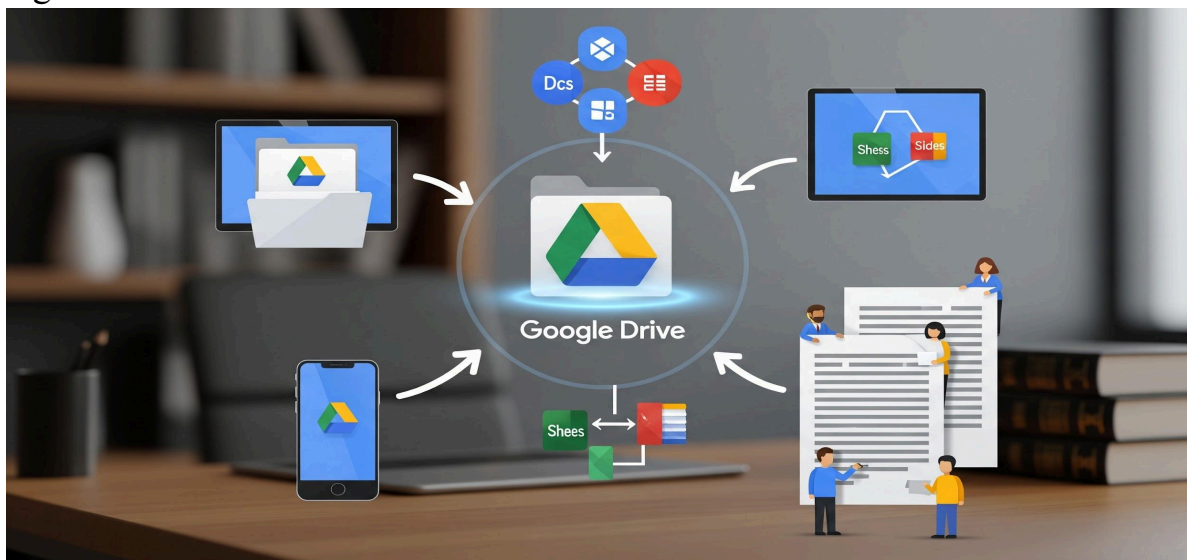
GESTÃO DE ESCRITÓRIO



A escolha das ferramentas para um escritório de advocacia de nicho é um ato de investimento estratégico, e não de gasto. Em um modelo focado na alta performance e na autoridade, cada software e cada plataforma deve servir para aumentar a produtividade, automatizar o operacional e gerenciar o conhecimento. A tecnologia é a espinha dorsal que permite a escalabilidade, liberando o especialista da burocracia.

FERRAMENTAS NECESSÁRIAS PARA SUA GESTÃO

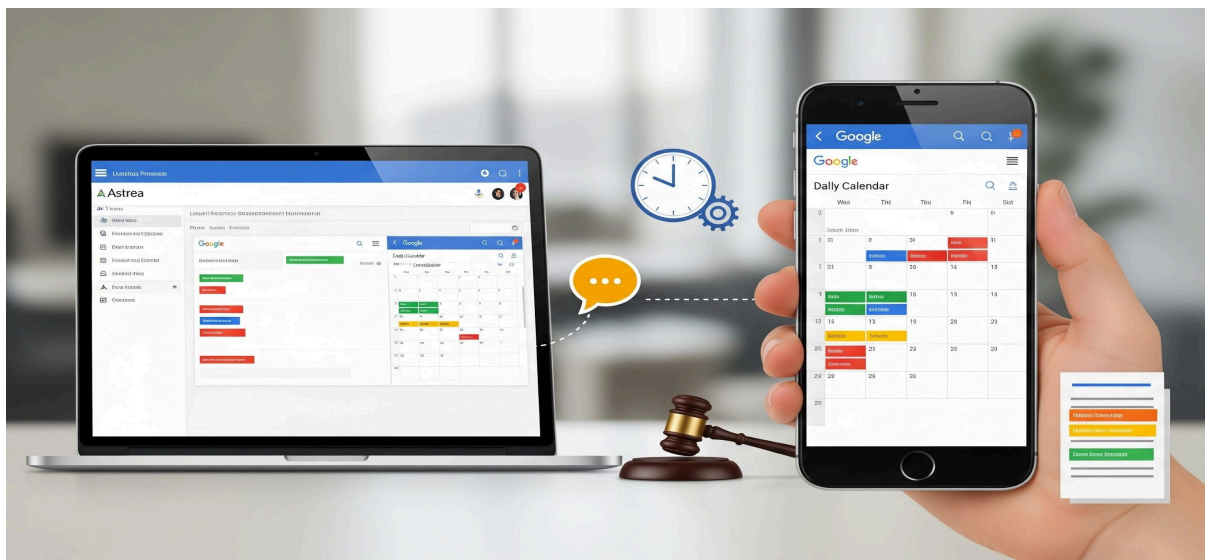
GOOGLE DRIVE: - Todo escritório deve ter um sistema de armazenamento nas nuvens, e o advogado não pode mais depender apenas do disco rígido do computador para guardar seus documentos e petições em pleno 2025. Eu escolhi o Google Drive porque utilizo e me beneficia da integração com diversas outras ferramentas da Google. A função essencial do Drive aqui no escritório é servir como repositório principal dos documentos e permitir a petição em nuvem. Além disso, ele possibilita a utilização do Google Docs para a elaboração de peças processuais, garantindo que o peticionamento seja feito de forma colaborativa (se necessário) e que os documentos estejam sempre acessíveis e seguros.



