

Como conseguir uma Nova Banca

Podem existir várias formas de conseguirmos uma nova Banca. Ou através de regulação ou através da iniciativa de alguns indivíduos que tenham a coragem de agir de forma diferente e consigam reunir competências e recursos financeiros para começarem novas formas de Banca.

No entanto acredito que a única e melhor forma de conseguirmos aplicar de forma “massificada” um novo conceito de Banca passa por mudar a forma como se ensina economia e gestão. Alguns dos princípios basilares da economia e da gestão são os causadores da crise financeira e económica que se iniciou em 2009. Costumo dizer que “os alunos dos MBAs são umas máquinas destruidoras da economia”. E vários professores conceituados internacionais concordam comigo.

Vejamos de seguida alguns dos princípios da economia e gestão que levam à destruição do ecossistema económico e social.

6.1 Alguns mitos da Economia e Gestão

O agente económico e a sua racionalidade

O pressuposto económico básico é de que o agente económico é racional. Isso quer dizer que os modelos económicos que são construídos e sobre os quais as políticas públicas são desenhadas têm como pressupostos o seguinte:

- O agente económico é racional e como tal as suas decisões são passíveis de antecipação;
- O agente económico maximiza a sua utilidade, desejando consumir o mais possível e as empresas maximizam o seu lucro;
- As pessoas agem de forma independente com base em informação pública e disponível para todos.

Agora vale a pena perguntar: Nós somos todos assim? Porque foram estas premissas criadas? Elas servem a quem?

No meu ponto de vista, hoje em dia, cada vez menos as pessoas se identificam com o agente económico racional. Na realidade, não há agentes económicos, mas sim pessoas e cidadãos. Essas pessoas têm sentimentos, nem sempre pretendem maximizar o consumo, são influenciadas umas pelas outras e o acesso à informação não é igual para todos. Por outro lado, cada vez mais, há empresas cujo objetivo não é maximizar o lucro. E mesmo que esta faixa da sociedade seja ainda pequena, a sociedade da informação deu-lhes um poder muito maior de influenciar o outro.

Estas premissas foram criadas porque houve no passado a necessidade de transformar a ciência social da economia numa ciência exata. Foi necessário juntar-se matemática e modelos econométricos para que a economia “fosse levada a sério”. Mas a vida em sociedade é mais complexa do que um modelo matemático, e como tal, foi necessário identificarem-se pressupostos que limitassem o espectro desses modelos. Assim sendo, não é de estranhar que ultimamente as políticas económicas não tenham tido os resultados esperados, uma vez que os modelos assentam em premissas demasiado incompletas no mundo de hoje.

Adam Smith e o interesse próprio de cada um

Adam Smith é ensinado como sendo o criador da mão invisível defendendo que se cada um agisse no seu interesse próprio, seria possível encontrar um equilíbrio entre o que uns procuram e o que outros oferecem, dando isto origem à chamada economia de mercado. A riqueza gerada seria distribuída pelo mercado a toda a sociedade, através da tal mão invisível, que, no fundo, não é mais do que a consequência da economia de mercado. Esta ideia de que a economia de mercado de Adam Smith tem por base um comportamento egoísta das pessoas que agem apenas no seu interesse próprio tem vindo a ser ensinada nos cursos de economia e gestão, e nos MBAs. Mas este ensinamento está errado.

Antes de Adam Smith escrever o livro “Riqueza das Nações” onde cria o conceito da mão invisível, ele tinha escrito um outro, chamado “Teoria dos Sentimentos Morais”, onde ensaiou sobre a ética humana e a consciência do homem. Neste livro Adam Smith afirma que “*Independentemente do egoísmo que possamos pensar que cada Homem tem, existem evidentemente alguns princípios na sua natureza que fazem com que o Homem se interesse pela fortuna dos outros ficando feliz pela felicidade de outrém, não ganhando nada com isso, a não ser o prazer de ver essa mesma felicidade*”.

