

SEMANA DA
**PRÁTICA
TRIBUTÁRIA**

OS SEGREDOS DA PROSPECÇÃO DE CLIENTES



**PROFESSORA
FABIANA TOMÉ**

O início da sua jornada como tributarista começa hoje

Olá! Sejam todos muito bem-vindos e sejam todas muito bem-vindas à nossa SEMANA DA PRÁTICA TRIBUTÁRIA!

Em uma semana, você vai aprender o que não viu em cinco anos de faculdade e vai sair daqui com a prática para atuar com segurança e conquistar clientes no tributário.

Preparei este evento com muito carinho e dedicação, selecionando os pontos práticos essenciais para que você atue com segurança no tributário.

Será uma semana intensa, com 3 aulas ao vivo e cheias de muito conteúdo!

Quero que você realmente saia transformado desta semana, com um novo olhar quanto à advocacia tributária; que você passe, desde logo, a pensar como um tributarista, identificando oportunidades e colocando em prática todo esse aprendizado.

E nada de esperar por 2022 para aprender a forma correta de prospectar clientes e advogar. Cuidado com essa tentação de achar que o ano já acabou e não dá para fazer mais nada de útil com ele. Se você começar a se preparar ainda em 2021, poderá abrir o próximo ano já com conhecimento e confiança para conseguir clientes e dar conforto e segurança à sua família.

Então vamos juntos, na Semana da Prática Tributária!

Professora Fabiana Tomé



Fabiana Del Padre Tomé

Minha Jornada para me tornar a TRIBUTARISTA que sou hoje começou lá na pequena cidade de Diamantino, no interior de Mato Grosso, e já conta com mais de 20 anos de experiência em algumas das bancas mais renomadas no país, como a do professor Paulo de Barros Carvalho e o Madrona. Além de advogada, sou Doutora em Direito Tributário e professora da PUC-SP, do IBET e de vários cursos de especialização, graduação e de preparação para a OAB e concursos, tendo milhares de alunos espalhados pelo país, além de autora de livros jurídicos. Com o meu curso, o VOCÊ TRIBUTARISTA, ajudei mais de 900 alunos a se tornarem advogados seguros e bem-sucedidos.

Para mais conteúdos completos sobre Direito Tributário na Prática:



ACESSE O INSTAGRAM

@prof.fabianatome



ACESSE O YOUTUBE

Fabiana Del Padre Tomé



ACESSE O TELEGRAM

@direito_tributário_na_prática

Carta aberta aos advogados tributaristas

Meu amigo tributarista, minha amiga tributarista.

Quando eu comecei a advogar... e já tem um tempinho, mas não vou dar o ano exato para não entregar a idade... **eu percebi o quão pouco de tributário eu aprendi na faculdade.**

A graduação não me preparou para advogar e eu estava desesperada. Com o tempo, fui aprendendo, aos trancos e barrancos, até me tornar a advogada que eu sou hoje. Foram décadas de cursos, incluindo mestrado, doutorado e trabalho pesado até chegar em bancas de advocacia renomadas.

Eu sei que isso aconteceu com você. **Você também saiu da faculdade sem ter aprendido a advogar e foi tomado pelo medo, pela insegurança.** Como eu sei disso? Ao longo de mais de 20 anos como professora, eu conversei com literalmente MILHARES de advogados como você e eles me confessaram isso.

A verdade é que as faculdades só costumam dedicar um ou dois míseros semestres ao tributário e ensinam um pouco de teoria (teoria geral, princípios, um pouquinho de impostos em espécie e olha lá) **e NADA de prática.**

E não pense que uma pós-graduação vai melhorar isso. Eu dou aula em pós, algumas das melhores do país, e adoro, mas admito que elas são voltadas para quem quer um ensino mais teórico, mais científico, não para a prática do dia a dia. **Nenhuma pós, por melhor que seja, vai te ensinar as estratégias práticas da advocacia tributária ou a prospectar clientes.**

E isso é um absurdo, porque estamos falando da MELHOR área do direito para quem quer advogar. Todas as pessoas físicas e jurídicas podem se tornar suas clientes, afinal todo mundo paga tributos. Ainda, além da grande carga tributária, o Brasil tem o sistema tributário mais complexo – e caótico – do mundo, demandando muito a atuação de bons advogados. É uma mina de ouro e as faculdades se recusam a te preparar para ela. Olha que pecado!

E eu nem falo só da possibilidade de você finalmente **conquistar sua tão sonhada independência financeira** e dar todo o conforto que você sonhar à sua família, como eu consegui.

Eu também falo da coisa mais poderosa e animadora que há no mundo: ajudar o próximo. **Você combaterá a tributação indevida, a fome do Fisco e as incertezas do judiciário.** A advocacia tributária irá te dar o poder de **ajudar empresários a manterem as portas abertas, gerarem empregos e construírem seus sonhos.**

E mesmo assim as faculdades não te prepararam para advogar no tributário!

Eu disse CHEGA! Eu não poderia concordar com isso. Minha carreira como professora sempre foi devotada a unir a teoria e a prática e, com a internet, posso levar isso a cada vez mais pessoas, na roupagem que VOCÊ precisa.

Foi por isso que eu criei a SEMANA DA PRÁTICA TRIBUTÁRIA, um treinamento gratuito que acontecerá de 07 a 09 de dezembro e **te ensinará em uma semana o que você não viu em 5 anos de Faculdade.**

Você irá conhecer o passo a passo da advocacia tributária, da reunião ao peticionamento, para aproveitar as oportunidades do melhor mercado do Direito.

E a sua preparação para se tornar um combatente da tributação indevida não precisa esperar pelo evento. Ela começa ainda hoje, com este e-book. Boa leitura!

Professora Fabiana Tomé

Calendário da Semana da prática tributária



AULA 01

07 de dezembro, às 20h, ao vivo

OS SEGREDOS DA PROSPECÇÃO DE CLIENTES

Você descobrirá como prospectar clientes entre as pessoas físicas e jurídicas. Vou te revelar os segredos que só os advogados mais experientes conhecem (e não contam a ninguém), em um passo a passo desde a identificação das oportunidades tributárias até a reunião e o fechamento do contrato.



AULA 02

08 de dezembro, às 20h, ao vivo

CRÉDITOS DE INSUMOS DE PIS E COFINS

Uma aula prática para que você aplique uma tese segura, promissora e com bom retorno de honorários, com oportunidade de recuperação tanto na esfera administrativa como na judicial: a recuperação de créditos de insumos de PIS e COFINS.



AULA 03

09 de dezembro, às 20h, ao vivo

PLANEJAMENTO TRIBUTÁRIO

Você descobrirá como montar uma reunião atrativa para prospectar clientes para a aplicação das teses tributárias, demonstrando autoridade, quebrando objeções e fechando o contrato.