AUTENTIQUE -A Agilidade na contratação e na gestão de documentos exige uma solução de assinatura digital. É indispensável adotar uma ferramenta que simplifique e valide contratos à distância. Para isso, eu utilizo o Authentic. A importância de um sistema como este na era moderna é inegável, pois ele permite que a pessoa receba o contrato para assinar tanto por e-mail quanto por WhatsApp, oferecendo extrema facilidade. Além disso, o Authentic oferece um plano gratuito para até 20 assinaturas, sendo uma ferramenta extremamente útil e necessária em um escritório de advocacia, principalmente quando se presta trabalho remotamente ou a clientes em outras localidades.

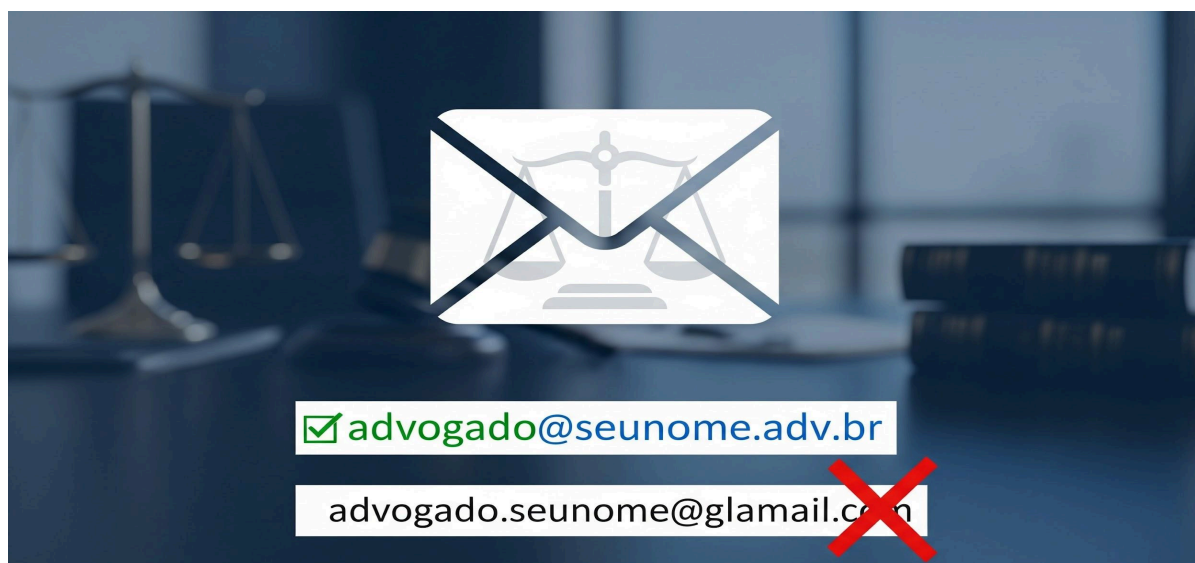


AGENDA (GOOGLE) -A gestão eficiente do tempo é a maior aliada do especialista em nicho. Para controlar compromissos, prazos não processuais e tarefas diárias, a Agenda do Google é uma ferramenta indispensável. Ela permite que todas as anotações e compromissos sejam feitos com facilidade e, crucialmente, pode ser sincronizada com o software jurídico (Astrea), unificando a gestão de tarefas. Essa sincronização garante que a informação esteja na palma da mão: eu, por exemplo, olho minha agenda do dia seguinte no próprio celular, logo ao acordar ou antes de dormir, o que torna a ferramenta essencial para o planejamento diário de qualquer advogado.



E-MAIL (GMAIL) -A comunicação é o cartão de visitas do especialista. Para transmitir credibilidade e segurança, é fundamental que o advogado utilize um e-mail profissional com domínio próprio. É inaceitável, no contexto de uma advocacia de nicho que busca autoridade, utilizar domínios gratuitos como

Gmail ou Hotmail, pois isso não demonstra profissionalismo. O e-mail com domínio personalizado é um pilar da imagem corporativa e deve ser gerenciado através de um serviço de hospedagem profissional adequado.



GOOGLE (MEET) -O Google Meet é a ferramenta de videoconferência indispensável que representa a digitalização do atendimento e da reunião na advocacia moderna. Ele substitui a necessidade do encontro físico presencial com o cliente, permitindo que o especialista atenda com a mesma formalidade e segurança, independentemente da localização. Sua importância reside na expansão geográfica do escritório, eliminando barreiras físicas e permitindo que o advogado de nicho alcance clientes em qualquer parte do país ou do mundo. Na prática, o Meet deve ser introduzido para a primeira reunião com o cliente após a triagem inicial (facilitada pelo whatsapp), conferindo profissionalismo e agilidade, e deve ser usado continuamente para reuniões de follow-up prestação de contas, garantindo a transparência. Por fazer parte do ecossistema Google, o Meet se integra perfeitamente à sua Agenda do Google, simplificando o agendamento de reuniões e o envio automático de links de acesso ao cliente, o que economiza tempo de deslocamento e permite que o advogado se concentre nas tarefas mais estratégicas do seu nicho.



