

GOVERNANÇA PERCEPÇÃO X REALIDADE

Um velho provérbio nos ensina que: para caminhar uma légua é preciso dar o primeiro passo.

Neste sentido, podemos dizer que já foram dados os primeiros passos em nosso país, para o aprofundamento das práticas de Governança Corporativa, principalmente pelos esforços do IBGC (Instituto Brasileiro de Governança Corporativa) e da BOVESPA, esta última contribuindo de forma pragmática, a partir da elaboração dos critérios e implantação dos níveis de Governança Corporativa 1, 2 e Novo Mercado.

por Décio dos Santos*

Houve também uma maior conscientização dos grandes investidores institucionais, tais como: os Fundos de Pensão e as *Assets*, que também criaram os seus próprios códigos de ética e manuais de boas práticas de Governança Corporativa. Sem falar ainda, da realização, pela primeira vez em um país emergente, do Congresso da ICGN (International Corporate Governance Network), que se realizou em julho na cidade do Rio de Janeiro.

Dito isto, tem se a percepção que estamos no rumo certo, e realmente estamos, mas talvez seja necessário acelerar o ritmo e aprofundar as discussões a respeito do tema, não apenas em face dos últimos escândalos corporativos, mas principalmente pela necessidade de agregar valor aos acionistas. Sim, precisamos criar valor, não apenas para acionistas controladores ou minoritários, mas para o mercado de capitais como um todo, ou corremos o risco de continuarmos a ter um mercado que não cresce por falta de transparência e credibilidade.

É comum ouvirmos a seguinte afirmação: *perception is reality*, porém a realidade do dia-a-dia das boas práticas de Governança Corporativa está em descompasso com a percepção, apesar dos avanços acima mencionados. Prova disso é que apesar de muitas empresas dedicarem capítulos inteiros, nos seus relatórios anuais, ao tema e mostrarem os órgãos de governança corporativa exis-

“Precisamos criar valor, não apenas para acionistas controladores ou minoritários, mas para o mercado de capitais como um todo, ou corremos o risco de continuarmos a ter um mercado que não cresce por falta de transparência e credibilidade.”

tentes na organização e como estes atuam de forma geral, pouco se percebe nas ações diárias das empresas, dos efeitos práticos das informações contidas nos relatórios. Assim, fica evidente que o discurso está à frente daquilo que é efetivamente praticado pelas organizações.

Isto fica muito mais evidenciado quando se propõe a elaboração de um relatório de RGC (Relatório de Rating de Governança Corporativa), muitas empresas têm receio de receber uma nota que não corresponda aos seus anseios e expectativas, ou que o mercado, faça um *down grade* do seu valor em função da nota recebida. Isto não corresponde a realidade, pois só o fato da empresa contra-

tar este tipo de serviço, mais do que mostra a sua disposição inequívoca de avançar e implantar de forma definitiva os quatro pilares básicos das boas práticas de Governança Corporativa que são: Equidade, Transparência, Prestação de Contas (Accountability) e principalmente o maior de todos, que é ética em todas as suas ações.

Assim, como *stakeholders*, temos o compromisso de buscar a convergência entre a percepção e a realidade, que em nosso ponto de vista encontram-se desassociadas, muito mais pela falta de conhecimento do tema e de todos os benefícios que possa trazer ao cotidiano das operações da empresa.

Também é importante frisar que a Governança Corporativa ainda se encontra restrita ao conselho de administração e aos membros da diretoria executiva, e que precisa descer do Olímpo e chegar ao mundo da média gerência e demais colaboradores, pois estes deverão conduzir os rumos do negócio futuramente e não desconfiam do que se trata Governança Corporativa. Dessa forma, ainda temos um longo caminho pela frente, mas as bases sólidas já foram lançadas e cabe a nós levarmos à frente este desafio.



(*) DÉCIO DOS SANTOS é Diretor Comercial & Marketing da Austin Rating. (Email: decio@austin.com.br)