



ANDRÉ VERÍSSIMO  
Diretor do Jornal  
de Negócios

### O BOM NOME

Entre as muitas citações famosas de Benjamin Franklin há uma que diz que “são necessárias muitas boas ações para construir uma boa reputação, mas apenas uma má para a perder”. Casos como o Luanda *Leaks* e as suspeitas de fraude fiscal e branqueamento de capitais no futebol português, que marcaram o arranque deste ano, equivalem a uma má ação. Legítimo ou não, o papel desempenhado por consultoras, auditoras e sociedades de advogados deixou um véu de suspeição.

Henry Kissinger, o antigo secretário de Estado norte-americano, cujo papel na história recente dos Estados Unidos e do mundo é no mínimo controverso, disse um dia que “90% dos políticos dão aos outros 10% uma má reputação”. Temos de acreditar – caso contrário o nosso sistema social deixa de fazer sentido – que há muito mais de 10% de políticos sérios, polícias sérios, juizes sérios, jornalistas sérios ou advogados sérios em Portugal. Temos de acreditar que os que não o são não passam de uma pequena minoria. Mas não tenhamos dúvidas de que a transgressão dessa pequena minoria prejudica de sobremaneira todos os outros.

A empresa de estudos de mercado GFK divulgou há um ano um estudo de opinião sobre a confiança dos portugueses nas várias profissões. Os bombeiros lideravam destacados com um índice de confiança de 94%, seguidos pelos médicos e professores, ambos com 83%. Os advogados aparecem muito mais para baixo na tabela, com um índice de apenas 47%. No fim estão os banqueiros (36%) – qualquer um pode testemunhar as marcas que o colapso do BES deixou em todos – e os políticos (18%).

A reputação não aparece no balanço de uma empresa, mas vai à demonstração de resultados. É um ativo intangível, mas tem um impacto bem real no negócio. A Boeing que o diga. Só à conta do escândalo do 737 Max estima perder 18 mil milhões de dólares. Se há indústria onde a reputação é um valor absoluto, é o da aviação. Mas o tema toca a todos e é determinante numa sociedade cada vez mais exigente e onde a informação circula de forma muito mais rápida.

O estudo da GFK mostra que as sociedades de advogados têm um longo caminho pela frente na construção de uma relação de maior confiança com os portugueses. O que obriga a não cometer erros – “são precisos 20 anos para construir uma reputação, mas bastam cinco minutos para a arruinar”, como diz Warren Buffett – cumprindo a deontologia da profissão e seguindo escrupulosamente regras de *compliance* na seleção dos clientes. Mas passa também por fazer pedagogia sobre o trabalho imprescindível e insubstituível dos advogados.



JOÃO MOURA  
Diretor da In-Lex

### TEMPOS DE ANTIVÍRUS

O ano de 2019 foi um ano positivo, assim o referem a grande maioria das sociedades representadas nesta edição do Anuário In-Lex, e as expectativas são para que esta tendência se mantenha em 2020.

Ainda que o cenário para 2020 seja otimista, com o arranque deste novo ano, têm surgido novos desafios e algumas incertezas para o setor empresarial e, conseqüentemente, para as sociedades de advogados. Sinais externos, como o Brexit, a evolução da economia europeia, a grave situação com que se depara a China e o Mundo com o novo coronavírus, as eleições nos Estados Unidos e os possíveis acordos comerciais com o resto do mundo, assumem particular importância para uma economia como a portuguesa muito exposta ao exterior. Mas nem só de fora vêm as incertezas. A expectativa de governação no atual cenário político nacional é grande e deve entrar também na fórmula desta equação.

A análise do setor das sociedades de advogados denominado advocacia de negócios, funciona de alguma forma como um barómetro da economia nacional, não fossem as empresas a razão de ser da sua existência, e nesta 15ª edição do In-Lex também conseguimos comprovar, ainda que com novas incertezas, a tendência positiva para 2020. Nesta radiografia fidedigna da realidade do setor a nível nacional, que é o In-Lex, constatamos um maior número de sociedades a aderirem ao projeto, com equipas reforçadas, atentas e recetivas aos avanços tecnológicos facilitadores de criação de valor nos seus clientes e com estruturas adaptadas aos novos desafios.

Num cenário de incertezas, que de certa forma já é um *commodity* dos tempos modernos, impõe-se cada vez mais uma aposta na prevenção e na rápida capacidade de adaptação. E a prevenção não se faz somente com *softwares* informáticos Prova disso são os tempos “*Leaks*” em que vivemos e que desvendam as fragilidades desses sistemas. Não há sistemas que consigam acompanhar o ritmo tecnológico estonteante dos dias de hoje, que cria grandes oportunidades mas também inesperados desafios à humanidade: constrói e destrói, aproxima e afasta, promove a informação mas nem sempre o conhecimento.

A prevenção edifica-se no ADN das empresas e nas pessoas. Assenta em pilares sólidos, com valores éticos enraizados e na escolha dos parceiros certos. Em matéria jurídica, não só a jusante, mas também a montante, as empresas devem escolher parceiros competentes, fiáveis e seguros. Apresentamos nesta edição os melhores *antivírus jurídicos* do mercado, parceiros imprescindíveis das empresas para os novos desafios que se avizinham. São 143 Sociedades! Faça o seu *download* nas páginas que se seguem!