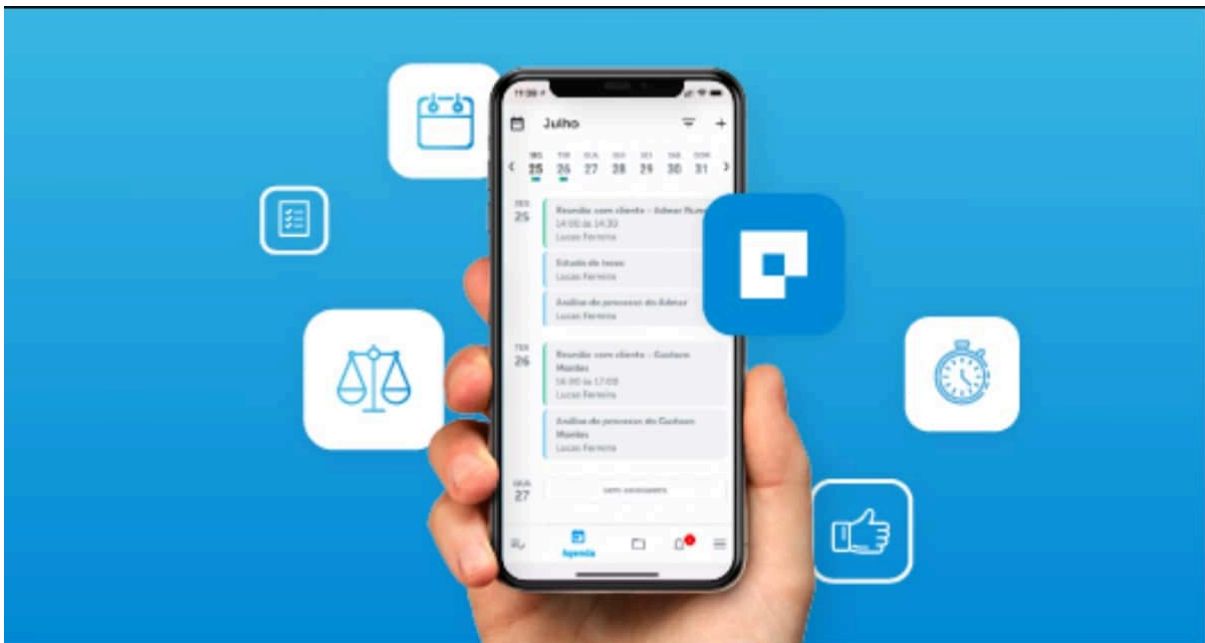
06

GESTÃO DE PROCESSOS



Aqui no escritório, eu utilizo o Astrea como meu software jurídico. Esta ferramenta é o cérebro operacional da banca, representando a solução central para a gestão de processos, produtividade e mitigação de riscos. O advogado deve adotar o Astrea porque ele permite transferir o controle da rotina burocrática para a tecnologia e concentrar-se na estratégia do nicho.

As principais finalidades e benefícios do Astrea para o escritório de advocacia são:



Monitoramento de Processos: O software é responsável por monitorar e acompanhar automaticamente os andamentos processuais nos tribunais, mantendo o controle da movimentação de cada processo.

Monitoramento de Intimações e Prazos:Esta função, distinta do monitoramento de andamento, realiza o gerenciamento de intimações e prazos, buscando publicações nos diários oficiais. Isso elimina o risco de perda de datas e assegura a gestão rigorosa dos prazos que o advogado tem que cumprir.

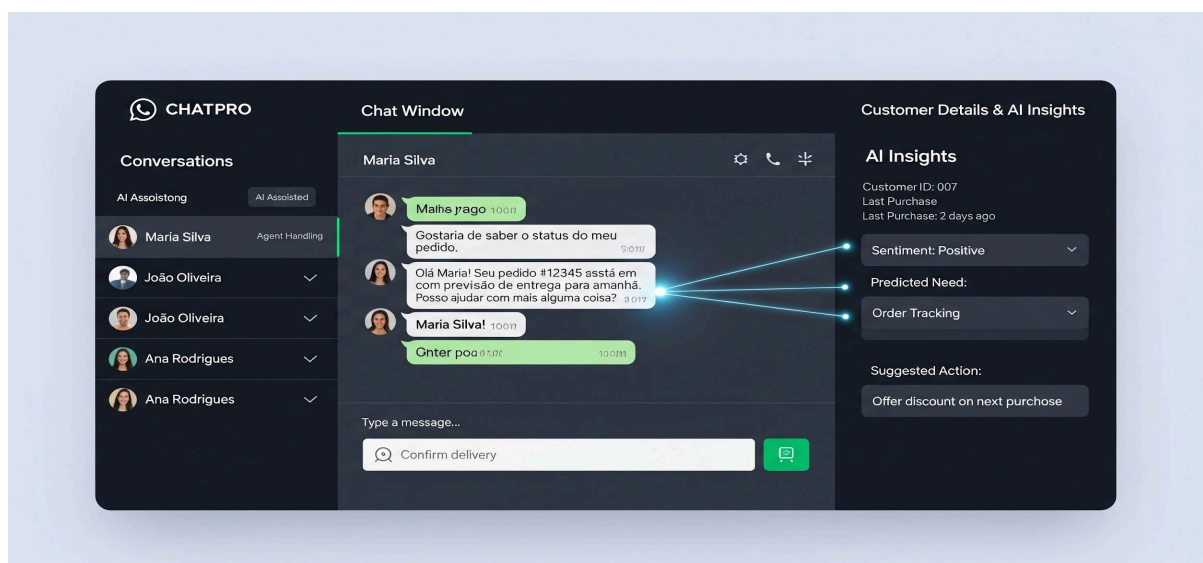
Gestão de Tarefas e Anotações:Ele centraliza o gerenciamento de tarefas e anotações de todo o fluxo de trabalho do escritório, permitindo que a rotina seja organizada e rastreável. Essa gestão pode ser sincronizada com ferramentas externas, como a Agenda do Google, unificando a rotina do especialista.

