

Departamento jurídico é vital para expansão de empresa

21/05/2006

O advogado do departamento jurídico é o cartão de visitas da empresa que pretende expandir seus negócios para o exterior. Isso porque cabe ao departamento desenvolver todo o planejamento jurídico da expansão. A opinião é do advogado **Antonio Carlos Siqueira**, que atua há mais de 20 anos como advogado de empresas e é diretor jurídico da Natura há quatro anos. Siqueira fala com conhecimento de causa, já que a Natura, só na América Latina, tem negócios na Argentina, Chile, Peru, Venezuela, Colômbia e México.

Ele foi o convidado da palestra *Processo de internacionalização das empresas brasileiras: como escolher e estruturar os apoios jurídicos no exterior* que ocorreu na sexta-feira (19/5), último dia do Senalaw — Seminário Nacional de Administração de Escritórios de Advocacia e Jurídicos, no Centro de Convenções Frei Caneca, em São Paulo.

Para Siqueira, deve haver um prazo mínimo de dois anos para pensar de uma forma planejada os aspectos jurídicos dessa expansão. Também é muito importante que haja um conhecimento da cultura dos países em que se vão desenvolver os negócios.

O primeiro passo para as empresas que pretendem levar seus produtos para o exterior é definir junto ao departamento jurídico uma política de expansão da empresa e depois partir para o registro da marca focado na internacionalização. Segundo Siqueira, é importante definir quais marcas serão levadas para o exterior. “No caso da Natura optamos por levar as marcas fortes e deixar as submarcas, produtos que não farão sucesso internacionalmente.”

Um ano antes dos negócios efetivamente começarem, deve começar a ser feita a constituição da empresa. Para o diretor da natura, nos primeiros dois meses deve ser feita a avaliação do ambiente legal, analisar se há algum obstáculo para levar o produto ao país pretendido.

Depois é o momento de estruturação da abertura contratação do escritório, *check list* de atividades, cronograma de abertura das empresas, o que deve demorar uns sete meses, na sua previsão. Os últimos três meses devem ser dedicados aos contratos e consultas.

Para a contratação de um escritório local, Siqueira explica que é preciso definir primeiro o perfil do escritório que a empresa precisa e visitar pelo menos umas três bancas no país. Os escritórios, no caso da Natura, são avaliados pela qualidade dos profissionais, capacidade de trabalho, compromisso dos advogados para atender a política da empresa e referência de outras empresas ou escritórios já parceiros no Brasil. “São praticamente os mesmos critérios para escolher o escritório de advocacia aqui no Brasil, mas no exterior é mais complexo porque não há conhecimento suficiente sobre o país e a distância impede de ter um contato mais direto com o que tem sido feito. Por isso também é importante uma supervisão e presença física sempre que necessário.”



Não há uma regra sobre qual o tamanho ideal do escritório a contratar e com quais características. “Dependendo do país é preferível escolher o escritório médio ou pequeno porque a operação não precisa de uma grande estrutura jurídica. Em outros lugares, como nos Estados Unidos, por exemplo, é necessária uma grande banca para auxiliar nos negócios,” afirma.

Também é preciso definir a área de atuação do escritório. “No caso da Natura, há uma divisão de trabalhos: um escritório local que é uma espécie de ‘clínico-geral’ e um outro especializado em Propriedade Intelectual”, explica Siqueira.

Para o bom andamento dos negócios, a empresa deve arrumar meios para verificar e supervisionar a performance do escritório, como reunião periódica, relatório de atividades. O escritório também deve mandar uma planilha discriminada sobre o controle de honorários e deve ter seu desempenho avaliado periodicamente pelo departamento jurídico na matriz.

Os papéis do departamento jurídico, do escritório de advocacia e do gerente que deverá coordenar os negócios no país estrangeiro devem estar bem definidos, de acordo com Siqueira, mas deve-se tomar muito cuidado para não “engessar” os negócios. “A diretoria jurídica no Brasil é que faz a coordenação, a aprovação dos trabalhos e principalmente, a orientação estratégica. O escritório no exterior deve fazer a assessoria jurídica e deve ter o conhecimento do negócio. E o gerente da operação deve identificar quais são as necessidades locais.”

Depois de toda a estrutura jurídica montada, há um prazo de quatro ou cinco anos para que as operações comecem a dar resultados, de acordo com a experiência do diretor jurídico da Natura.

Fonte: https://conjur.jumps.com.br/2006-mai-21/departamento_juridico_vital_expansao_empresa/