



PLMJ

## O VALOR ESTRATÉGICO DO IMPACTO SOCIAL

A PLMJ quer contribuir pró-activamente para a solução de problemas sociais e ambientais da comunidade em que se insere, pois acredita, acima de tudo, que é possível acrescentar um retorno de valor para a sociedade. POR **Sandra M. Pinto**

**D**esde a sua fundação, há mais de 50 anos, que a PLMJ apoia um conjunto de projectos de cariz social, em várias vertentes. A empresa considera que deve assumir uma missão perante a comunidade, fazendo-o de diferentes formas, dado o

tipo de trabalho que desenvolve. Bruno Ferreira, co-managing partner da PLMJ, explica: «Nunca nos quisemos limitar ao apoio financeiro a instituições do terceiro sector, ainda que esta seja uma vertente extraordinariamente importante e incontornável. O trabalho pro bono é, por isso, uma vertente natural do nosso

trabalho de impacto social e altamente mobilizador das equipas ao longo de toda a carreira dos nossos advogados, desde a fase do estágio aos sócios.»

Paralelamente, a PLMJ tem desenvolvido também iniciativas de voluntariado envolvendo as suas pessoas. «Acreditamos numa sociedade humanista e

queremos que a PLMJ seja uma casa onde esses valores estão no centro da actuação», garante o responsável.

Outro elemento importante e distintivo desta sociedade de advogados é a aposta na arte. «A Fundação PLMJ tem uma história com mais de 20 anos de apoio a artistas lusófonos, e orgulha-nos muito poder fazer a nossa parte na afirmação de jovens talentos», sublinha Bruno Ferreira.

### Devolver valor à sociedade

Em 2018, a PLMJ tomou a decisão de conferir ao impacto social uma dimensão estratégica na empresa, o que levou à criação de uma equipa dedicada «a pensar de forma muito estruturada a missão que a organização acha dever ter na comunidade, transversalmente, pensando nas suas valências, legado existente e para onde quer caminhar, não só em resultado da sua actividade, mas também da actividade dos seus clientes. Tornou-se evidente para nós que, para fazermos mais e melhor, tínhamos de ser capazes de medir os resultados das nossas iniciativas, torná-los tangíveis, para podermos fazer crescer esta área», salienta o co-managing partner. «Queremos contribuir pró-activamente para a solução de problemas sociais e ambientais da nossa comunidade, pois acreditamos, acima de tudo, que é possível acrescentar um retorno de valor para a sociedade, em paralelo com o retorno financeiro que temos com a nossa actividade de assessoria jurídica.»

Com mais de meio século a desenvolver «trabalho muito relevante nas matérias de sustentabilidade e impacto social», a PLMJ defende este modo de intervir na sociedade – pensando no papel que deve assumir na comunidade de forma integrada com a vertente de negócio –, tem de fazer parte da maneira de estar no mundo das grandes empresas que, pela sua dimensão e riqueza produzida, têm o dever de funcionar como agentes de mudança, de fazer a sua parte no mundo que todos querem construir. Bruno Ferreira garan-



**Bruno Ferreira**  
Co-managing partner da PLMJ

te: «Ainda que nem todos estejam convencidos desta realidade, as sociedades de advogados estão neste barco.»

A PLMJ surge na dianteira deste movimento. «Para além da nossa convicção, temos hoje – e bem – uma responsabilidade ainda maior para estarmos numa posição de liderança neste tema: são as nossas pessoas, clientes e stakeholders que exigem que cumpramos de forma cada vez mais séria e, consequente, um papel na criação de um mundo mais sustentável, e isso passa por termos uma postura responsável em todas as vertentes da nossa actividade», reitera o responsável, fazendo notar: «Pela pri-

meira vez na história, a responsabilidade pelo legado que vamos deixar e pelo mundo que estamos a construir, já não é tarefa exclusiva de um conjunto de ONG [Organizações Não Governamentais] e entidades públicas nacionais e supra-nacionais, todos somos chamados à responsabilidade, todos somos chamados a agir, e, deste ponto de vista, julgo que devemos estar até optimistas.»

### Como construir uma estratégia de impacto social?

O primeiro aspecto essencial na construção de uma estratégia de impacto social é que esta esteja perfeitamente alinhada com a actividade profissional da instituição. «E é assim na PLMJ», garante Bruno Ferreira. E continua: «Em segundo lugar, mas não menos importante, se se quer mesmo falar de impacto social, o trabalho começa em casa. Quando, em 2018, decidimos robustecer esta área e traçar um plano muito objectivo sobre as nossas metas e passos para as atingir, a primeira dimensão a que era preciso atender era, naturalmente, as nossas pessoas.»

Como é que, como instituição com mais de 430 colaboradores, a PLMJ conseguia oferecer-lhes uma casa profissional que as desenvolvesse do ponto de vista das suas carreiras, mas também como pessoas? «Naturalmente que queremos o melhor talento, falando de advogados ou dos serviços de suporte, mas também queremos as melhores pessoas, as que querem construir um futuro e deixar um legado. E, para isso, é preciso que as lideranças se preocupem em começar por lhes dar isso mesmo», defende.

