

Políticas Públicas: o uso de Incentivos Fiscais como mecanismos de indução à realização das Funções Social e Solidária da Empresa.

Luciana Yoshihara Arcangelo Zanin*¹

Resumo:

O propósito do trabalho é desenvolver uma análise crítica que estabeleça um elo entre Teoria da Empresa, globalização, cidadania, questões culturais envolvendo a implementação de políticas públicas representadas pelo uso de incentivos fiscais como mecanismos de indução à realização das funções social e solidária da empresa.

Justifica-se a necessidade dessa análise considerando que todo sistema vivo, orgânico tem seu ciclo de vida, que vai do nascimento à morte, da ascensão à decadência, característica também afeta aos sistemas econômicos e político em conjunto com os quais a Teoria da Empresa precisa ser considerada.

A hipótese que se coloca é se existe a possibilidade da criação de novas práticas acíclicas que possam sofrer uma menor afetação por essa lógica, com objetivo primordial pela preservação das pessoas e seus direitos fundamentais a uma existência plena que possibilite a todos liberdade suficiente para buscar por sua felicidade, ou ao menos, estarem isentos para discernir o que realmente tem significado para vida e até que ponto o uso de políticas públicas representadas pelo uso da concessão de incentivos fiscais como mecanismos de indução de mudança de comportamento podem contribuir ou não para implementação das funções social e solidária nas empresas.

Ao final aponta conclusão no sentido de que a Função Solidária da Empresa se mostra como alternativa para preenchimento da lacuna ética necessária as relações sociais e a legitimação moral ao exercício da atividade empresária, para a qual a função social não se basta por si, para legitimação da implementação dos incentivos fiscais.

Introdução

A respeito da problemática fiscal, a primeira consideração que se faz é sobre o dever de pagar tributos e a ideia de que ele provém do contrato (ou pacto) social surgido quando as pessoas optaram por organizar-se na forma de Estado para manter a ordem social, submetendo-se a um político e/ou governante, que assegurasse a preservação das liberdades, direitos e garantias fundamentais de cada um dos indivíduos pertencentes à comunidade entendida como Estado².

Por conseguinte, o contrato social enquanto suporte da comunidade organizada em Estado, tornou cada indivíduo solitário em indivíduo solidário, não sendo possível garantir direitos e liberdades fundamentais sem que houvesse a respectiva exigência dos deveres comunitários, ou seja, a existência da comunidade estadual implicou

na responsabilidade daqueles que a elegeram para sua proteção, de arcarem com os custos financeiros de sua realização, materializados na forma de tributos.

Visto que os tributos são o preço que se paga por uma sociedade civilizada, que implicam na renúncia de uma parcela da propriedade individual em favor do estado para que ele possa fazer frente aos gastos para garantia das liberdades e direitos fundamentais e vistos os valores que tem sido pagos pela existência desse estado.

Tratando-se a empresa de um fenômeno econômico, que compreende a organização dos chamados fatores de produção: natureza, capital, trabalho e tecnologia, voltada para obtenção de lucro que remunere e mantenha a própria organização.

Por certo que a administração da incidência dos tributos sobre as receitas e o lucro da atividade empresária, representa fator determinante na formação de preço dos produtos e serviços ao consumidor, até porque, toda a receita obtida pela atividade empresária terá que ser suficiente para produzir lucro suficiente à compartilhar a despesa pública gerada pelo Estado e por outro lado remunerar à organização e seus sócios.

Assim, na formação do preço do produto ou do serviço, relevante o cômputo da incidência tributária, já que parte da receita obtida com a venda deles será destinada ao governo, na forma de tributos que incidirão sobre a venda (indiretos) ou sobre o lucro/resultado (diretos).

Uma vez demonstrado o reflexo da questão tributária na formação de preços, a ela deve ser dada toda uma atenção especial enquanto fator macro ambiental de geração ou não de vantagem competitiva das organizações, pelo aspecto institucional-legal.

