



INTERNACIONALIZAÇÃO DA ADVOCACIA

Há firmas que já retiram dos mercados externos mais de 50% da facturação

Menos procura interna leva prestadores de serviços jurídicos a apostar noutras latitudes



Andrew Harrer/Bloomberg

São Paulo | O centro financeiro do Brasil é um dos locais para onde se viram as atenções das sociedades de advogados portuguesas.

JOÃO MALTEZ

jmalteza@negocios.pt

A advocacia de negócios portuguesa está a virar-se cada vez mais para os mercados externos. Há mesmo escritórios cuja facturação fora do País já ultrapassa os 50% do volume de negócios. Há quem diga que é uma moda passageira e com fim anunciado, depois de ultrapassada a crise. Há também quem veja neste fenómeno uma resposta às necessidades dos clientes e até mesmo à sede exportadora das contas nacionais.

“Quando a situação do País melhorar, estou em crer que muitos anúncios de ‘internacionalização’ actuais vão acabar de um momento para o outro, e as empresas que não tinham esse movimento no seu ADN vão continuar apenas por Portugal”, considera o advogado Nelson Bernardo. Em sua opinião, essa será uma realidade extensível a algumas sociedades de advogados. Que não a sua, sustenta, para depois escudar essa certeza no facto de o facto de cerca de 50% do volume de negócios da Raposo Bernardo ser gerado fora de Portugal.

“O critério de internacionalização

não pode deixar de ser o criar raízes locais, como ter sociedade de direito local, e quando tal não é possível por razões legais, será o facto de se pagarem renda local, pagar ordenados a advogados nacionais, pagar impostos locais”, argumenta Nelson Bernardo.

Se esta filosofia tem sido para si bem-sucedida, de igual modo a Miranda pode falar. “A internacionalização faz parte do ADN da sociedade desde a sua fundação”, sublinha Rui Amendoeira, sócio executivo da firma que fundou com Agostinho Pereira de Miranda e Rita Correia.

“A nossa organização tem hoje um cariz marcadamente internacional, como o demonstra o facto de termos colaboradores provenientes de mais de 15 nacionalidades diferentes”, lembra, para acrescentar que a Miranda tem “uma parte considerável dos recursos humanos, instalações físicas, clientes e volume de negócios fora de Portugal”.

Diferentes realidades na exportação de serviços jurídicos

É uma realidade diferente aquela que se vive em PLMJ. Em todo o caso, o “co-managing partner” desta sociedade sustenta que a exportação de

serviços jurídicos “é já hoje uma realidade com acrescida importância” na estratégia de desenvolvimento que têm seguido, e um crescimento encarado “com grande entusiasmo”. Os países onde se fala a nossa língua são a grande aposta, admite, para adiantar que são sobretudo clientes portugueses aqueles com os quais trabalha, mas não apenas esses. “Também temos apoiado empresas desses países na sua estratégia de desenvolvimento internacional”, clarifica.

Seguir os clientes e dar-lhes o necessário apoio jurídico foi, de resto, o propósito da Abreu Advogados, cujo processo de internacionalização está assente sobretudo numa rede de parceiros. “A decisão de concretizar uma presença externa, ao longo da última década, resultou da análise e interpretação que efectuamos sobre a realidade empresarial portuguesa, e da percepção de uma estratégia de internacionalização de algumas grandes empresas para fazer face à pressão da globalização competitiva”, explica Miguel Avillez Pereira, sócio da Abreu. Actuando localmente em Angola, a sociedade que o advogado João Caia-

do Guerreiro lidera dispõe igualmente de uma estratégia de internacionalização que envolve os países de expressão lusófona. Embora sem escritório próprio em países como Brasil, Moçambique ou Cabo Verde, mantém parcerias com sociedades locais, de modo a assegurar o acompanhamento das empresas a que presta apoio jurídico. Além disso, lembra, a sua firma, a Franco Caiado Guerreiro, tem como colaboradores advogados de nacionalidade angolana, brasileira, norte-americana ou Alemã. A presença internacional é hoje imprescindível numa advocacia cada vez mais globalizada. Pedro Rebelo de Sousa, que beneficia de uma parceria estratégica com a sua antiga firma de origem britânica – a Simmons & Simmons – lembra que “mais de 70% advogados” da sociedade que lidera “tiveram uma experiência de trabalho numa jurisdição estrangeira”. Em sua opinião, é essa vivência internacional que permite a ligação com gente qualificada de escritórios de outros países que precisa, em sua opinião, ser assumida pela advocacia portuguesa. “Não só reactivamente, mas pró-activamente, isto é, acrescentando valor ao cliente”, conclui.

Uma parte considerável dos recursos humanos, instalações físicas, clientes e volume de negócios [da sociedade] está fora de Portugal.

RUI AMENDOEIRA

Sócio executivo da Miranda



CINCO CASOS DISTINTOS DE APOSTA NA EXPORTAÇÃO DE SERVIÇOS JURÍDICOS



O sócio executivo da Miranda, Rui Amendoira, lembra que África continua a ser prioritária.

Rede de escritórios em 12 países

Rui Amendoira, sócio executivo da Miranda, assegura que a internacionalização faz parte do ADN da sociedade. Entre as firmas de advogados de raiz portuguesa, esta é reconhecida como a que tem "a mais abrangente presença internacional". Parte importante da sua facturação provém dos escritórios que tem em 12 países, especialmente na África lusófona. O continente africano continua a ser uma aposta, nomeadamente através de presenças ou parcerias nos países francófonos.



Nelson Bernardo abriu o primeiro escritório fora do País em Madrid. Estávamos em 2002.