Aula Extra: ZERO DÚVIDAS

Domingo, 12 de dezembro - 19h, ao vivo

Aula extra, ao vivo, para discutirmos os temas apresentados na Semana e para que eu possa tirar todas as dúvidas que você tenha em relação ao método e à tese tributária com a qual trabalhamos.

ORIENTAÇÕES

Aqui vão algumas orientações, ou melhor dizendo, sugestões para que você possa aproveitar da melhor forma possível a SEMANA DA PRÁTICA TRIBUTÁRIA.

Imprima este E-book e escreva nele sem dó.

Este é um livro interativo e foi feito para que você vá escrevendo ao longo da aula.

Compreendemos bem mais o conteúdo que estamos consumindo quando deixamos de assistir às aulas passivamente e passamos a participar delas ativamente, ou seja, tomando notas.

Não deixe para depois.

Antes de mais nada, é claro que o melhor é acompanhar a Semana **AO VIVO**. Você estará lá interagindo comigo, tirando dúvidas e compartilhando ideias com seus colegas.

Mas, se você quiser rever depois as aulas, vou logo avisando que elas ficarão disponíveis para você apenas até o domingo, 12 de dezembro.

Tomei essa decisão de deixar as aulas disponíveis por tempo limitado para evitar o efeito “vamos marcar”. Quem nunca olhou para um conhecido e disse “ei, vamos marcar um almoço?” e fica postergando, sem nunca fazê-lo de verdade?

Então, se eu deixasse estas aulas por tempo indeterminado no ar, é provável que você postergasse, devido às suas atividades diárias, e acabasse não assistindo nunca.

Acredito tanto no papel transformador destas aulas que quero evitar que isso aconteça e você perca esta oportunidade.

Assim, aqui vai uma dica: coloque o horário da aula ao vivo em sua agenda e se comprometa com ele, como se tivesse marcado uma reunião com um cliente, para não deixar para depois.

Além disso, participar ao vivo dá a oportunidade de você estar ativamente comigo, fazendo perguntas pelo chat, que procurarei responder durante a aula.

Cuidado com as distrações!

Para que você absorva da melhor forma o conteúdo, recomendo que procure um lugar confortável em sua casa ou escritório, tenha caneta e este livro impresso à mão, água, café ou outra bebida de sua preferência e, se quiser, um lanchinho.

É importante também que você não fique no Whatsapp, no Instagram ou com qualquer outra aba aberta no seu navegador de internet enquanto assistir à aula.

Exercite a atenção plena no conteúdo que você está consumindo.

Você também pode conversar com sua família ou com quem você mora e explicar que esta é uma semana especial para você. Peça a colaboração deles, para que deem um tempinho para que você possa estudar, e explique que está investindo em educação que será revertida em uma melhoria de vida para todos vocês.

Cheque seus e-mails, participe do canal do Telegram e do grupo de WhatsApp para receber todos os avisos e materiais!

Enviarei a você alguns e-mails ao longo desta semana.

Esses e-mails têm os links das aulas e outros conteúdos. Sempre cheque sua caixa de entrada e, por precaução, também a caixa de spam e a de promoções do seu provedor de e-mail.

Também recomendo que você participe do meu canal do Telegram, o Direito Tributário na Prática, em que vou aprofundar os temas que você verá aqui.

E não deixe de entrar para o grupo de Whatsapp, que será utilizado para enviar avisos importantes.

Convide algum amigo para participar

Uma andorinha só não faz verão.

Acredito muito nesta frase e ela faz muito sentido quando estamos aprendendo algo ou trabalhando. Quando temos alguma companhia, nossas idéias ficam mais completas, já que podemos trocar impressões diferentes, que temos a partir dos pontos de vista.

Se você tem algum amigo que já se inscreveu na Semana, mande uma mensagem para ele lembrando de acompanhar ao vivo as aulas, pergunte o que ele está achando, se ele teve alguma ideia que queira compartilhar.

Se você tem algum amigo que ainda não se inscreveu, o chame logo para se inscrever. Ainda dá tempo.

Os segredos da prospecção de clientes

Como você sabe, eu sou advogada e professora há mais de vinte anos – por favor, não faça as contas! – e com isso tive o privilégio de conversar com milhares de advogados do país inteiro.

Eu sempre quis saber os problemas que eles estavam enfrentando, para ver se eram parecidos com os meus, o que eu podia aprender com eles e também para entender qual a melhor forma de ajudá-los a superá-los.

Quando converso com advogados que acabaram de se formar ou que já têm um tempinho de estrada, mas acabaram de entrar no tributário, há **algumas dores de cabeça que são recorrentes: como fazer o escritório ser lucrativo para se sustentar, como conseguir autoridade, qual a melhor medida para aplicar uma determinada tese, e por aí vai.**

Mas, **o principal problema,** que atinge a maioria esmagadora dos advogados, **é não conseguir prospectar clientes.**

Eu tenho certeza que isso também acontece com você. Isso aconteceu comigo, lá no meu início de carreira.

Depois de mais de 20 anos advogando e construindo meu método de trabalhar com o tributário, eu descobri os segredos para a prospecção, aquilo que os advogados mais renomados, experientes e concorridos sabem, mas não querem revelar para quem está entrando no mercado.

E é claro que eu vou te contar esses segredos, não é?

São cinco estratégias poderosas para prospecção, que fará com que você consiga clientes tanto entre as pessoas físicas quanto nas jurídicas (e quando eu falo das PJs, me refiro a empresas de todos os tamanhos e regimes tributários, do Simples Nacional ao lucro real e o lucro presumido).

São essas as estratégias:

1 Delimitar o nicho de atuação pretendido e identificar os potenciais clientes que deseja alcançar

2 Pesquisar previamente a atividade do cliente e seu regime tributário e estudar suas características no mercado, para fins de uma aproximação eficaz

3 Fazer publicidade aparecer para o cliente

4 Preparar e realizar a reunião perfeita

5 Identificar previamente possíveis objeções do cliente e se preparar para respondê-las e afastá-las

6 Fazer o debriefing da reunião.

Ah, é importante que você tenha em mente que essas estratégias podem ser utilizadas tanto por advogados que estão iniciando na carreira, seja porque acabaram de receber a vermelhinha, seja porque estão se mudando para o Direito Tributário, como também podem - e devem - ser usadas por quem tem mais experiência.

Um professor meu uma vez me disse que tem uma hora na vida em que a gente se comporta como adolescente e esse é o pior momento para nossas carreiras. E o que é o adolescente? É aquele que aprende um pouquinho, tem um pequeno sucesso, e depois acha que já sabe o suficiente, que não precisa continuar estudando, não precisa dar ouvidos a quem tem mais experiência.