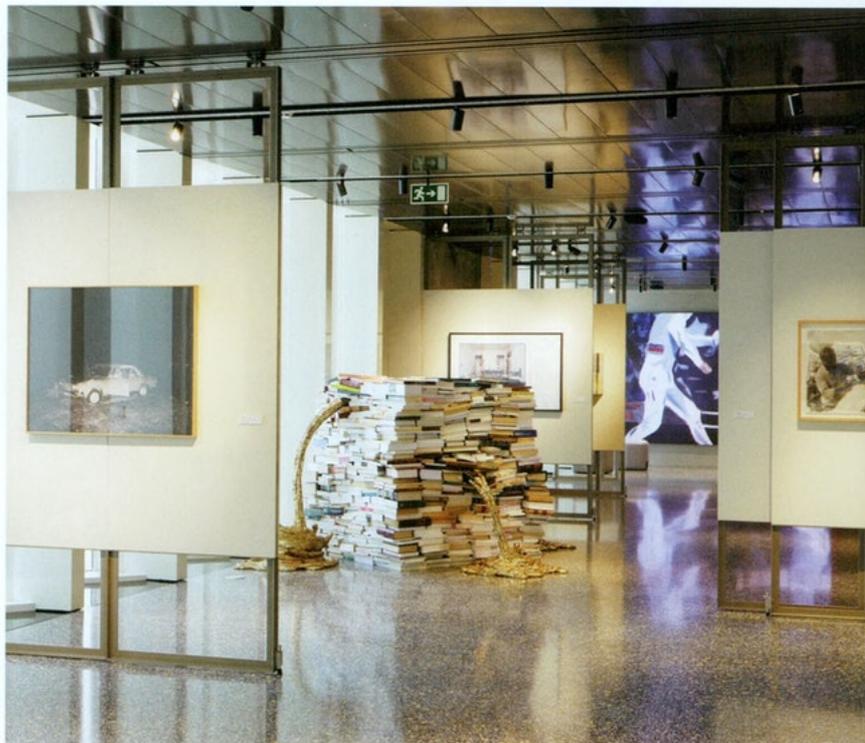
**O impacto social, a salvaguarda do ambiente e a sustentabilidade não são um custo, mas sim um investimento que traz retorno a vários níveis, até financeiro.**

## COVID-19

### Iniciativas para ajudar as empresas

No âmbito da pandemia, a PLMJ foi uma das sociedades a integrar o Cluster Legal da Grace, que foi criado em Novembro de 2019 com o objectivo de fortalecer a intervenção das várias sociedades de advogados que são membros da Associação de Responsabilidade Social Corporativa. Em resposta à pandemia, o Cluster Legal criou a "Legislação COVID 19 – Conversas com Medida", uma série de formações online sobre as principais medidas legislativas adoptadas e respectivos impactos para as empresas, ajudando-as a compreender uma série de realidades jurídicas e a melhor forma de reagir a esta nova realidade. Outra iniciativa dinamizada pelo Cluster Legal dedicada a apoiar os parceiros da Grace na economia social foi a "Hora Pro Bono", formações online com o objectivo de explicar e esclarecer dúvidas sobre as principais medidas legislativas excepcionais de apoio ao sector social. Na opinião de Bruno Ferreira, «estas iniciativas foram um óptimo exemplo de coordenação entre as várias sociedades de advogados e uma excelente oportunidade para partilhar o conhecimento e experiência prática com estas empresas, com o objectivo de melhor as orientar nestes tempos conturbados, em vários temas que fazem parte do seu dia-a-dia».

Se os colaboradores são o seu cliente interno, depois existem os clientes externos, que são igualmente exigentes nestas matérias e «ainda bem que assim é», afirma Bruno Ferreira. «É também com clientes alinhados com estes valo-



res que a PLMJ quer trabalhar, com as empresas que colocaram o ambiente, o impacto social e o governance como palco de toda a sua actividade. Hoje, a sustentabilidade não é um luxo ou um nice-to-have numa instituição desta dimensão. É um must-have que não tem reverso da medalha.»

#### Um investimento com retorno

A estratégia de impacto social tem impacto positivo nos bons resultados do negócio. Bruno Ferreira afirma que «é muito importante que se diga e repita esta mensagem: o impacto social, a salvaguarda do ambiente e a sustentabilidade não são um custo, mas sim um investimento que traz retorno a vários níveis, e até financeiro: a PLMJ tem como clientes as maiores empresas nacionais e grandes empresas internacionais. Como é que podíamos

fazê-lo se não tivéssemos evoluído com elas nestes temas?»