Transparência e Relacionamento com o Cliente:O Astrea é uma poderosa ferramenta de relacionamento, pois oferece um login de acesso dedicado ao cliente. Isso gera grande transparência, permitindo que ele acompanhe status do seu caso diretamente pelo aplicativo e reforçando a confiança no serviço.

Integração e Prospecção:O software possui uma aba de atendimento específica para registrar e gerenciar todas as prospecções de clientes. Isso o faz funcionar como um CRM inicial, conectando a gestão de leads diretamente ao fluxo de trabalho legal, desde o primeiro contato.

07

GESTÃO DE ATENDIMENTO



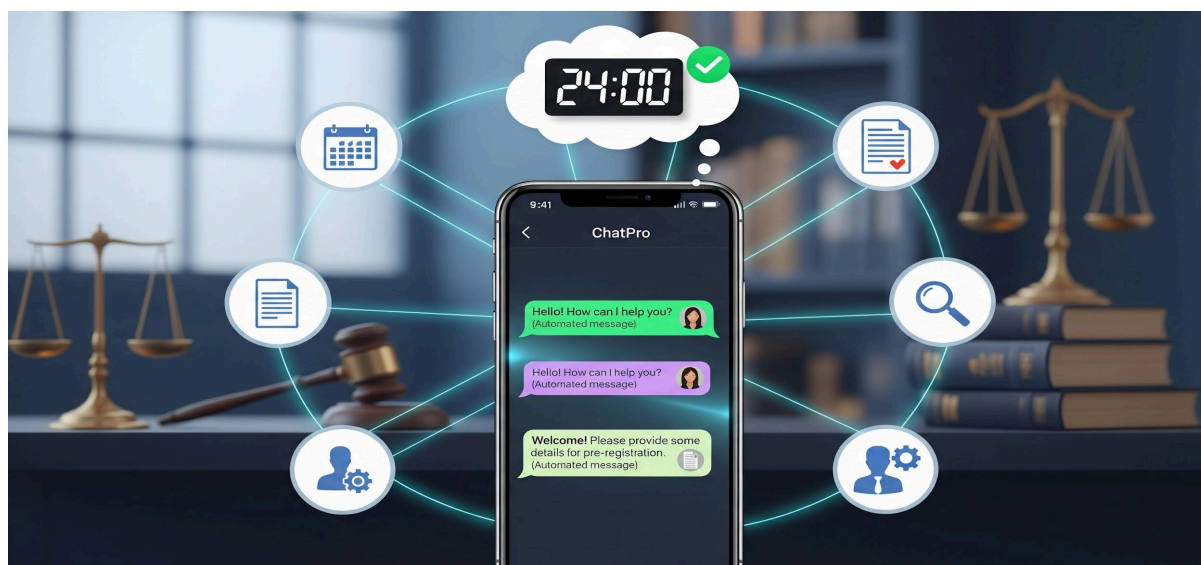
A gestão de atendimento de um escritório de nicho deve ser rápida, eficiente e, acima de tudo, disponível 24 horas por dia. Para garantir essa performance, o uso

de um sistema de automação é fundamental. Eu utilizo o CHATPRO para gerenciar o atendimento via WhatsApp, transformando o aplicativo em um canal profissional e escalável, com a inteligência artificial operando em dois fluxos cruciais:

Suporte e Clientes Atuais (24 horas): O fato de o sistema funcionar 24 horas é fundamental. Quando um cliente manda uma mensagem fora do horário de expediente — por exemplo, solicitando um boleto para pagamento —, o sistema consegue enviar o documento automaticamente sem a necessidade de intervenção humana. Isso melhora drasticamente a experiência do cliente e elimina tarefas operacionais para a equipe.

Prospecção e Novos Clientes (Pré-Triagem): Quando se trata de um novo cliente, o sistema interage imediatamente, fazendo uma filtragem e um pré-cadastro para avaliar o interesse. Ele constrói uma ficha de cadastro com as informações essenciais. Quando o escritório retoma o funcionamento, a equipe entra em ação, iniciando o atendimento a partir da ficha e do pré-cadastro já realizados, garantindo que o tempo da equipe seja focado apenas na negociação com clientes que demonstraram interesse real na contratação.