Ele também falou algo incrível: os pequenos sucessos são mais perigosos que os fracassos. Porque estamos sempre dispostos a aprender com os fracassos, mas quando temos um pequeno sucesso só vemos as coisas boas, não olhamos pro que podemos fazer para melhorar e termos sucessos maiores ainda.

Nossa missão como empreendedores - e não se engane, nós, advogados, somos empreendedores - é aprendermos cada vez mais. Eu mesma não me canso de fazer cursos, mentorias, assistir a palestras, ir a eventos, conversar com pessoas, inclusive de áreas diferentes das minhas, para aprender com elas.

Isso tem que acontecer com você, não importa qual seja seu grau de preparação e de experiência.

Antes de prosseguirmos, você tem que colocar essas estratégias em um plano. Você não pode ir fazendo uma a uma na base do improviso, sem saber onde todo seu esforço vai dar. Você tem que entender quais são os passos de uma caminhada, em que cada um deles conta e que o passo de hoje depende do passo de ontem e também será essencial para o passo de amanhã.

Toda empresa tem um plano de negócios, todo aventureiro tem um mapa, todo general tem um plano para a batalha, todo diretor de um filme tem um roteiro. Por que tem que ser diferente com você?

Feito esse planejamento, é hora de colocá-lo em prática. Para tanto, **tenha em mente que as suas convicções impactam no sucesso da contratação.**

Ou seja, **além de conhecer os aspectos técnicos da tese, acredite nela e seja transparente com o cliente quanto às alternativas possíveis.**

Estabeleça metas; seja proativo. Não espere o cliente procurá-lo. Esteja em constante contato com ele, ainda que não tenha havido a efetiva contratação, para conquistar sua confiança e estar sempre a postos para quando ele precisar, para quando surgir nova oportunidade.

Faça parcerias com contadores e advogados tributaristas e de outras áreas, como trabalhistas, advogados cíveis e de família.

Além de parcerias, **apresente aos clientes soluções para seus problemas:** sejam eles problemas já conhecidos, ou que o cliente nem sabe que possui. Crie, nele, a conscientização de que ter uma boa assessoria jurídica sai mais barato do que remediar equívocos cometidos junto ao fisco.

E, dito tudo isso, vamos às estratégias.

1 Delimitar o nicho de atuação pretendido e identificar os potenciais clientes que deseja alcançar

Acredito que você já saiba que o direito tributário é um ramo muito promissor, com diversas possibilidades de atuação, já que os tributos estão à nossa volta.

Praticamente TUDO o que fazemos é tributado. Todas as operações de um comércio, por menor que seja, têm uma carga tributária.

E mesmo que aquele comércio seja optante pelo Simples Nacional, você verá que temos teses até mesmo para ele. Com o perdão do trocadilho, o Simples não é tão simples.

Para piorar, além da tributação presente em tudo, nosso sistema tributário é o mais complexo e mais confuso do mundo; um prato cheio para injustiças e erros.

São erros que atingem tanto pessoas físicas, como eu e você, quanto as empresas.

Isso mesmo, na advocacia tributária você não está preso a advogar apenas para Pessoas Físicas ou apenas para Pessoas Jurídicas.

AMBAS podem ser suas clientes. Você pode ter clientes Pessoa Física e Pessoa Jurídica.

E você pode começar pequeno, atuando para pessoas físicas e empresas aí do seu bairro, lidando com valores menores, e rapidamente escalar para empresas de médio e, depois, de grande porte.

Mas você deve estar aí se perguntando: “Fabiana, como é que eu vou advogar para pessoas físicas? Têm teses para elas?” – Pois lhe digo que “É claro que sim!”

Você poderá atuar, por exemplo, para impedir uma cobrança indevida de ITCMD.

Imagine que alguém tenha acabado de perder um ente querido. É, provavelmente, o pior momento da vida. Além do abalo emocional, essa pessoa ainda precisará encontrar forças para lidar com questões práticas relativas ao sepultamento e à sucessão dos bens.

A base de cálculo do Imposto sobre Transmissão Causa Mortis e Doação de Quaisquer Bens ou Direitos (ITCMD) é fixada pelo art. 38 do CTN no valor venal.

Mas a maior parte dos Estados, como São Paulo, por exemplo, fixa o ITCMD de forma diferente, de acordo com o valor de mercado, ou seja, um valor bem mais alto, e o faz por meio de decreto, de forma inconstitucional, ferindo o princípio da

legalidade, já que a Constituição manda estabelecer esta base de cálculo por meio de lei.

Atuando contra esta fixação, você estará resolvendo uma dor de cabeça de alguém neste momento delicado e poupando a esta pessoa milhares de reais que farão a diferença quando ela tenta se restabelecer.

Um tema que ainda não foi julgado no STF, mas está na boca do gol, é a não incidência de Imposto de Renda sobre Pensão Alimentícia.

Esse tema é objeto da Ação Declaratória de Inconstitucionalidade nº 5422, tendo o Relator Min. Dias Toffoli se posicionado contra a incidência do Imposto de Renda sobre os valores recebidos a título de pensão alimentícia, tendo em vista que tais quantias não representam acréscimo patrimonial, mas simples recomposição de despesas, com caráter indenizatório e alimentar.

Embora o julgamento tenha sido interrompido pelo pedido de vista do Min. Barroso, a tese tem grandes chances de êxito e você já pode (e deve) adotar as medidas judiciais cabíveis para impedir a cobrança indevida do imposto de renda sobre a pensão alimentícia que venha a ser recebida no futuro, bem como para recuperar os valores indevidamente pagos nos últimos 5 anos. E é altamente recomendável tomar essa medida agora mesmo para evitar a prescrição

do direito, além de escapar do risco de eventual modulação de efeitos pelo STF.

Há ainda questões relativas a IPTU, como um aumento abusivo ou uma mudança de alíquota indevida.

Por exemplo, pode ser que você seja um MEI, um Micro Empreendedor Individual, e tenha registrado sua PJ no seu domicílio.

É o que mais vemos hoje, muitas pessoas fazendo MEI e trabalhando em casa ou tendo a casa como domicílio no registro dele. São cozinheiros, boleiras, professores particulares, e por aí vai.

Tenho certeza de que você conhece vários. Eu mesmo tenho uma amiga que acabou virando minha cliente. Ela tinha uma MEI, mas pelo fato dela ter constituído esse tipo de Pessoa Jurídica, o município automaticamente entendeu que o endereço dela era comercial.