Como se pode ver, Adam Smith defendia que o Homem tinha um carácter de “simpatia natural” pelo mundo e pelo outro, o que o levava a ter comportamentos sentimentais, sentindo-se feliz por ver a felicidade do outro. Adam Smith afirmou também que o Homem tem a consciência que lhe permite realizar processos de autocritica. Ao seguirmos a nossa consciência, acabamos por promover a felicidade humana. Segundo Smith, as leis, as punições e as recompensas criadas em sociedade pelo Homem pretendem alcançar essa felicidade humana, mas elas nunca podem ser tão consistentes, imediatas e efetivas como a consciência Humana.

Assim sendo, a mão invisível do mercado defendida por Adam Smith, tinha por base a existência de Homens com comportamentos

éticos. A liberdade de atuação de cada um terminava quando entrava na esfera do outro. Na realidade, Adam Smith defendia um capitalismo com consciência, onde ética é considerada como o principal factor inerente ao comportamento do agente económico.

6.2 Algumas das Mudanças Necessárias

Existem muitas mudanças que necessitariam de ser realizadas ao nível do ensino da economia e gestão. Já existem vários mestrados nos temas da ética e sustentabilidade a nível internacional e também alguns primeiros passos em Portugal. A meu ver, um dos melhores mestrados é o “Sustainability Management” da Columbia University e que apresenta um programa riquíssimo nos conteúdos.

De seguida identifico os temas centrais que deveriam ser alterados nos cursos de gestão e economia.

Modelo dos *stakeholders* em vez do modelo do *shareholder*

O ensino da gestão assenta no modelo do acionista (teoria do *shareholder*). Neste modelo, a empresa tem como objetivo trabalhar em prol dos interesses dos acionistas, consistindo tal na maximização do lucro e do valor dos dividendos distribuídos aos acionistas.

O modelo do acionista, implica a existência de donos da empresa que detêm uma parte dela pelas ações que compram, e de administradores, que gerem a empresa de forma a alcançarem os interesses dos acionistas.

Este modelo, existente também em Portugal, é bastante popular em países como o Reino Unido e os Estados Unidos da América, mercados que se caracterizam pelo fato das empresas cotadas terem o capital muito disperso por um grande número de pequenos acionistas, e que, como tal, necessitam de ter alguém a gerir essa empresa.

No modelo do *shareholder* as empresas existem para maximizar o lucro e para satisfazerem os interesses e desejos dos acionistas, que são aqueles que colocam capital na empresa.

No entanto, e pelo menos desde 1984, que tem existido um trabalho académico forte em prol do estabelecimento do modelo dos *stakeholders* em vez do modelo do *shareholder*. Na teoria dos *stakeholders*, ou teoria das partes interessadas, existem outras entidades com as quais a empresa se deve relacionar e preocupar em gerar valor. Estamos a falar dos colaboradores, clientes, comunidade, fornecedores, associações etc. A identificação de quais são essas entidades e qual o grau de relevância de cada uma delas está relacionada com a capacidade de cada uma em afetar, e ser afetada, pelas atividades da empresa. Edward Freeman definiu, em 1984, *stakeholders* como sendo, “qualquer grupo ou indivíduo que pode afetar ou ser afetado pelas atividades que uma empresa realiza para alcançar os seus objetivos”²¹. O sucesso da empresa depende, assim, da sua capacidade de satisfazer uma panóplia alargada de interesses. A identificação de quem pode ser um *stakeholder* da empresa depende da abordagem escolhida pela organização, existindo vários métodos disponíveis para justificar o processo dessas escolhas.

De acordo com o modelo dos *stakeholders*, o objetivo da empresa não é meramente o de maximizar os interesses do acionista, mas também os de outros grupos ou indivíduos, como por exemplo colaboradores, fornecedores, clientes, sindicatos, comunidade financeira, organizações não-governamentais e comunidades locais. Subjacente a este modelo está também a ideia de médio e longo prazo, no sentido em que se defende que o sucesso de uma empresa depende também da forma como esta interage com a comunidade envolvente e como ela atua perante certos temas.

²¹ Freeman, 1984, p. 46

Se este modelo fosse também ensinado nas escolas de gestão logo nos primeiros anos de licenciatura, os jovens iriam crescer intelectualmente com uma informação mais rica de base, que lhes permitiria tomar opções de comportamento no futuro com maior facilidade, uma vez que teriam conhecimento científico sobre outros modelos de gestão.