A adoção de um sistema de automação é indispensável para a advocacia nos tempos modernos. É uma ferramenta extremamente necessária, e o advogado que ainda não a utiliza está totalmente ultrapassado. Ela é a chave para o suporte eficiente e a escala da prospecção. Mas lembre-se: o sistema não substitui o humano. O fato de você ter um sistema de automação não dispensa a secretária ou o estagiário; ele é apenas uma ferramenta útil que potencializa e qualifica o trabalho realizado por sua equipe.



08

GESTÃO FINANCEIRA



A gestão financeira é o pilar que sustenta o crescimento e a saúde de qualquer escritório de advocacia. A desorganização nesta área é um dos maiores riscos para a advocacia de nicho. Para garantir total controle e profissionalismo, aqui no escritório, eu utilizo o sistema ASAAS. Esta ferramenta é muito mais do que um simples gateway de pagamento; ela funciona como uma conta jurídica

online completa e um sistema de gestão financeira robusto, essencial para a formalização e controle do capital.

As múltiplas funções de um sistema como o Asaas são inegáveis, centralizando todas as operações de receita e despesa do escritório:

Controle de Fluxo de Caixa e Visibilidade: Permite o controle rigoroso das contas a pagar e a receber, bem como o monitoramento em tempo real dos recebimentos. Isso oferece uma visibilidade total sobre a saúde financeira e permite a separação clara das finanças pessoais e profissionais (Conta Jurídica).

Previsão de Faturamento e Planejamento: O sistema é fundamental para o planejamento estratégico. Ele oferece um painel que permite monitorar a previsão de faturamento dentro do mês, auxiliando na tomada de decisões e investimentos.

Múltiplas Formas de Cobrança e Agilidade: Por ser um gateway de pagamento, o Asaas suporta a geração de cobranças de forma parcelada, à vista ou recorrente. Ele engloba todos os meios modernos de pagamento (como boleto, Pix, cartão de crédito ou débito), facilitando o fechamento de contratos e a vida do cliente.

Gestão de Inadimplência e Cobrança Automatizada: Ele automatiza a cobrança de honorários. É possível configurar o envio de boletos automáticos e lembretes de pagamento, o que é crucial para reduzir a inadimplência e profissionalizar a relação financeira com o cliente.

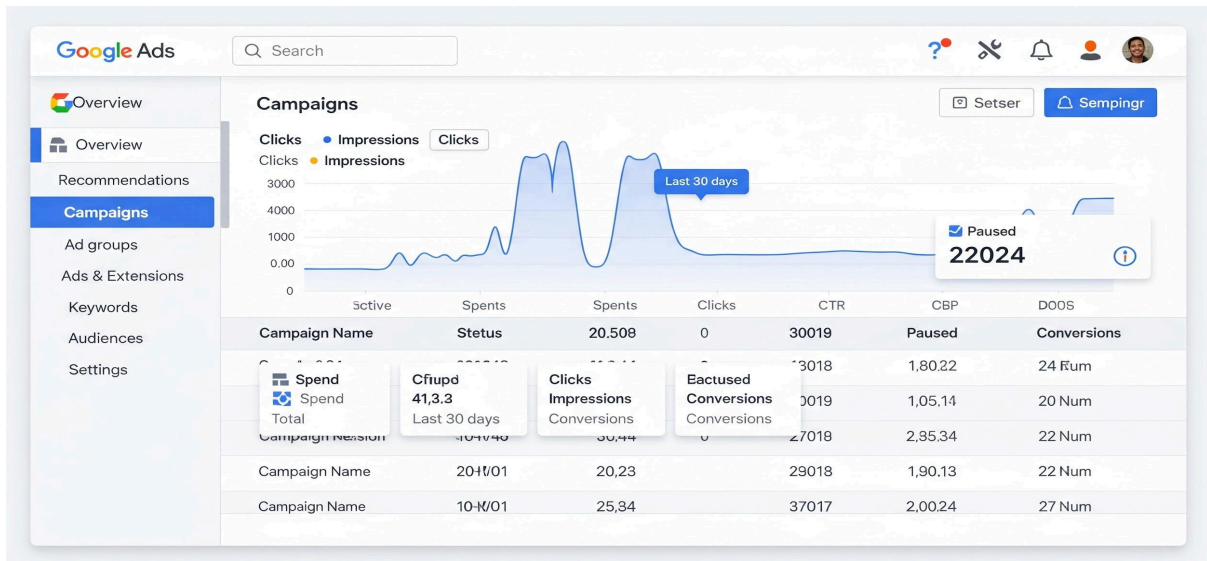
O Asaas tem várias funções que são essenciais para a organização financeira do escritório. Eu, inclusive, utilizo este sistema desde o meu primeiro contrato assinado aqui no escritório, o que prova sua eficácia desde o início da operação. Advogado, se você ainda não utiliza um sistema de pagamento digital como este, você está na época das cavernas. Não utilizar um sistema de pagamento é um dos maiores erros que o advogado pode cometer, pois afeta diretamente a credibilidade e a saúde financeira do seu negócio.