Você sendo MEI, não precisa ter um estabelecimento à parte, você coloca o endereço da sua casa lá no registro. Aliás, muitas pessoas estão se tornando MEI e trabalhando em suas casas, em home office, algo que você pode fazer advogando no tributário, com aquele café quentinho e um pijama confortável. Fica a dica.

Mas aí o município fala assim: “Opa, é uma MEI, está nesse endereço aqui, então isso aqui é comercial”. E aumenta,

muda a sua alíquota do IPTU, uma vez que em boa parte dos municípios brasileiros a alíquota para imóveis comerciais é superior à dos residenciais.

Às vezes, a pessoa nem percebe isso. Quando se atenta ao aumento, acredita que foi um aumento geral, não entendendo que houve um reequadramento indevido da sua cobrança. E é aí que você entra.

Se você conhece pessoas que tenham MEI, que sejam Micro Empreendedoras Individuais, alertá-las quanto a isso e, caso elas observem que houve a modificação da alíquota, surge a necessidade de alterá-la junto à prefeitura e a possibilidade de recuperação de créditos dos últimos cinco anos.

E olha que estou falando de MEI e, às vezes, há um problema anterior à isso, que é a pessoa não ter constituído esta personalidade jurídica, estar trabalhando como autônomo e faturando como pessoa física, e lá na frente tendo um forte prejuízo na hora de declarar o Imposto sobre a Renda porque não fez o devido planejamento tributário.

E falando em Micro-empresas e pessoas físicas, ainda temos a excelente tese da exclusão do TUSD e TUST da base de cálculo do ICMS na conta da energia elétrica.

Às vezes, uma oportunidade vem embalada junto com uma parceria.

Você tem algum amigo ou colega que advoga para empregados, os reclamantes? Converse com ele para que ele examine seus clientes que tenham recebido verbas remuneratórias em atraso.

Imagine que ele tenha achado um cliente que deveria ter recebido horas extras por dez anos e a empresa nunca tenha pagado e agora está processando sua empregadora por conta deste pagamento que nunca foi realizado. Quando o juiz deferir seu pedido, vai estabelecer o pagamento desta verba com juros de mora, não é? E será que o cliente do seu colega pagou Imposto de Renda sobre esses juros? Provavelmente pagou. E pagou errado!

No julgamento do RE n. 855.091/RS, em 18 de junho deste ano, o STF fixou a tese de que “não incide Imposto de Renda sobre juros de mora devidos pelo atraso no pagamento de remuneração por exercício de emprego, cargo ou função”.

Isso porque o Tribunal entendeu que os juros de mora não têm natureza de lucros cessantes, mas apresentam verdadeiro caráter indenizatório. Talvez você conheça esse caso como o Tema 808, porque esse julgamento foi em caráter de repercussão geral.

Se os clientes pagaram o IRPF sobre os juros de mora, você poderá ingressar com uma ação para a recuperação do indébito. Use a jurisprudência do STF a seu favor, mostrando que a cobrança do imposto é inconstitucional.

E quantos clientes do advogado trabalhista não estarão em situação assim? Provavelmente todos, já que a maioria das reclamações trabalhistas acabam tendo alguma verba que não foi paga pelo empregador, como horas extras, adicional noturno ou férias. E olha que nossos colegas de trabalho costumam ter muitos clientes, pois é uma área em que se trabalha com volume.

Ah, e uma coisa boa: NÃO houve modulação dos efeitos desta decisão do STF, o que até é algo raro, já que o Ministro Toffoli foi o relator (e ele é o rei das modulações). Então, vocês podem dar uma olhada lá para o passado do seu colega trabalhista, em vários anos (respeitando, claro, o período de prescrição, dos últimos cinco anos).

Outra sugestão de tese (e algo que dá para trabalhar já no administrativo): O SALÁRIO MATERNIDADE pago pela empresa. Já está pacificado que não é devida a contribuição previdenciária da empresa, que é a patronal, sobre o salário maternidade.

Então, você não precisa entrar com a ação, pode fazer a retificação administrativa, apenas.

Mas e a empregada? Vamos dizer que a Josefina falou assim: “Mas, peraí, eu acabei de ter filho, eu recebi salário maternidade e sofri uma retenção do INSS” – da contribuição previdenciária – ou então “estou grávida, daqui a pouco vou receber meu salário maternidade. Preciso entrar com a ação?” Aí eu vou falar “SIM”. Porque o Fisco tem uma orientação, uma solução de consulta também, no sentido de que o STF teria decidido apenas em relação à contribuição previdenciária patronal e sobre o empregado, ele nada teria falado.

Recentemente, apareceu uma baita de uma oportunidade para os advogados tributaristas, especialmente para aqueles que se preparam para serem advogados completos, que entendem bastante as teses, mas não ficam restritos apenas a elas, mas também conseguem trabalhar com

Que oportunidade foi essa? A Receita Federal acabou de iniciar a operação Malha PJ, para investigar a insuficiência de declaração de IRPJ/CSLL. Quase 4 mil contribuintes de todo o país receberam a comunicação para regularização espontânea.

Imagine quantos contribuintes vão precisar da orientação de um bom advogado tributarista para fazer a regularização. Sem contar aqueles que não farão a regularização e depois

vão sofrer as consequências e precisarão se defender nas autuações.

E sabe aquilo que eu falo de que seu cliente não precisa ter medo de chamar a atenção da Receita entrando com uma ação porque, na verdade, ela está sempre de olho, o tempo todo? Então, foi fazendo o cruzamento de informações que ele tem nas mãos que o Fisco identificou a suposta insuficiência de declaração e recolhimento destes tributos em relação ao ano-calendário de 2018, que teria gerado o desfalque de aproximadamente R\$ 1,27 bilhão. Ele viu os erros sem precisar ninguém chamar a atenção dele.

E ainda temos os anos-calendários de 2019 e 2020 aí pela frente. Pode esperar mais umas operações por aí, especialmente nos tempos atuais, em que o Estado está cada vez mais endividado e não tem a habilidade de resolver suas dívidas de outra forma que não tributando cada vez mais (e se esforçando para cobrar os tributos em aberto, o que certamente vai gerar uma tributação errada, maior do que a devida).

Olha só quantas oportunidades eu te apresentei.

Perceba que você fará tudo isso, toda essa diferença, mexendo em questões mais objetivas, mais técnicas, que envolvem cálculos e documentos.

É o melhor dos mundos, não? Você não se desgasta emocionalmente e, ao mesmo tempo, está melhorando a vida das pessoas e promovendo justiça.

Aliás, é a questão documental outro grande ponto positivo na advocacia tributária. Dificilmente você terá audiências. Praticamente não há prova testemunhal. A maioria dos processos se resolve com prova documental e com perícias.

