

PENÍNSULA IBÉRICA

Aposta das três maiores espanholas valoriza mercado nacional

O peso da advocacia de negócios portuguesa no todo ibérico é desconhecido. Admite-se que valha até 20%



Nuno Galvão
Teles
Sócio da
MLGTS

Internacionalização,
para uma sociedade
como a nossa, é
absolutamente
decisiva.

JOÃO MALTEZ

jmaltez@negocios.pt

O que vale o mercado português da chamada advocacia de negócios no todo do mercado Ibérico? A dificuldade em encontrar uma resposta encontram-na os próprios “players” do sector. Enquanto Miguel Teixeira de Abreu admite que gostaria de conhecer os números, Manuel Castelo Branco considera que, à semelhança do peso da economia, no todo da Península o valor do mercado jurídico pode chegar aos 20%.

Apesar da pequenez do mercado, por parte das três grandes espanholas que marcam presença no nosso país existe o reconhecimento de que, até por essa razão, vale a pena estar neste mercado.

“O mercado português tem enorme importância, como se comprova pelo desenvolvimento que tiveram as três firmas ibéricas – Garrigues, Uría, Cautrecasas – nos últimos anos. Não é por acaso que se encontram entre as de topo no País, e não me refiro sequer ao critério dimensão”, evidencia Francisco Sá Carneiro, sócio da Uría.

Manuel Castelo Branco, sócio da Cuatrecasas, Gonçalves pereira admite que é difícil ter noção exacta do peso que o mercado da advocacia de negócios nacional tem no todo da Península Ibérica. No entanto, considera que deverá situar-se entre os 15 e os 20%, em conformidade com o que se passa noutras áreas da actividade económica.

Ainda assim, Manuel Castelo Branco sustenta que “independentemente do peso relativo, que é mera consequência da dimensão do País, a verdade é que qualquer bom advogado português é, pelo menos, tão bom quanto qualquer bom advogado espanhol”.

Esta, de resto, a opinião de Nuno Galvão Teles, sócio da Moraes Leitão, para quem a advocacia portuguesa se bate de igual para igual com a advocacia espanhola, “tanto em termos da qua-

lidade dos seus recursos como da sofisticação das suas sociedades de advogados”. Tal como afixa, “ambos os países tem hoje uma advocacia moderna e com muita qualidade”.

Um mercado bem mais vasto

Rui Amendoeira, sócio executivo da Miranda, considera que para fazer este tipo de apreciação há que distinguir entre o mercado português e o mercado português da advocacia que são dois conceitos diferentes.

“O mercado português é delimitado pelos agentes económicos que actuam no território português, incluindo no que respeita às suas operações internacionais geridas ou coordenadas a partir de Portugal. O mercado da advocacia é mais amplo na medida em que abrange também as jurisdições estrangeiras em que as firmas portuguesas têm presença, nomeadamente nos países africanos de expressão portuguesa”, afirma o sócio da Miranda.

Como reconhece, o mercado português no sentido estrito tem um peso pequeno no contexto ibérico, proporcional ao da economia portuguesa tem por comparação com a espanhola. Contudo, sublinha, “o mercado português da advocacia tem um peso desproporcionalmente maior, na medida em que abrange, para além de Portugal, os países de expressão lusófona em que as firmas portuguesas estão presentes.

Neste sentido, lembra que “as firmas portuguesas têm uma presença maior nos países africanos de expressão portuguesa do que as firmas espanholas têm nos países que outrora foram colónias espanholas”.

Miguel Teixeira de Abreu, sócio da Abreu Advogados, não contesta esta ideia, mas sustenta que para ter certezas gostaria que as sociedades de ambos os países publicassem contas e permitissem que fosse feito um verdadeiro “benchmarking” de ambos os mercados.