09

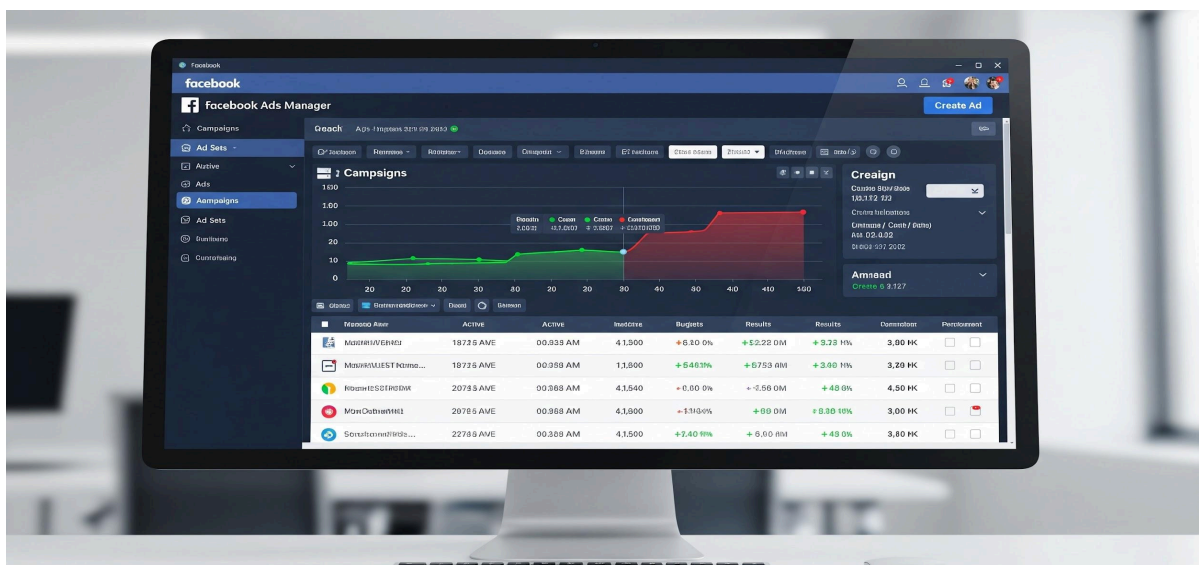
MEIOS DE PROSPECÇÃO NA ADVOCACIA

A prospecção na advocacia de nicho se baseia na atração do cliente ideal, e não na captação indiscriminada. É fundamental utilizar canais digitais de forma estratégica, respeitando sempre as normas da OAB que exigem publicidade informativa e sóbria. Aqui no escritório, eu testei e validei quatro canais principais de prospecção:

Google Ads: A Intenção de Compra Imediata Este é o meio mais eficaz para captar clientes com alta intenção de contratação. O Google Ads permite que o seu escritório apareça para o cliente que está buscando ativamente a solução jurídica do seu nicho naquele exato momento. Contudo, o custo de investimento inicial é mais alto: não é recomendado fazer uma campanha investindo menos do que R\$ 50 por dia, pois abaixo desse valor dificilmente o advogado conseguirá obter resultados significativos.

