

CRÓNICA JOÃO MOURA

TEMPOS DE CONFIANÇA



Fotografia: João Frederico Serejo

■ Hoje, os tempos são de confiança para alguns e de falta dela para muitos outros. Se, de um lado, temos um emissor, representado pelos principais decisores políticos, que tenta a todo o custo passar uma mensagem de confiança e de esperança ao país, do outro temos um receptor - composto pelos decisores económicos, as empresas, as famílias e as pessoas em geral - que ao assimilar a informação recebida a interpreta como falta de confiança. Salva-se a parte da esperança, “que é sempre a última a morrer”, e que, de certa forma, o conforta e o faz acreditar.

Ora, algo de errado se passa. Será culpa do emissor? Ou um incorrecto entendimento da mensagem por parte do receptor? Será ruído no canal de comunicação? A confiança não se compra, não é fruto de acasos, ela conquista-se e prova-se. Pressupõe um histórico consistente e um trabalho árduo de gestão e cumprimento de expectativas. Qualquer dissonância nesta matéria, resulta em fracasso.

Vivemos muito tempo com endividamentos excessivos e “com fiança” em demasia. Hoje, para termos fiança, temos de dar confiança e

mais uns “trocós” de juros adicionais. O tecido empresarial precisa de financiamento, mas os meios são cada vez mais escassos. A banca tradicional que, durante muito tempo assumiu esse papel, tem agora mais dificuldades. Chegou o tempo dos capitais próprios falarem mais alto e do capital de risco ganhar peso. Venham os “Angels” com a partilha de risco e resultados... O verdadeiro sentido do empreendedorismo terá de ganhar mais destaque, assim como a racionalidade e o foco em projectos com verdadeiro “valor”, percebido pelos clientes. As regras mudaram, precisamos de ser mais atentos e acreditar que nos momentos de crise também há oportunidades.

A Nazaré é um bom exemplo disso. Todos gostamos de olhar para o mar, mas só alguns percebem que nem todas as ondas são iguais... O olhar quotidiano faz-nos adormecer o espírito, talvez pelo seu conforto e tranquilidade, mas é na inquietude que conseguimos encontrar as diferenças e as oportunidades. Reconhecida até então enquanto estância balnear para os portugueses, a Nazaré mostrou ao mundo as suas ondas ímpares, demonstrando que não só da neve se faz turismo no Inverno!

Perceber o que é único e saber aproveitar o que de bom se faz é uma boa parte da fórmula do sucesso. Mas tudo isto só acontece com trabalho, esforço e dedicação - os pilares da confiança. Agora, e cada vez mais, é importante que os casos de sucesso sejam estudados, interiorizados e, acima de tudo, replicados. Muitas e muitas vezes.

As Sociedades de Advogados conhecem bem a palavra confiança, não fosse ela o principal alicerce da sua actividade e, os seus clientes, mais do que nunca, precisam dela. Em tempos de grandes mudanças e incertezas as empresas querem ter um porto de abrigo. Alguém que as ajude a superar os exigentes desafios que enfrentam, com responsabilidade, com compromisso, com ideias. Um parceiro que seja proactivo, que faça parte da estratégia, que os ajude na busca da solução, que se saiba adaptar às suas novas necessidades, vitais para a sua existência ou até, sobrevivência.

A confiança constrói-se com o tempo, faz-se com provas, com responsabilidade e responsáveis. Esta sétima edição do anuário In-Lex é mais do que um retrato fidedigno do sector das Sociedades de Advogados. É uma demonstração da sua capacidade de adaptação e de que está preparado para acompanhar o tecido empresarial nos novos desafios. É mais uma prova de confiança aos seus clientes e demais “stakeholders”. ■

JOÃO MOURA
Director da In-Lex

**“AS SOCIEDADES DE
ADVOGADOS CONHECEM
BEM A PALAVRA CONFIANÇA,
NÃO FOSSE ELA O PRIN-
CIPAL ALICERCE DA SUA
ACTIVIDADE.”**