Isso tira um grande peso das costas, não é? Tem muita gente com timidez de atuar em audiência. Eu vou te dizer que sempre tive.

É muito mais fácil apenas ter que despachar com o juiz ou com a autoridade tributária, com documentos. Isso sem falar que audiência é sempre algo imprevisível, você nunca sabe o que vai sair da boca de uma testemunha.

Além disso, com a virtualização da justiça, isso ainda possibilitará que você assuma processos de qualquer lugar do país e tenha parceiros em todo o território nacional.

2 Pesquisar previamente a atividade do cliente e seu regime tributário e estudar suas características no mercado, para fins de uma aproximação eficaz

É muito comum eu receber perguntas como: que teses posso oferecer para um restaurante? E para um posto de combustíveis? E para uma agroindústria? Etc.

Acontece que as teses não são exclusivas de uma ou outra atividade. Na maior parte das vezes, **a determinação da aplicabilidade de uma tese tributária depende de identificar o regime tributário a que está sujeita a empresa** (se lucro real, lucro presumido ou simples nacional).

Para facilitar essa análise, elaborei um checklist com os pontos a serem examinados:

- Compreender a(s) atividade(s) do cliente, as operações que ele costuma fazer
- Quais tributos incidiram sobre essas operações? (folha de pagamentos; receita; renda/lucro; circulação de

mercadorias; serviços; indústria; comércio exterior; impostos sobre a propriedade e sua transmissão)

- Qual o regime de tributação? (lucro real, lucro presumido, simples nacional)
- Houve pagamento indevido ou a maior? (erros, teses e aproveitamento de créditos)

De posse dessas informações, você terá reais condições de identificar oportunidades tributárias, especialmente no âmbito da recuperação de créditos.

Isso porque **o fato de a empresa submeter-se a um ou outro regime de tributação impacta na determinação da tese aplicável.**

Por exemplo, se a empresa estiver no lucro real, em regra seu PIS/COFINS é não-cumulativo, fazendo jus a créditos de insumos.

De outro lado, se a empresa for tributada pelo lucro presumido, tem cabimento a tese da exclusão do ICMS das bases de cálculo do IRPJ e CSLL presumidos.

A grande maioria das teses, porém, é aplicável tanto a empresas que estejam no lucro real como no presumido.

Por exemplo:

- Exclusão do ICMS das bases de cálculo do PIS e COFINS
- Exclusão do ISS das bases de cálculo do PIS e COFINS

- Redução de contribuições previdenciárias sobre folha de pagamentos
- Limite de 20 salários-mínimos para contribuições de terceiros

E se a empresa estiver no Simples Nacional, essas são as principais teses:

- Recuperação de créditos de PIS e COFINS quanto a produtos monofásicos
- Recuperação de créditos de PIS e COFINS cobrados em substituição tributária
- Recuperação de créditos de ICMS-ST
- Empresas do Anexo IV – redução das contribuições sobre folha de pagamentos

Além disso, **pesquise nos sites dos Tribunais de Justiça e da Justiça Federal quais ações a empresa possui em trâmite.**

Com isso, você consegue fazer uma seleção para apresentar a ele as teses e medidas que realmente façam sentido para o momento e situação por que ele está passando, indo direto ao ponto e acertando o foco de suas necessidades.

Seguindo o roteiro acima, você terá as informações essenciais para identificar as oportunidades de recuperação de créditos e chamar a atenção do cliente para o que realmente interessa.

3 Fazer publicidade aparecer para o cliente

Quando me refiro à publicidade, saiba que eu estou falando tanto do marketing digital, online, quanto do offline. Hoje em dia, temos falado muito do marketing digital (não sem razão, já que estamos cada vez mais nas redes sociais), mas não podemos desmerecer o bom e velho marketing offline, que se faz colocando o pé na rua e indo até os clientes se apresentar como um tributarista e também pela indicação dos seus atuais clientes para amigos e colegas dele, o que ele só fará se você fizer um bom serviço.

Enquanto advogado, você deve reconhecer a importância da publicidade. Afinal, você é um profissional liberal e o tempo todo tem que “se vender”.

E, por se vender, não entenda o sentido pejorativo.

Você terá que “vender seu peixe”, apresentar-se de modo convidativo a potenciais clientes. Você não deve querer apenas que eles saibam que é um advogado (esse é o primeiro passo, claro, mas não é suficiente), mas deve querer que, após lhe conhecerem, esses potenciais clientes saibam que você é o advogado certo para seus problemas.

Mas, na verdade, eu quero que você vá além da publicidade e pense em fazer seu marketing. E, sim, são coisas diferentes.

Peter Drucker diz que o marketing, embora tenha como consequência a venda, tem como objetivo principal entender muito bem as necessidades do cliente e entregar a este um produto ou serviço que supra essas necessidades.

Marketing vai além de vender. É entender o que o seu cliente precisa (não foi o que eu ensinei nos dois primeiros segredos?) e entregar para ele algo que resolva seus problemas.

Sim, você usará o marketing para chegar a clientes, a consumidores de seu serviço jurídico, mas, antes disso, você o usará para mostrar ao mundo o seu valor, para firmar autoridade. Também usará o marketing para produzir valor para as pessoas, efetivamente ajudá-las, para ser uma força positiva de mudança no mundo.

E não se desespere. Você não sabe, mas já fez ou faz marketing.

Inclusive, é o que diz Seth Godin (Isso é Marketing: Para ser visto é preciso aprender a enxergar): “Quando você faz um TED Talk, está fazendo marketing. Quando pede ao seu chefe um aumento, está fazendo marketing. Ao arrecadar dinheiro para o playground do bairro, está fazendo marketing. E sim,

quando você tenta expandir o setor em que trabalha, isso também é marketing”.

O Marketing é essencial para que as pessoas entendam quem você é e para a venda do seu serviço. Não importa quão bom você e ele sejam, precisará do marketing. “Mesmo o seu trabalho mais criativo e perspicaz precisará de ajuda para encontrar as pessoas a quem deve servir. Um trabalho de sucesso conquistará o mundo porque foi projetado para isso.” (Seth Godin)

E isso vale tanto caso você seja dono do seu próprio escritório, sócio, associado ou até mesmo empregado. Como você viu aí em cima, até o empregado precisa fazer marketing, seja para os clientes do escritório para o qual trabalha, seja para o seu próprio chefe.

A princípio, você mesmo será seu próprio publicitário, seu próprio marqueteiro, se não tiver verba disponível para contratação de outras pessoas. Por isso, é importante que conheça as regras de publicidade estabelecidas para a advocacia, bem como as principais armadilhas e ferramentas, em especial aquelas no cenário onde você DEVE estar atualmente: as redes sociais.