Isto porque, exige-se do empresário que ele seja o mais eficiente possível na sua obrigação de não gerar passivo tributário e ao mesmo tempo, não pagar mais tributos que o devido, evitando o desperdício de recursos que podem ser investidos num produto melhor ou revertido para os sócios.

Metodologia

Durante a pesquisa será utilizada a pluralidade metodológica¹³, num movimento epistemológico como forma de propiciar uma reflexão para as ciências sociais e humanas

¹ “Métodos Contextualizados em Situações Educativas: Afastando-se da tradição da pesquisa, esses métodos incluem-se num movimento epistemológico que, para Santos (1993), é uma forma de reflexão para as ciências sociais e humanas que condiz com a atualidade da ciência, sem separações entre sujeito e objeto. A tarefa do pesquisador é descobrir a natureza da relação sujeito-objeto. Nessa direção, entende-se também que outras disciplinas além da sociologia, devem dedicar-se a analisar as condições sociais e os contextos culturais. Posição que coincide com o chamado pensamento pós-moderno. E neste sentido, ‘as condições de possibilidade da acção (sic) humana projectada (sic) no mundo a partir de um espaço-tempo-local...constituem-se a partir de uma pluralidade metodológica. Cada método é uma linguagem e a realidade responde na língua em que é perguntada” (HIGUCHI, Maria Inês Gasparetto; KUHNEM, Ariane. Percepção e Representação Ambiental – Métodos e Técnicas de Investigação para Educação Ambiental. In Métodos de Pesquisa nos Estudos Pessoa-Ambiente. Org. José de Queiroz Pinheiro e Hartmut Gunther. São Paulo: Casa do Psicólogo, 2008, p. 200).

mediante considerações sobre as condições sociais e contextos culturais, projetadas no mundo a partir de um espaço-tempo-local, com pressupostos encontrados na pesquisa ação²⁴.

Resultados e Discussões:

Tal qual na natureza, no mundo dos negócios também existe um processo de evolução e seleção natural, no qual os mais adaptados sobrevivem e prosperam e acabam por expulsar outros competidores do mercado, já que duas espécies que conseguem seu sustento da mesma maneira não conseguem coexistir. Assim, à medida que o ambiente evolui, e que a concorrência se torna mais acirrada, as organizações precisam diferenciar-se das demais para sobreviver e crescer, constituindo um importante fator de diferenciação dos competidores empresariais o preço de venda

Preço de venda, que por sua vez tem que ser analisado mediante a conjugação de duas vertentes, não podendo ele ser tão baixo de modo a não ser suficiente para remunerar o governo, a organização e os sócios e nem tão alto a ponto de gerar insatisfação no público alvo, facilitando sua migração para a concorrência, o que implicará na perda de mercado consumidor e redução de receitas.

Destaca-se na remuneração da própria organização, devem ser incluídos além de recursos para fazer frente às despesas operacionais e administrativas, também os investimentos necessários a sua adaptação ao ambiente em constante evolução.

Isto porque, conforme esclarece Marcio Antônio Rodrigues Sanches⁵:

“[...] as fontes de competitividade de uma empresa são, no curto prazo, os atributos de preço/desempenho de seus produtos, porém no longo prazo são a capacidade de construir, a um custo menor e de forma mais rápida que a concorrência, as competências centrais que geram produtos inovadores. Portanto, as fontes de vantagem competitiva estariam não em produtos ou mercados específicos, mas em seus recursos internos, que possibilitam à organização a capacidade de consolidar tecnologias e habilidades de produção em competências que garantirão que cada negócio consiga adaptar-se rapidamente às oportunidades do ambiente”.

O risco de estar pagando valor maior que o devido a título de tributos em relação aos concorrentes tira do empresário poder de competitividade no mercado, em razão de reflexos diretos na formação de preços e/ou nas sobras e investimentos.