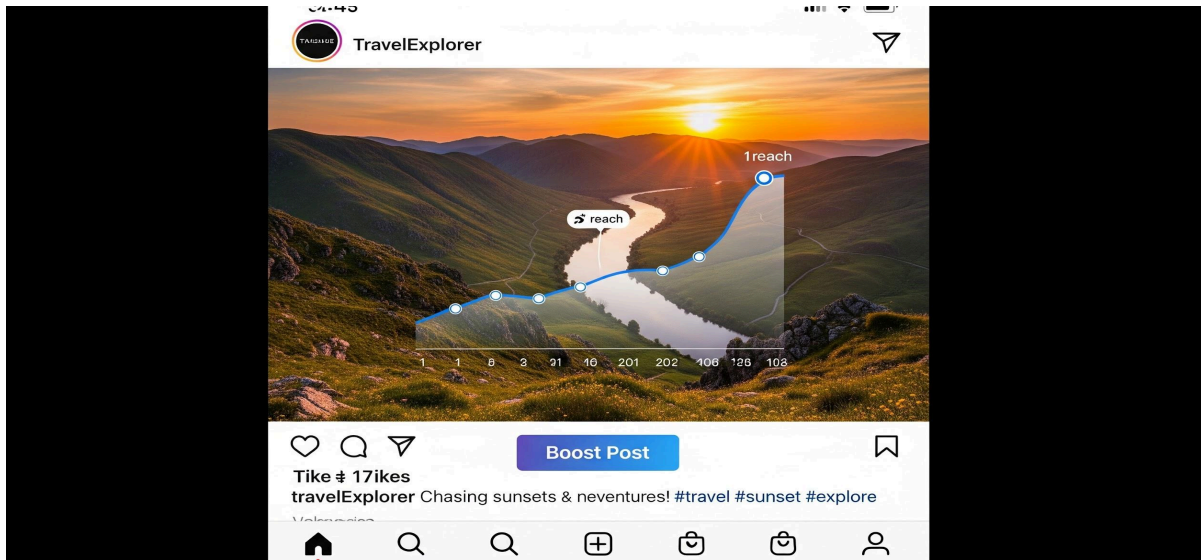


Meta Ads (Gerenciador de Anúncios): Autoridade e Segmentação Avançada
 Meta Ads (que engloba Facebook e Instagram) é o canal ideal para construir autoridade e direcionar tráfego para a sua automação. Aqui, o uso é feito pelo Gerenciador de Anúncios, que permite uma segmentação avançada. Para começar a usar a plataforma, é necessário antes criar uma página no Facebook, atrelar o perfil do Instagram e do WhatsApp Business a essa página. Em seguida, você deve construir um público inicial. É importante começar impulsionando essa página com conteúdo para criar uma base de pessoas que consomem e têm interesse nos serviços oferecidos, para depois começar a rodar os anúncios de conversão. Em termos de investimento, é mais acessível: o advogado pode começar com um valor que varia de R\$ 10 a R\$ 20 por dia, dependendo do período do ano, já que os custos de leilão de anúncios flutuam.

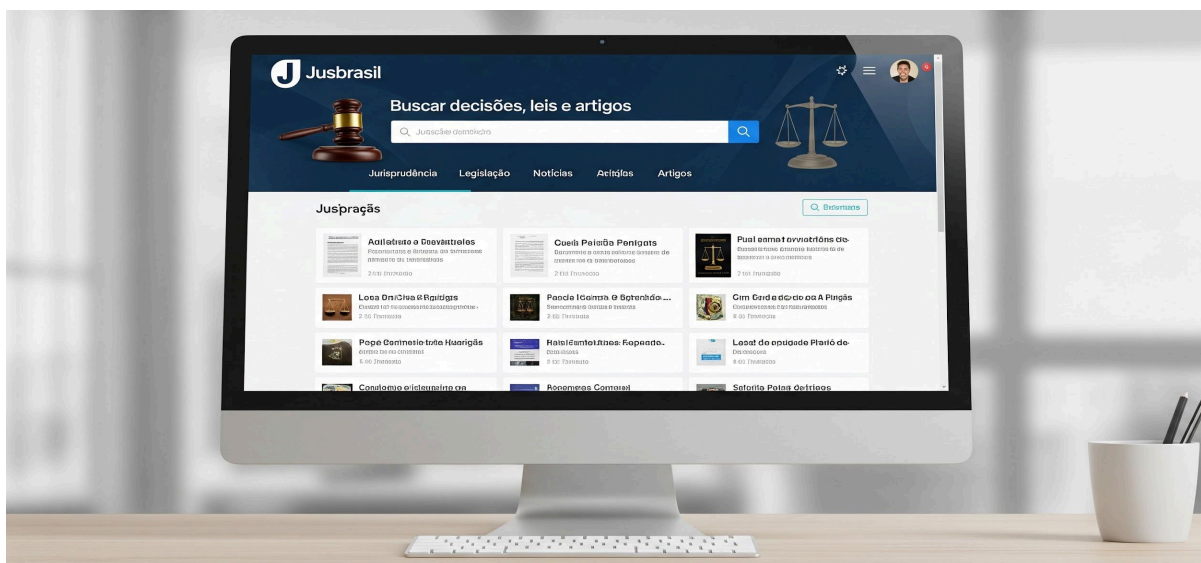


Redes Sociais (Botão Impulsionar): Conteúdo e Alcance Rápido
 Embora sejam a mesma plataforma do Meta Ads, as redes sociais, quando utilizadas pelo botão

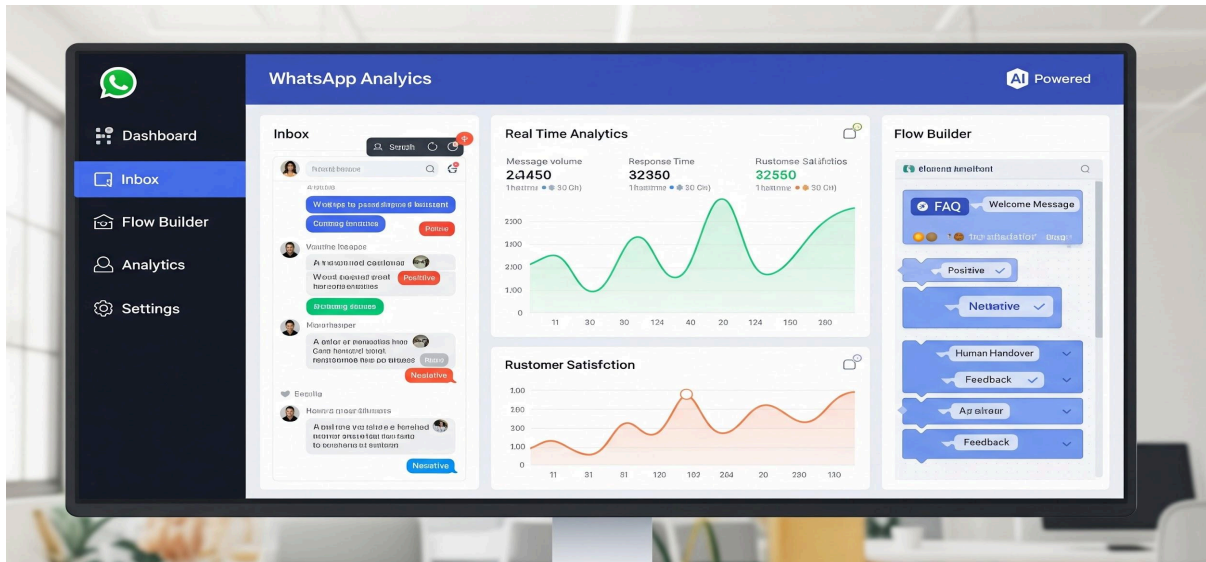
de Impulsionar, servem para dar um alcance rápido e mais simples a posts orgânicos de conteúdo. O foco aqui é gerar autoridade e educar o público. O investimento pode seguir a quantidade mínima recomendada pela plataforma, que geralmente fica em torno de R\$ 12 por dia.



