

Advogados devem se preparar para prestar serviços a estrangeiros

A internacionalização funciona no Brasil como um elo entre as empresas. Com a atuação das bancas internacionais proibida pela Ordem dos Advogados do Brasil, os escritórios estrangeiros facilitam o contato de seus clientes com advogados brasileiros. O assunto foi debatido nesta quarta-feira (15/10), em São Paulo, na Fenalaw 2014.

Segundo a advogada **Marcela Berger** (*na foto, à direita*) do escritório Azevedo Rios, Berger, Camargo e Presta Advogados e Consultores Associados, as parcerias funcionam como um facilitador. “Um escritório americano pode indicar o cliente que queira atuar no Brasil a uma banca nacional. Os advogados americanos saberão das expectativas de seu cliente, mas quem fará as operações será o escritório brasileiro”, explica.

Mas as parcerias dependem dos contatos que o advogado nacional tem com as empresas estrangeiras. É preciso ir a feiras e eventos internacionais e conversar mais sobre o assunto. E após esse contato, não há espaço para errar. “O profissional precisa estar preparado. Não é possível prestar um ‘meio serviço’, porque esse mercado é uma via de um passo só, nunca mais haverá a mesma oportunidade”, recomenda Marcela.

André Hänni

Segundo a advogada, o Brasil é visto com bons olhos pelas empresas estrangeiras. “Há quatro anos, eu diria que teríamos uma avalanche de empresas estrangeiras de olhos no país. Hoje não é bem assim, mas ainda existe esse interesse. E isso vai ser uma constante.”

Um dos motivos que deixam o cliente estrangeiro com um pé atrás é a legislação tributária. É o ponto mais complexo a se destrinchar em uma operação envolvendo uma empresa do exterior. O motivo, segundo a advogada **Cristina Andrade Salvador** (*na foto, à esquerda*), do Miguel Neto Advogados, é a diversidade de legislações tributárias no país, nas três esferas: federal, estadual e municipal. “É difícil para o estrangeiro entender que o tipo de serviço define o tributo”, afirma.



Por isso a importância do trabalho do advogado brasileiro na orientação à empresa estrangeira. Um dos exemplos de como esse aconselhamento é indispensável é na escolha do local da sede da empresa a ser criada no país. Segundo Cristina, é preciso estudar o caso do cliente e indicar o local mais lucrativo. “A Zona Franca de Manaus [*que tem isenção de impostos para produtos industrializados*], por exemplo, pode não ser a melhor escolha para a sede da empresa se for levado em consideração a logística e impostos para enviar as mercadorias para outros estados”, explica.

Date Created

16/10/2014