Por outro lado, práticas evasivas que implicam no pagamento de valores menores que os devidos, geram riscos de contingências fiscais, onde além do empresário ter que pagar o tributo apurado como devido, ainda se sujeita à pesadas multas pelo não pagamento, juros de mora e encargos legais, que da mesma forma irão refletir na formação

² “A pesquisa-ação é um tipo de pesquisa social com base empírica em que é concebida e realizada em estreita associação com uma ação ou com a resolução de um problema coletivo e no qual os pesquisadores e os participantes representativos da situação ou do problema estão envolvidos de modo cooperativo ou participativo.” (THIOLLENT, Michel. Metodologia da Pesquisa Ação. ^a. ed. São Paulo: Cortez, 1986, p 14).

de preços e/ou nas sobras e investimentos, vez que será necessário buscar recursos para fazer frente às citadas contingências.

Outro fator a ser observado é que a falta de eficiência fiscal refletida na formação de preços ao consumidor penaliza o cliente da empresa, que terá que pagar mais caro pelo mesmo produto ou serviço, ou terá a ele oferecido um produto ou serviço de qualidade/quantidade inferior pelo mesmo preço, dada a falta de recursos para investimento em tecnologia, por exemplo, fazendo com que ele migre para a concorrência.

A ferramenta do art. 146-A da CF é a normatização de uma possibilidade de aplicação da neutralidade tributária no sentido da justiça fiscal e da livre concorrência. A melhor forma de aplicação, porém, deverá ser observada caso a caso, com as peculiaridades da situação e com base em estudos que envolvam os subsistemas do direito e da economia, sempre objetivando a construção de um sistema tributário ótimo, que realize as funções de financiamento das políticas públicas e promoção dos direitos fundamentais.

A vantagem competitiva vem justamente estabelecida pela presença de eficiência fiscal, onde o administrador que identificar escolher a melhor entre as alternativas igualmente válidas, de situações fáticas ou jurídicas que visem reduzir ou eliminar ônus tributários, sempre que isso for possível nos limites da ordem jurídica – planejamento tributário - se destacará em relação àquele que não o fizer, embora a legislação vigente deva ser a mesma para ambos em atendimento ao princípio da neutralidade fiscal.

O poder de tributar mantém relação estreita com a constitucionalização dos direitos fundamentais e os valores subjacentes do art. 3º. da Constituição Federal, que estabelece como objetivos fundamentais da República Federativa do Brasil; a construção de uma sociedade livre, justa e solidária; a garantia do desenvolvimento nacional; erradicação da pobreza e da marginalização e redução as desigualdades sociais e regionais; a promoção do bem de todos, sem preconceitos de origem, raça, sexo, cor, idade e quaisquer outras formas de discriminação.

Ao lado do poder de tributar, o Estado possui o poder de desonerar, ou seja, de reduzir o ônus da carga tributária por meio da concessão de incentivos fiscais.

Por meio da tributação e da desoneração, possibilita-se ao Estado intervir sobre o domínio econômico de forma indireta, induzindo à adoção de determinados comportamentos, a denominada EXTRAFISCALIDADE.

Assim, perfeitamente possível a utilização das exações e desonerações tributárias como ferramentas de incentivo ou coibição de condutas de seus destinatários normativos para realização dos objetivos constitucionais fundamentais com impacto no meio social.

A necessidade de financiar o Estado, para que os objetivos fundamentais da Republica previstos no art. 3º. da Constituição Federal sejam alcançados encontra limites específicos no art. 170 seguinte, o qual congrega limitações ao poder de tributar, como o respeito à soberania nacional, propriedade privada e sua função social, a livre concorrência, a defesa do consumidor e do meio ambiente.

A concessão de incentivos fiscais só se legitima a partir dos benefícios que gera para o sistema social na busca do desenvolvimento econômico, redução das desigualdades regionais, promoção do pleno emprego, incentivo as importações e na captação de recursos para fomento da atividade econômica.