As empresas B2C [business to consumer] rapidamente perceberam que precisavam de fazer este caminho se queriam agarrar a nova geração de consumidores, que começou com os millennials e que segue com a Geração Z. «Se olharmos, por exemplo, para os investimentos financeiros que estas gerações fazem, percebemos que o mundo mudou e para melhor», acredita o co-managing partner. «Ora, se quem lhes vende produtos percebeu isso, como poderiam as empresas B2B [business to business] ficar de fora? Se este primeiro nível de análise é, porventura, menos fácil de contabilizar, outras dimensões, nomeadamente internas, são de contas simples: por exemplo, as questões relacionadas com o ambiente têm quase sempre uma tradução directa em economias financeiras,



visto que quanto menos consumimos, menos gastamos.»

A partir do momento em que é visto de forma estratégica, o impacto social ponderado em todas as ações e decisões. Por isso, quando, em 2018, a PLMJ quis mudar de “casa”, a decisão da mudança de sede recaiu sobre um dos edifícios mais energy efficient de Portugal. «Naturalmente que os critérios que guiaram esta escolha são os mesmos que aplicamos na selecção dos nossos fornecedores», assegura o responsável.

A escolha privilegiou, naturalmente, um edifício que fosse o state of the art da eco-eficiência. A sede da empresa tem o certificado LEED – Leadership in Energy and Environmental Design, e apresenta-se como sustentável em diferentes níveis, desde o design à manutenção, passando pela construção e operação. Bruno Ferreira concretiza: «Hoje, temos na sede em Lisboa mais quase 40% de área do que tínhamos há pouco mais de um ano e a factura energética reduziu-se em 30%. O consumo de papel recuou 60% porque tomámos medidas muito determinadas de crescente digitalização.»

Mas será que a PLMJ teria dado estes passos mesmo sabendo que não pouparia recursos financeiros? A resposta surge

**Hoje, a sustentabilidade não é um luxo ou um nice-to-have numa instituição desta dimensão. É um must-have, daqueles que não têm reverso da medalha.**

peremptória: «Sim, porque a motivação era, e é, sobretudo ambiental. Mas o impacto financeiro é, obviamente, um efeito colateral muito positivo. A este efeito há que somar o impacto extraordinariamente positivo que esta estratégia tem na consciência colectiva e na cultura que estamos a criar.» Por outro lado, e sendo a PLMJ uma firma com uma média de idades jovem em todas as fases de carreira, «o impacto social e a sustentabilidade são poderosíssimos na atracção e retenção do talento».

#### **Convicção inabalável**

De entre todas as vertentes da estratégia de impacto social da PLMJ, Bruno Ferreira destaca que o que também diferencia a abordagem que têm seguido é o apoio da empresa ao investimento nesta área. «Temos uma parceria com a Maze onde, através da Maze X, apoiamos anualmente 10 startups cuja proposta de valor é, em si mesma, geradora de impacto social. E fazemo-lo de duas formas: através de apoio jurídico a todas as startups e com a oportunidade de desenvolvimento de um projecto-piloto dentro da PLMJ, financiado pela firma.»

A PLMJ acredita que apoiar startups que partilham com a empresa os

objectivos de impacto social é uma das formas mais directas de maximizar o seu impacto e criar um efeito dominó que, por vezes, pode ser mais limitado do que o conseguido com algumas iniciativas essencialmente ou exclusivamente filantrópicas.

Partindo dos quatro eixos iniciais – o trabalho pro bono, a filantropia e iniciativas de voluntariado, o apoio à cultura através da Fundação PLMJ e o investimento de impacto –, a PLMJ soma duas dimensões fundamentais no impacto social: «Por um lado, as nossas pessoas, pelas razões de que falámos atrás, e, por outro, o pilar ambiental, através da implementação de medidas de consumo responsável e de uma preocupação a todos os níveis – da gestão do edifício aos hábitos das nossas pessoas – com a redução da nossa pegada ecológica. Tudo isto alinhado com a inserção da sustentabilidade na nossa estratégia», reitera Bruno Ferreira.

Nos tempos estranhos que vivemos, «tornou-se ainda mais evidente que, a par do propósito de gerar lucro, as empresas têm necessariamente de considerar o impacto que geram», afirma. «Esta foi uma escolha que teve de ser feita múltiplas vezes no dia-a-dia da gestão das empresas.»

«Por outro lado», continua, «estamos a assistir à confirmação do business case da sustentabilidade. No início deste período, algumas pessoas antecipavam que as preocupações com a sustentabilidade seriam um luxo, que seria rapidamente esquecido em tempos de necessidade e crise, mas, muito pelo contrário, temos visto que, por exemplo, os fundos que pautam o seu investimento por critérios de sustentabilidade ou impacto social estão em muitos casos a ter um melhor desempenho do que os restantes.»

Bruno Ferreira garante que nada os vai abalar nesta convicção. «Trabalhamos para a PLMJ durar para sempre, e a sustentabilidade e impacto social estarão no centro do nosso negócio e maneira de estar no mundo enquanto existirmos.» ■