

A liberdade econômica e os propósitos da atividade empresarial

O que muda com a recente redefinição do *Business Roundtable*

Parte 2

Ana Frazão

Advogada. Professora de Direito Civil, Comercial e Econômico da UnB. Ex-
Conselheira do CADE.

Para delimitar o impacto dos compromissos divulgados pela *Business Roundtable*, é necessário compreendê-los como mais uma importante iniciativa para mudar a cultura corporativa predominante, até então dominada pela teoria da maximização do valor do acionista (*shareholder value*), ou seja, pela ideia de que o único propósito empresarial é a rentabilidade a curto prazo em benefício dos acionistas.

Verdade seja dita que, na atualidade, já existem inúmeras ações em favor do investimento consciente e sustentável. Tanto é assim que, logo após a publicização do documento da BRT, um grupo de empresas B (*B Corporations*)¹ divulgou a declaração “*Dear Business Roundtable CEOs: Let’s Get to Work. A Call to Put Words into Action from B Corp Leaders*”, convocando os líderes da BRT a colocar em prática os compromissos assumidos.

Como se sabe, as *B Corporations* são empresas que recebem certificação por cumprirem altos requisitos de performance social e ambiental, transparência e *accountability* na gestão dos seus negócios, cuja atuação se insere em um projeto maior de mudança da cultura corporativa e do próprio mercado, tornando-o inclusivo e sustentável².

Trata-se de uma nova visão da empresa e dos negócios que está longe de ser isolada. Segundo recente reportagem do Valor³, os investimentos sustentáveis avançam no mundo: de quase 23 bilhões de dólares em 2016 passaram para quase

¹ <https://bthechange.com/dear-business-roundtable-ceos-lets-get-to-work-25f06457738c>. Acesso em 02.09.2019.

² <https://bcorporation.net/about-b-corps>. Acesso em 02.09.2019.

³ VALOR ECONÔMICO. Lucro com Causa. Edição de 30.08.2019.

31 bilhões de dólares em 2018. Conclui a reportagem que “números indicam que boa parte do dinheiro do mundo já começou a se mover em direção a critérios mais sustentáveis de aplicação, num movimento liderado pelos mercados europeus, mas que tem ganhado adeptos nos EUA, no Canadá e no Japão, para ficar nos maiores.” Um pouco antes, o mesmo veículo de comunicação já havia dedicado uma de suas reportagens para mostrar como as gestoras de recursos cada vez mais incorporam análises sócio-ambientais e de governança na seleção dos ativos a serem investidos⁴.

Entretanto, tais iniciativas não chegam a comprometer, pelo menos até agora, a hegemonia da *shareholder value theory* e as inúmeras distorções daí decorrentes. De fato, a necessidade de corresponder à expectativa do aumento contínuo do valor das ações no mercado, segundo Joseph Stiglitz⁵, tem levado à excessiva assunção de risco pelos administradores, que, obstinados a obter resultados de curto prazo, não apenas negligenciam os interesses de *stakeholders*, como podem ainda adotar decisões de consequências preocupantes, tais como (i) reduzir investimentos em inovações, (ii) tratar empregados como responsabilidade de curto prazo e não como ativos de longo prazo, (iii) utilizar a chamada “*creative accounting*” para aumentar o valor das ações, em prejuízo da transparência, (iv) aumentar os percentuais de faturamento destinados à recompra de ações, para promover, artificialmente, o aumento no valor das ações, etc.

Ocorre que a ação humana é fortemente influenciada pela percepção e lembrança de determinados valores, assim como pelos padrões sociais de comportamento que predominam nos *networks* em que os gestores de companhias vivem. Daí por que os impactos de uma declaração como a da BRT podem ser grandes, ainda mais diante das evidências cada vez mais fortes das limitações da racionalidade neoclássica para se compreender a ação econômica.

Com efeito, a real dinâmica do comportamento econômico ficou clara no livro de Eugene Soltes⁶, em que o autor tenta entender o que levou diversos

⁴ VALOR ECONÔMICO. Investimento responsável ganha adeptos. Edição de 24.07.2019

⁵ STIGLITZ, Joseph E. *Rewriting the rules of the American Economy: an agenda for growth and shared prosperity*. Nova Iorque: W. W. Norton, 2015, edição kindle.

⁶ SOLTES, Eugene. *Why they do it: inside the mind of the white-collar criminal*. New York: Public Affairs, 2016.

executivos a praticarem ilícitos do colarinho branco. Para a sua surpresa, longe de realizarem qualquer cálculo racional sobre os riscos e benefícios do descumprimento da lei, os executivos descumpriam as leis por entenderem que estavam beneficiando suas empresas, com maiores perspectivas de lucratividade.

Ao contrário do que se poderia intuir a partir da análise econômica do direito, os estudos de Soltes mostraram que os executivos, em regra, não anteciparam as consequências adversas de suas ações⁷. Em outros termos, as ações não foram motivadas porque eles acreditaram que não seriam descobertos ou punidos nem decorreram de uma análise racional de riscos e vantagens. Na verdade, os administradores simplesmente não avaliaram as possíveis consequências de suas ações, agindo de maneira intuitiva⁸.