4 Preparar e realizar a reunião perfeita

Todo o consumidor passa por um processo para adquirir um produto, que vai do momento em que ele ainda não tem sequer consciência de que possui um problema até o auge deste processo, em que ele tem consciência de que seu produto ou serviço é a solução daquele problema que já reconheceu e assim quer adquiri-lo.

E, oras, o seu cliente nada é mais do que um consumidor do seu serviço, um serviço jurídico de alta qualidade.

É muito importante identificar o nível de consciência em que seu cliente está. Mas, você deve estar se perguntando, o que significa isso?

Significa que há situações em que o cliente nem sequer sabe que tem um problema. Ou seja, ele não faz ideia de que pagou e continua pagando tributos acima do devido. Nesses casos, são a maioria, é preciso mostrar para ele que esse problema existe e que você tem a solução, evidenciando as vantagens de ele tomar as atitudes necessárias para tanto.

Por isso, o contato inicial com o cliente precisa ser feito com segurança, demonstrando seu conhecimento sobre o

assunto e os benefícios que sua atuação pode proporcionar. Deixe muito claro que você é um TRIBUTARISTA, um especialista na área, e que seu objetivo é apresentar oportunidades tributárias.

Conquiste a atenção do cliente logo no primeiro momento. Por isso, nada de começar a reunião explicando com linguagem jurídica a legislação ou decisões dos tribunais superiores. Vá direto ao ponto: à oportunidade que você está apresentando.

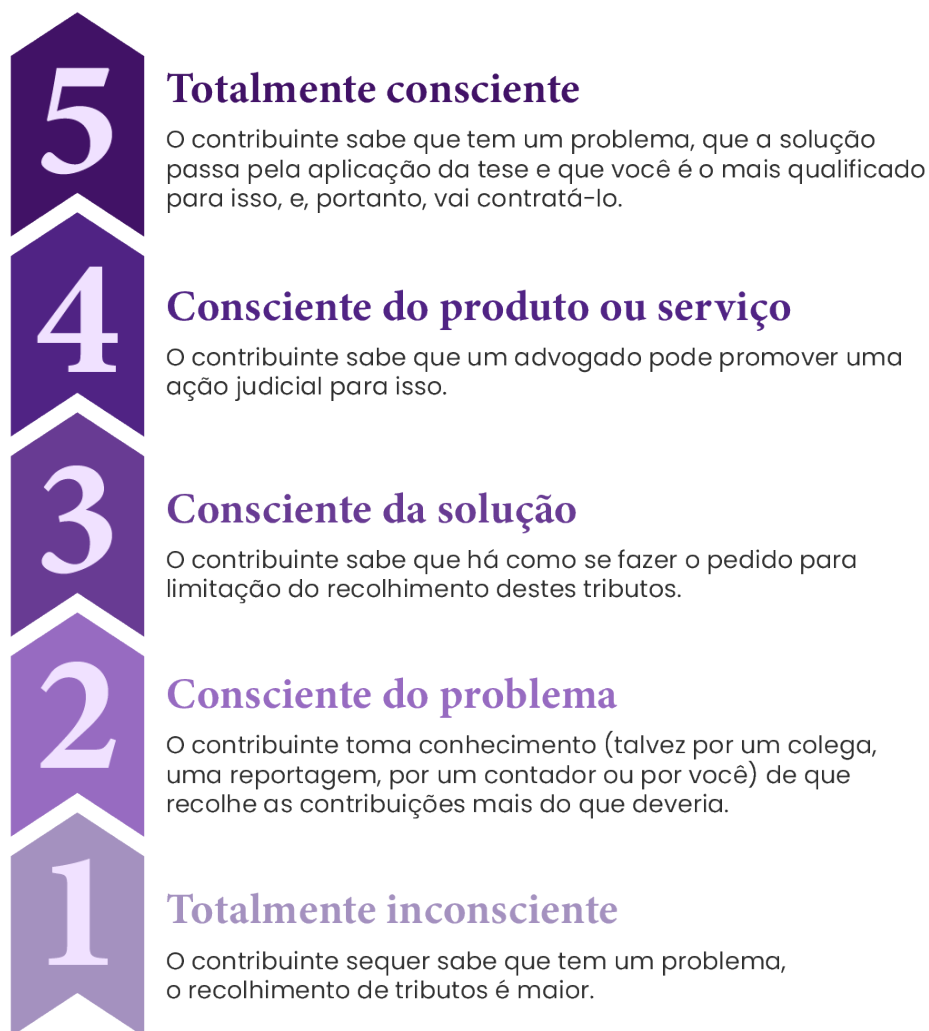
Dê concretude ao que você fala, apresentando valores, ainda que a título de exemplo. Isso certamente chamará a atenção dele!

Há, por aí, pouquíssimos contribuintes que já estão conscientes e querem aplicar a tese tributária A ou B. A maioria sequer sabe do problema.

Você não deve se limitar a procurar os conscientes, mas aqueles inconscientes, que formam a grande maioria da população, e conscientizá-los deste problema e de que você é a solução.

Se o contribuinte ainda está em um estado muito inicial de consciência, você deve preparar para elevar seu nível de consciência, informando a ele sobre questões como tributação indevida, oportunidades de teses, riscos e garantias, benefício econômico de uma tese etc.

Assim, você pode passá-lo de um estágio de baixa consciência (ou inconsciência) para o momento de total consciência, quando ele está preparado para fechar o contrato.



Esteja preparado para as possíveis perguntas a respeito do tema. Por isso mesmo, é recomendável fazer aquela pesquisa prévia sobre a qual falei, identificando as oportunidades cabíveis para a empresa e focando nas mais benéficas.

Nichar e focar em uma tese pode ser um bom caminho para iniciar, conquistar a confiança e, depois, deslanchar para outras teses.

Para sentir-se mais seguro e preparado, utilize recursos como power point ou portfólio com os principais aspectos da oportunidade a ser apresentada.

Prepare-se, também, para responder aos questionamentos mais comuns, tais como tempo que levará o processo e riscos envolvidos. Além de esclarecer as dúvidas do cliente, ao responder com segurança você o impulsionará a superar o medo e outras objeções que possam ser obstáculos à contratação.

Prepare apresentações persuasivas (utilize powerpoint; gráficos; valores), que evidenciem os benefícios da contratação, bem como os eventuais prejuízos caso deixe de serem adotadas as medidas necessárias.

Saiba “escutar”: aproveite a reunião para conhecer melhor o cliente, suas “dores” e demonstre interesse em ajudá-lo.

Persistência é outro ponto importante para o bom desempenho na prospecção de clientes: o processo de prospecção (venda) é uma ferramenta em constante aperfeiçoamento.