Ter o Estado como parte integrante da coletividade dos contribuintes vem justamente da necessidade de se legitimar a arrecadação pela sua função social na elaboração de políticas pública, meios dos quais o Estado se vale para atingir o desenvolvimento da forma mais plena possível de acordo com os seus objetivos.

A questão colocada diz respeito ao que se almeja do Estado, que ele seja liberal e se mantenha neutro em relação à economia e deixe que seus mercados se regulem por si, ou ao contrário, exerça o papel de provedor e realize as necessidades sociais de seus membros, o que demanda uma necessidade maior de recursos para serem aplicados na realização dessas políticas sociais. A evolução histórica vem demonstrando que estas figuras não são suficientes e devem ser rediscutidas, para que se alcance uma conjugação de extremos e chegue-se a um meio termo, identificado pela figura do Estado democrático fiscal, com o papel intervencionista limitada ao respeito dos direitos fundamentais, onde a apropriação da propriedade particular e/ou dos meios de produção, bem como a intervenção na livre iniciativa e na livre concorrência encontra barreiras nos limites necessários à realização dos direitos fundamentais, tem-se a idéia proposta por José Casalta Nabais, no sentido de que o Estado deve ser sustentável, no sentido de que a arrecadação deve ser limitada àquilo que o Estado necessita para se manter.

Vê-se que a função solidária da empresa se realiza justamente quando há essa redistribuição dos recursos, quando há a atuação positiva do Estado na prática de políticas públicas que atendam essa finalidade.

Conclusão

A implementação da função solidária da empresa se mostra com uma alternativa viável para a criação de novas práticas acíclicas que possam sofrer uma menor afetação pela lógica do confronto, do individualismo, do egoísmo presente na economia planificada caracterizada pela forte presença de técnicas de eliminação da concorrência, na qual por vez as figuras da tributação e desoneração são utilizadas de maneira desprovida de eticidade, moralidade e legalidade criando distorções econômicas e/ou mitigando o princípio da neutralidade tributária.

Isto porque, não se pode perder de vista que o objetivo primordial da atuação estatal é pela preservação das pessoas e seus direitos fundamentais a uma existência plena que possibilite a todos liberdade suficiente para buscar por sua felicidade, ou ao menos, estarem isentos para discernir o que realmente tem significado para vida.

A Função Solidária da Empresa se mostra como alternativa para preenchimento da lacuna ética necessária as relações sociais e a legitimação moral ao exercício da atividade empresária, para a qual a função social não se basta por si, para legitimação da implementação dos incentivos fiscais.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CAMPELLO, Livia Gaigher Bósio; SANTIAGO, Mariana Ribeiro. Função solidária: a terceira dimensão dos contratos. Disponível em: <<http://www.publicadireito.com.br/artigos/?cod=7283518d47a05a09>>. Acesso em: 28 mar. 2016.

MAZZUCATO, Mariana. O Estado Empreendedor: Desmascarando o Mito do Setor Público vs. Setor Privado. Trad. SERAPICUS, Elvira. São Paulo: Portfolio-Penguin, 2014.

NABAIS, José Casalta. Nota sobre o dever fundamental de pagar tributos. Direito Tributário: questões atuais/coordenação: Luiz Cláudio Silva Allemand – Brasília: OAB, Conselho Federal, Comissão Especial de Direito Tributário, 2012

PAYÃO, Jordana Viana; SANTIAGO, Mariana Ribeiro. A Função Social e Solidária da Empresa no Âmbito das Relações do Trabalho. Revista de Direito da Cidade. V.8, n. 3, Rio de Janeiro: UERJ, 2016.

SANCHES, Marcio Antonio Rodrigues. Cooperação e Competição na Indústria de Alimentos de Amendoim de Marília – SP. Tese de Doutorado em Administração de Empresas. Escola de Administração de Empresas de São Paulo, FGV/EAESP, São Paulo, Brasil, 2003

THIOLLENT, Michel. Metodologia da Pesquisa Ação. ^a. ed. São Paulo: Cortez, 1986