Tais conclusões casam-se perfeitamente com as de Sandra Guerra⁹, que, em seu livro *A Caixa Preta da Governança Corporativa*, mostra que, além das pressões do mercado financeiro por resultados a curto prazo, o que é visto como um dos maiores obstáculos à gestão sustentável das empresas, diversos vieses cognitivos individuais - como os de memória, estatísticos, de confiança, de adequação, de apresentação e de situação - e coletivos - efeito manada, pensamento de grupo (consenso a qualquer custo), falso consenso, favoritismo, causa própria - podem ser determinantes para a tomada da decisão.

Consequentemente, decisões racionais são muito menos frequentes na prática do que se pensa, pois, em regra, é a intuição ou determinados vieses que orientam os gestores. Como os executivos estão constantemente envolvidos em uma série de demandas, raramente têm oportunidade de analisar e de refletir, com mais cuidado, sobre suas ações, agindo, muitas vezes, de maneira automática. Daí a importância da superação da cultura empresarial que prioriza somente a maximização do valor das ações, a partir da demonstração de que outros valores ou outras formas de agir podem e devem ser buscados.

Outro ponto importante, também ressaltado por Soltes, é que existe uma intuição ou inclinação natural para a prática de atos moralmente corretos,

⁷ SOLTES, Eugene. *Why they do it: inside the mind of the white-collar criminal*. New York: Public Affairs, 2016.

⁸ *Ibidem*.

⁹ GUERRA, Sandra. *A caixa-preta da governança*. Rio: Best Business, 2017.

evitando causar danos a terceiros. Ocorre que essa percepção nem sempre funciona no ambiente corporativo, tendo em vista que os danos econômicos causados por um ilícito corporativo são menos concretos e mais abstratos, reforçando o ditado popular de que “o que os olhos não vêem, o coração não sente”.

Consequentemente, os agentes econômicos nem sempre têm a exata dimensão das consequências de suas ações, especialmente no que diz respeito aos danos que delas podem decorrer. Acresce que, em grandes organizações, o processo decisório é fragmentado e multifacetado, sendo que muitas vezes quem decide não implementa as decisões nem é capaz de vivenciar, na prática, os resultados destas.

Dessa maneira, pode-se concluir que é de extrema importância mostrar aos CEOs não apenas como devem agir, mas porque devem agir, ressaltando as consequências positivas dos compromissos assumidos pela BRT, inclusive no que diz respeito à manutenção lucrativa da empresa a longo prazo.

Nesse contexto, um simples *nudge*, a lembrança da importância ou do valor de determinado comportamento, a disseminação de determinada informação ou conhecimento, a contextualização, a comparação ou o *ranqueamento* do comportamento do agente econômico em relação aos demais agentes que atuam no mesmo mercado, a identificação e a apresentação das consequências positivas ou dos danos causados a terceiros em decorrência de determinadas ações ou omissões dos agentes econômicos podem ser poderosas estratégias para as decisões individuais e para a consequente mudança institucional.

Essa preocupação torna-se particularmente importante quando se tem em mente o diagnóstico de Soltes¹⁰ de que boa parte da diferença, em termos de ética, das condutas adotadas por uma sociedade empresária pode ser atribuída a uma questão cultural. Segundo o autor, a cultura é que definirá a atitude de determinados administradores e empregados frente a alguns dilemas, como a disposição para pagar uma comissão extra para determinado agente público pelo fechamento de um contrato, ou a disposição de um administrador para incluir

¹⁰ SOLTES, *op. cit.*, edição *kindle*.

mecanismo necessário de segurança em determinado produto mesmo correndo o risco de que a inclusão não seja aprovada pelos consumidores em razão da onerosidade, etc.

Da mesma maneira, assim como a cultura empresarial atualmente dominante impede ou dificulta consideravelmente que administradores possam levar em consideração outros interesses que não apenas os dos acionistas, uma mudança de cultura certamente estimulará e facilitará a tomada de decisões nesse sentido.

Por essa razão, o simples fato de a BRT assumir publicamente o compromisso de que a gestão empresarial deve atender aos interesses de importantes *stakeholders*, como trabalhadores, consumidores, fornecedores e comunidades, é um excelente começo para a mudança institucional, ainda que esta dependa de outras circunstâncias.

Daí a importância de se refletir não só sobre os incentivos necessários para que tais compromissos sejam colocados em prática, tornando-se vetores reais de transformação da cultura empresarial, como também sobre as medidas necessárias para atenuar os riscos decorrentes do aumento da complexidade da gestão e da excessiva discricionariedade, temas que serão retomados no próximo artigo da série.

Link: https://www.jota.info/paywall?redirect_to=//www.jota.info/opiniao-e-analise/colunas/constituicao-empresa-e-mercado/a-liberdade-economica-e-os-propositos-da-atividade-empresarial-2-04092019

Publicado em: 04/09/2019