Jusbrasil e Portais Jurídicos: Presença Profissional Plataformas como o Jusbrasil são canais importantes para demonstrar sua expertise e presença no universo jurídico. Para fazer a prospecção de clientes por lá, o advogado precisa assinar um plano para reabrir as salas(método utilizado para interagir ou ser contatado por usuários). Quanto maior o plano, maior será o acesso a essas "salas". Não é um método que eu recomendaria, pois considero a plataforma um pouco ultrapassada e menos eficiente que o tráfego pago. No entanto, para o advogado que não tem muita habilidade com tráfego pago, o Jusbrasil pode ser um meio de se começar a construir a presença digital.



O segredo é garantir que todos esses canais estejam interligados à sua automação de atendimento (como o ChatPro), garantindo que o investimento em prospecção se converta em um lead triado e pronto para o atendimento consultivo. Contudo, é fundamental que o advogado avalie qual dessas quatro opções melhor se encaixa no seu escritório. Dificilmente um profissional que está iniciando conseguirá utilizar todas as quatro formas simultaneamente. Aqui no escritório, apesar de já ter testado as quatro opções, eu utilizo e mantenho o foco prioritariamente no Meta Ads.



10

ESCRITÓRIO FÍSICO X ESCRITÓRIO ONLINE

A escolha da estrutura do escritório é um tema crucial que deve ser encarado sob a perspectiva de crescimento e credibilidade na advocacia de nicho. Embora muitos advogados iniciem sua jornada no ambiente virtual, é fundamental entender a estratégia por trás de cada modelo e planejar a evolução para uma estrutura que maximize tanto a confiança do cliente quanto a produtividade da equipe.

O modelo de escritório físico é o ideal para a consolidação da marca, pois passa muito mais credibilidade ao cliente e profissionalismo à banca. Além disso, a produtividade da equipe é potencializada, uma vez que a reunião presencial da equipe facilita o alinhamento estratégico e potencializa a produtividade. Para montar essa estrutura sem grandes gastos, basta uma sala de 30 metros

quadrados dividida para criar uma recepção simples e uma sala multiuso, onde uma mesa com quatro cadeiras serve tanto para o atendimento de clientes quanto para a estação de trabalho da equipe. Se o advogado já quer iniciar nessa modalidade e está sem muitas condições financeiras para arcar sozinho, ele pode sublocar a estrutura para outros advogados, diminuindo consideravelmente as custas fixas do escritório.



Por outro lado, o escritório online é uma opção válida apenas para quem está começando com pouquíssimos recursos financeiros, funcionando como um ponto de partida para a carreira. No entanto, o advogado que optar por essa modalidade precisa seguir algumas regras de profissionalismo: em primeiro lugar, ele tem que ter um site, e, em segundo, nada de usar sala da OAB para atender cliente. Ele deve ter uma solução alternativa, como a locação de escritórios compartilhados (coworking) onde ele possa fazer uma reunião com o cliente quando for estritamente necessário.



Portanto, o advogado de nicho deve enxergar a estrutura física como um investimento obrigatório para o futuro. Não utilizar o escritório online como uma solução permanente, mas sim como uma estação de passagem, é o que garantirá a credibilidade e a solidez necessárias para o sucesso a longo prazo na sua empreitada.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Chegamos ao final deste manual, que é muito mais do que um guia teórico; ele é um roteiro baseado na minha própria história de vivência e realidade. Cada ferramenta e cada estratégia de prospecção detalhada aqui foram implementadas por mim, começando com poucos recursos. Este é o caminho testado para o sucesso no empreendedorismo jurídico.

Eu comecei exatamente assim: com foco, planejamento e a utilização inteligente dessas tecnologias e métodos. A prova de que este roteiro funciona é que, hoje, eu atuo com dois escritórios físicos: um em Curitiba que atende todo o Paraná, e outro aqui em São Paulo, na capital, que atende todo o estado de São Paulo. Se eu consegui construir essa expansão e solidez seguindo estes passos, você também conseguirá.

Portanto, encorajo você, advogado, a encarar este material como o seu mapa. Se você seguir todo o roteiro e implementar cada passo deste manual com dedicação e disciplina, você terá sucesso nessa empreitada.

Boa sorte e bom trabalho!

QUEM SOU EU

Leonice Gomes, sou advogada criminalista, fui aprovada no Exame de Ordem em 2018, atuante na advocacia desde 2019. Sou fundadora da LGBR Advogados, um escritório de nicho especializado em Execução Penal. Como mentora e Presidente do instituto, o Instituto Leonice Gomes, palestrante, escritora e uma eterna aprendiz.