5 Identificar previamente possíveis objeções do cliente e se preparar para respondê-las e afastá-las

O cliente tem normalmente algumas objeções, que costumam ser sempre as mesmas ou muito parecidas. Então, **você deve se preparar para lidar com elas e não ser pego de surpresa.**

Para te ajudar nessa etapa, relacionei as objeções mais comuns dos clientes e as sugestões de como afastá-las.

Medo de chamar atenção do fisco

É muito comum o receio do cliente de entrar com ação judicial para discutir uma exigência tributária, para recuperar créditos, e acabar despertando a atenção e a fúria do fisco.

Acontece que **o fisco já tem acesso a praticamente todos os dados e movimentações do contribuinte**, realizados por cruzamentos de dados em sistemas informatizados. Então, não é porque ele ingressou com ação judicial que passará a figurar na mira da fiscalização.

Além disso, **a quantidade de contribuintes que ingressam com ação judicial é elevadíssima.** Não há a menor possibilidade de o fisco efetuar perseguição com base nesse elemento. Até mesmo porque ele nem possui recursos e fiscais suficientes para tanto, optando por voltar sua atenção aos grandes contribuintes e às hipóteses de fraude.

Preocupação com os custos da ação e dos honorários advocatícios

Sobre esse tópico, **é preciso conscientizar o cliente que não lhe falta dinheiro para adotar a medida necessária; o que lhe falta é prioridade.**

Nesse contexto, **deixe bem claro para o cliente que, ao adotar a medida proposta, ele priorizará algo que trará excelentes frutos no futuro.** Talvez ele tenha que fazer um pequeno sacrifício agora, mas deve pensar como um empreendedor de sucesso, que investe esses recursos financeiros em algo que será mais produtivo, pois além da recuperação de valores, terá os tributos reduzidos dali para frente.

Se deixar de fazer isso, ficará para trás e será difícil acompanhar e lidar com a concorrência no seu ramo de atuação.

Ainda, quanto aos custos, na maior parte das vezes a medida judicial cabível é o Mandado de Segurança, em que não há ônus de sucumbência.

E, a respeito dos seus honorários, faça referência aos valores a recuperar, ao benefício econômico que ele terá, o prejuízo de não ingressar com a ação e ter “jogar dinheiro no lixo” em virtude da prescrição do seu direito ou de modulação de efeitos pelo STF. Como isso, mostre que seus honorários são pequenos frente ao retorno financeiro. Tudo é uma questão de prioridade.

Tempo que levará o trâmite do processo

Há situações em que a oportunidade tributária se baseia em recuperação administrativa de créditos, com retorno financeiro muito rápido.

Em outras, o fundamento é entendimento consolidado pelo STF, de modo que o trânsito em julgado e recuperação dos valores também costuma ser inferior a um ano.

Algumas teses, no entanto, podem sofrer objeção do cliente pelo fato de haver determinação, pelos tribunais superiores, de suspensão do trâmite processual até decisão final sobre

o tema. Nesse caso, o processo fica sobrestado, não anda. Então, será que vale a pena entrar com a ação?

A resposta é um efusivo SIM, sob pena de a empresa incorrer no custo da perda de uma chance: **se não ingressar com a ação logo, os créditos irão prescrever; ou, pior, pode haver modulação de efeitos da decisão, impedindo-o de recuperar os valores indevidamente recolhidos nos últimos 5 anos.**

Ingressar com a ação é medida imprescindível para quem quer ganhar tempo, interrompendo a prescrição e recuperando valores mais elevados.

Falta de anuência dos sócios ou familiares

Pode acontecer de o cliente se interessar pela oportunidade apresentada, mas ter receio de adotar tal medida por discordância dos sócios ou familiares.

Mas se o cliente estiver realmente convencido, se ele realmente desejar aproveitar aquela oportunidade, **recomende a ele que não peça permissão, mas sim apoio.**

Diga, por exemplo: “Vá falar com o seu sócio seguro, que a opção que você está tomando de contratar advogado tributarista, de buscar aquela recuperação é a melhor para

sua empresa". Com essa confiança, certamente demonstrará a relevância da decisão tomada.

Objeção velada

Além das hipóteses acima mencionadas, muitas vezes o que o cliente tem é uma objeção velada, que nem ele mesmo conhece, que ele não assume, **uma espécie de medo, de preconceito, de cair na lábia de algum advogado aventureiro**, talvez até por más experiências passadas.

É aí que vem sua autoridade e a importância de conquistar sua confiança. Seja transparente, evidenciando todo o panorama de riscos envolvidos e indicando os caminhos para a redução destes, fazendo uso, por exemplo, de depósito judicial.

Ainda, na negociação, você pode demonstrar essa segurança assumindo o risco com ele: por exemplo, pode negociar redução de pro-labore e aumento de honorários de êxito.

ATENÇÃO!

Para você quebrar as objeções dos seus clientes, antes você precisa quebrar as suas próprias objeções. Se você não acreditar no que fala, se você não acredita em superar o medo, em superar a insegurança, em colocar prioridades, você não consegue trabalhar isso no seu cliente.

Foque em aprimorar sua própria mentalidade, para realmente estar confiante e seguro no que você fala, acreditar naquela oportunidade. Só assim você conseguirá passar para o cliente a segurança e coragem para superar seus medos.

Ah, outra coisa importante: **dois grandes aliados para convencer os clientes são os gatilhos mentais da urgência e da escassez.**

O que é isso? Os gatilhos mentais são ferramentas de redação que atraem a atenção de seu público, a retêm e os estimulam a uma ação (de preferência, em direção do que você deseja e seja um benefício mútuo). Ah, e apesar de serem ferramentas de redação, podem – e devem – ser usados no seu discurso, na sua apresentação oral, na sua reunião com o cliente.

Mostre ao contribuinte que ele não pode esperar muito para dar entrada na ação judicial para aplicar alguma tese ou

então ele perderá milhares de reais em créditos passados que não poderão ser aproveitados.

É urgente (gatilho da urgência) dar entrada na ação, ou aquela oportunidade vai acabar (gatilho da escassez).

Veja o que aconteceu com a tese da seletividade do ICMS da energia elétrica.

Em linhas gerais, o STF decidiu ser inconstitucional a fixação da alíquota do ICMS da energia elétrica em níveis elevados, de 25 a 30%, como se ela fosse um item supérfluo, determinando que fosse cobrada a alíquota dos bens e serviços em geral, que varia nos estados de 17 a 18%.

O julgamento não foi concluído ainda, mas houve uma proposta de modulação de efeitos pelo min. Toffoli, para que a decisão de inconstitucionalidade somente produza efeitos a partir do próximo exercício financeiro, ressaltando as ações ajuizadas até a véspera da publicação da ata do julgamento do mérito, o que já aconteceu.