A consciência em vez da teoria da agência

Decorrente do modelo do *shareholder*, onde uma organização tem vários acionistas detentores de ações da empresa, surgiu também a chamada teoria da agência. Nesta teoria, existe o “principal”, que é o acionista, que delega poderes ao “agente”, que é o administrador, para fazer a melhor gestão possível em prol dos interesses do acionista. Assume-se que o controlo da qualidade da gestão é feita pelo mercado. Ou seja, o escrutínio do mercado à qualidade das administrações assenta no racional de se considerar que, em mercados competitivos, as ações das empresas com fracos desempenhos tendem a ser menos procuradas, o que faz com que o seu preço desça. Esta desvalorização da empresa tem como consequências o aumento da sua vulnerabilidade a ofertas de compra hostis (o que coloca os cargos de administração e diretoria em risco), ou a deliberação, por parte das assembleias gerais de acionistas, da substituição dos administradores responsáveis pelo fracasso.

Desta forma, os administradores, pelo simples fato de quererem manter os seus empregos e reputação, procuram sempre desenvolver atividades que sejam fortemente valorizadas pelo mercado, e cada vez mais, no curto prazo. Na realidade, é possível existirem interesses diferentes entre os administradores e os acionistas, devido à existência de informação assimétrica entre eles. Os diretores, que lidam com a gestão corrente da empresa, podem ter acesso a informação específica e podem, caso os padrões éticos não estejam bem incorporados, utilizá-la oportunisticamente

no seu interesse pessoal em vez de a utilizarem no interesse dos acionistas. É neste contexto, então, que surge a necessidade de existirem regras de governo das organizações, o que tem levado ao desenvolvimento dos modelos de *governance* das empresas. Não irei neste livro aprofundar este tema, mas irei apenas fazer a ponte entre *Governance* e Ética.

A definição de *corporate governance* tem vindo a evoluir. E se, numa primeira fase, ela se cingia ao sistema que controla e gere as atividades de gestão da empresa, ao longo dos últimos 20 anos surgiram melhorias significativas no que se considera como sendo o âmago da *governance*. Por exemplo, Sir Adrian Cadbury, responsável pelo aclamado “The Cadbury Report” que refere que “*A corporate governance preocupa-se em obter um balanço entre os objetivos económicos e sociais e entre os objetivos individuais e da sociedade. A matriz da corporate governance existe para encorajar o uso eficiente de recursos e igualmente para exigir a responsabilização pelo modo como esses recursos são usados. O objetivo é alinhar o mais próximo possível os interesses dos indivíduos, das corporações e da sociedade*” (Sir Adrian Cadbury, ‘Global Corporate Governance Forum’, Banco Mundial, 2000). Também Mervyn King, responsável pelo “King Report” é outra referência na evolução da *Corporate Governance*. Ele utiliza uma definição igualmente lata, responsabilizando os administradores das empresas pela correta gestão dos recursos das empresas. Afirma também que estes devem ter em consideração, nos seus processos de decisão, as expectativas dos vários *stakeholders* e que não se resumem aos detentores de capital (*stockholders*), existindo sempre uma prática de transparência na sua responsabilização e comunicação.

Posto isto, podemos deduzir que a área da *governance* existe porque os administradores parecem não conseguir agir com ética, sendo antes tentados a utilizar um conjunto de informação em seu proveito próprio. Mas, se assim é, porque é que em vez de se ensinar a teoria da agência, e dizer aos alunos que muito possivelmente eles se irão sentir tentados a utilizar informação em seu interesse, não existe uma maior

dedicação do ensino à ética e ao desenvolvimento da consciência, tal como defendia Adam Smith? Por tudo isto, parece-me que as universidades deveriam dar bastante mais lugar à ética e ao desenvolvimento da consciência dos seus alunos e professores.

Penso que se estas duas áreas fossem bem desenvolvidas, então um profissional da Banca teria a capacidade de compreender que a Banca é o coração da economia, e como tal tem de aumentar o seu nível de consciência na forma como operacionaliza a sua forma de atuação.