Espanha, Polónia, Roménia e África

A África de expressão oficial portuguesa, Espanha e os países do Leste europeu - Polónia e Roménia - permitem à Raposo Bernardo ser uma das firmas cuja aposta na internacionalização é indiscutível. Em 2002, a sociedade instalou-se em Madrid e há a promessa de abertura de novos escritórios fora de Portugal já este ano. Nelson Bernardo, sócio que lidera este projecto de advocacia, afiança que mais de metade do volume de negócios já é gerado fora de Portugal.



Miguel Avillez Pereira sublinha que a ida para o exterior visou apoiar empresas clientes.

Seguir as empresas clientes lá fora

Miguel Avillez Pereira assegura que a estratégia de internacionalização da sociedade de que é sócio, a Abreu Advogados, tem vindo a ser desenvolvida desde há dez anos e tem-se centrado no mercado ibérico, em Angola, em Moçambique e no Brasil. Um trabalho desenvolvido muito à custa de uma rede de parcerias. A estratégia de internacionalização de algumas grandes empresas suas clientes foi, afiança o mesmo advogado, a razão da aposta no exterior.



Pedro Rebelo de Sousa capitaliza a herança Simmons e aposta em África.

Ligações estratégicas e novas parcerias

A ligação preferencial que ainda mantém com a britânica Simmons & Simmons - apesar da separação ocorrida - faz com que mais de 70% dos advogados da Sociedade Rebelo de Sousa já tenham beneficiado de uma experiência de trabalho numa jurisdição estrangeira. Essa ligação permite-lhe ter cobertura nas principais capitais europeias, mas também no Médio Oriente, China e Japão. Apostou entretanto em parcerias com escritórios dos países lusófonos.



Manuel Santos Vitor, "co-managing partner" da PLMJ.

Saber aproveitar heranças comuns

Aquela que continua a ser a sociedade de raiz portuguesa com maior número de advogados, a PLMJ, tem apostado sobretudo nos países de língua portuguesa. Manuel Santos Vitor, "co-managing partner" da sociedade, justifica esta estratégia, ao lembrar que "a herança cultural comum, os laços históricos e as semelhanças dos sistemas jurídicos com o sistema português levam a que haja uma clara oportunidade de trabalhar nessas jurisdições".

Escritórios próprios, parcerias e equipas especializadas são formas de apoio

Sociedades seguem diferentes estratégias no acompanhamento das empresas

JOÃO MALTEZ

O reforço das exportações portuguesas é um dos factores apontados como cruciais para que o País possa superar a crise que actualmente enfrenta. A conjuntura, mas também a necessidade de encontrar novos mercados, levou a advocacia dedicada às empresas a criar estruturas para responder às solicitações. Escritórios nos países de investimento, parcerias com sociedades estrangeiras ou equipas de juristas que quase só trabalham neste âmbito foram soluções encontradas.

Rui Amendoira, sócio executivo de uma das mais internacionais sociedades de advogados de raiz portuguesa, lembra que "a maioria

dos clientes da Miranda são empresas que operam em múltiplos países e, portanto, têm uma forte presença nos mercados externos". Até por esta razão, argumenta o mesmo advogado, a firma tem "desenvolvido especiais competências e recursos para fazer o acompanhamento dos clientes no processo de expansão da sua actividade para os mercados exteriores".

No que diz respeito às empresas nacionais, a estratégia passa primeiro por estabelecer "um ponto de contacto principal com o escritório em Lisboa", sendo depois o cliente apoiado através de escritórios associados, nos países estrangeiros para onde os clientes querem expandir ou desenvolver a sua actividade.

Entre os escritórios próprios e equipas especializadas

No caso da Raposo Bernardo & Associados, a intervenção de apoio é feita através dos escritórios próprios instalados nos países ou regiões para onde as empresas se deslocam. Por exemplo, a Polónia serve de centro para todo o mercado da Europa Central e de Leste.

Já quando se trata de uma situação que se passa fora do raio de intervenção dos escritórios da sociedade, a solução, evidência Nelson Bernardo, passa pelo recurso a escritórios locais com que a firma mantém ligações de preferência.

Outra forma de prestação de serviço assenta na criação de equipas de juristas que actuam prefe-

rencialmente para determinados países considerados chave. Na Abreu Advogados existem grupos de trabalho especializados - o Angolan Desk e o Mozambican Desk são exemplos -, que fazem a ponte entre os clientes e os seus escritórios associados de outras jurisdições.

Já na PLMJ, tal como evidência o sócio Nuno Brito Lopes, existe uma equipa multidisciplinar de comércio externo e exportação, através da qual é dado apoio a clientes nas várias facetas que um processo de internacionalização ou exportação de produtos implica. "Desde a contratualização, passando por questões alfandegárias e, mesmo, questões de direito internacional", exemplifica o advogado.

A forma mais comum de continuar a acompanhar os clientes são as parcerias com escritórios estrangeiros.

CISION



ID: 33646480

JORNAL DE
negócios

19-01-2011

Tiragem: 17622

País: Portugal

Period.: Diária

Âmbito: Economia, Negócios e

Pág: 33

Cores: Cor

Área: 22,36 x 1,73 cm²

Corte: 3 de 4



Há sociedades onde a facturação já é maior nos mercados externos Lex 34 e 35

CISION



ID: 33646480

JORNAL DE
negócios

19-01-2011

Tiragem: 17622

País: Portugal

Period.: Diária

Âmbito: Economia, Negócios e

Pág: 1

Cores: Cor

Área: 12,21 x 2,91 cm²

Corte: 4 de 4