Uma pequena empresa que eu conheço tem uma conta de energia que varia de R\$ 3 mil a R\$ 5 mil por mês. Com esta decisão, eles poderiam recuperar créditos tributários em mais de 30 mil reais. O problema: eles até conheciam a tese, mas esperaram o julgamento, posição que foi aceita pelo advogado, que não mostrou para eles o risco da espera.

Quando o julgamento foi concluído, correram para arrumar os documentos, mas foi tarde demais. A ata foi publicada no dia 29 de novembro e eles não poderão mais aproveitar os créditos (caso a modulação seja decidida nos termos do voto do Min. Toffoli, que é o que acredito que vai acontecer).

Deixaram trinta mil reais nas mãos do Fisco porque não entenderam a urgência da situação. E era função do advogado demonstrar essa urgência, através dos gatilhos da escassez e da urgência.

Essa era uma excelente tese que alguns advogados conseguiram aproveitar: aqueles que não ficaram esperando que o julgamento do STF acontecesse e deram entrada antes, apostando na tese (e agora colhendo frutos desta aposta) e aqueles que foram muito rápidos e deram entrada na semana que transcorreu entre o julgamento e a publicação da ata.

E olha que nem era uma aposta muito arriscada, pois daria para discutir essa tese através de mandado de segurança ou, a depender do valor, em uma ação ordinária no Juizado Especial. Em ambos os casos, não haveria condenação em honorários sucumbenciais caso se perdesse.

6 Fazer o debriefing da reunião.

Este é um dos pontos mais importantes da prospecção de clientes e aquele que é mais negligenciado pelos advogados: o debriefing. O que quer dizer isso?

Talvez você já tenha ouvido falar de briefing. Em filmes, é normal vermos que um personagem recebeu um “briefing da missão”, ou seja, ANTES da atividade que ele iria desempenhar, ele participou de uma reunião ou recebeu um manual para que fossem alinhados os detalhes e as expectativas daquela tarefa.

O debriefing é o que vem depois da missão. Essa é uma palavra que vem lá do meio militar e hoje em dia é muito utilizada no meio corporativo e na publicidade, que não tem tradução direta para o português, mas significa fazer uma avaliação depois que uma tarefa é completada.

Quando acabavam uma missão, os militares tinham que relatar o que tinha acontecido para seus superiores. Mas não era um simples relatar por relatar. Com estes relatos, buscava-se aprender o que deu certo e o que deu errado na missão, para que as próximas sejam ainda melhores.

Então, após cada reunião em que você tentou prospectar um cliente, faça uma análise dela. E não importa se deu tudo certo e você fechou o contrato ou se foi tudo por água abaixo. Faça sempre esta análise, torne isso um hábito.

De preferência, faça no mesmo dia em que você tiver realizado a reunião, para que não esqueça de nenhum detalhe importante. O ideal mesmo é que você realizasse o debriefing logo após a reunião acabar.

Ah, e faça o debriefing por escrito, para que você possa consultar depois. Isso tem algumas vantagens: você conseguirá reunir vários debriefings, após algumas reuniões, e conseguirá enxergar os padrões das suas reuniões. Verá quais são os seus pontos fortes, que deve utilizar mais em uma reunião (será que é a empatia com o cliente? O conhecimento jurídico? A forma de explicar a tese e de demonstrar o benefício econômico?) e quais são os pontos fracos, que devem ser corrigidos.

Além disso, com o tempo, você poderá também identificar sua evolução nas reuniões. Verá como gradativamente melhorou seu grau de conversão (transformação de uma reunião em contrato). Isto é ótimo para ver se está no caminho certo e para se animar a prosseguir.

No seu debriefing, identifique o que você fez certo, o que fez de errado e como pode melhorar nas próximas oportunidades.

Se possível, discuta esta reunião com outra pessoa. Pode ser um sócio, um colega (de escritório ou de curso), com um funcionário, um estagiário, um amigo, ou até mesmo com sua namorada, seu namorado, sua esposa ou seu marido. Veja se essa pessoa, que está com uma visão de fora, tem alguma ideia que você não teve, conseguiu ver algum furo que você não viu.

E o debriefing é ainda mais importante se a reunião não tiver ido bem, se você não fechou o contrato E não é para usar ele para se punir, não, viu? Não é para ficar se sentindo culpado. Eu quero que você se inspire na aviação civil.

Você já percebeu que sempre que acontece um acidente na aviação (e são bem raros, justamente pelo que vou te mostrar) há uma grande investigação? E ela não é para identificar culpados, mas para entender porque aquilo aconteceu e garantir que nunca mais sejam perdidas vidas pelo mesmo motivo. A partir da investigação, normas e regulamentos são atualizados, equipamentos e técnicas são criados, treinamentos são modificados e a aviação fica ainda mais segura.

Você tem que analisar suas reuniões que não foram exitosas não para se martirizar, mas para corrigir as suas falhas.

O que impediu de fechar o contrato foi a forma que você apresentou os honorários ao cliente, que achou que eles foram caros demais? Modifique a forma de apresentá-los,

faça uma vinculação ao benefício econômico da tese ou da defesa, facilite a forma de pagamento.

O problema era alguma objeção que você não soube derrubar? Prepare melhor seu discurso quanto a objeções, desenvolva técnicas para identificar quais são os reais medos do cliente e ataque medo por medo com seu discurso.

Com o tempo, você terá uma ferramenta poderosa de análise e de melhoria das suas prospecções e poderá até mesmo passar a ajudar colegas com as reuniões deles, que tal? Leve adiante o que você aprendeu nesta aula e nas suas reuniões, vamos formar uma corrente do bem de advogados, pois há mercados suficiente para todos e aquele que ajuda o outro sempre se destaca, sempre é lembrado do carinho, e isso pode se transformar em indicações e parcerias.

Antes de me despedir, gostaria de convidar você a me acompanhar nas minhas redes.

Vai lá no meu Instagram, “**@prof.fabianatome**”, e se inscreva. Todos os dias eu posto conteúdo gratuito para que você tenha a prática e a segurança para atuar no Direito Tributário.

No Youtube, você vai encontrar o canal “**Fabiana Del Padre Tomé**”, com aulas ao vivo todas as semanas e outras lives especiais. Se inscreva e ative o sininho.

Você pode ainda me encontrar no meu Canal do Telegram, o **@direito_tributário_na_prática**, que é hoje um dos maiores canais do Telegram de Direito Tributário. Nele, eu aprofundo temas das lives, mando e-books e outros materiais exclusivos, decisões, jurisprudência, notícias quentíssimas e muito mais.

SEMANA DA
PRÁTICA
TRIBUTÁRIA