

Notas sobre a teoria da firma e do empreendedorismo**Notes on the theory of signature and entrepreneurship**

Recebimento dos originais: 12/02/2019

Aceitação para publicação: 26/03/2019

Guilherme Balieiro

Mestre em Administração pela FCAV-UNESP de Jaboticabal/SP

Instituição: Programa de Pós-Graduação em Agronegócios (Mestrado Profissional) da FCAV-UNESP

Endereço: Rua Santa Rita, 13 - Centro, Taiúva – SP, Brasil

E-mail: gui_balieiro@yahoo.com

Elton Eustáquio Casagrande

Doutor em Economia pela FGV/SP

Instituição: Departamento de Economia – FCLAr/UNESP. Programa de Pós-Graduação em Agronegócios (Mestrado Profissional) da FCAV-UNESP

Endereço: Rodovia Araraquara-Jaú, Km1, 174, Araraquara – SP, Brasil

E-mail: elton.eustaquio@unesp.br

RESUMO

A teoria microeconômica é a abordagem destinada a tratar da organização das firmas e estabelecer princípios para sua atuação. O objeto básico da teoria da firma é a maximização dos lucros, com pouca evidência do papel do empreendedor. O objetivo deste artigo é tratar do empreendedor no desenvolvimento de uma firma, a partir de um projeto de empreendimento inicial e estabelecer conexões teóricas que permitam as melhores escolhas para a trajetória de um novo projeto. A atuação do empreendedor molda as possibilidades da estrutura da firma e de suas estratégias. Desta forma o indivíduo baseia-se na superação de estruturas de concorrência e cria novas condições para atuar no mercado.

Palavras chave: microeconomia; negócios; empreendedor; organização; ação.

ABSTRACT

Microeconomic theory is the approach to address the organization of firms and establish principles for their performance. The basic object of firm theory is profit maximization, with little evidence of the entrepreneur's role. development of a firm, starting from an initial venture project and establishing theoretical connections that allow the best choices for the trajectory of a new project. The entrepreneur's actions shape the possibilities of the firm's structure and its strategies. In this way the individual is based on the overcoming of structures of competition and creates new conditions to act in the market.

Keywords: microeconomics; Business; entrepreneur; organization; action.

1 INTRODUÇÃO

A teoria microeconômica é a abordagem destinada a tratar da organização das firmas e estabelecer princípios para sua atuação. Ao eleger as estruturas de concorrência como seu núcleo básico a teoria avalia a quantidade de participantes do lado da oferta e a capacidade de estabelecer o preço frente à demanda.

O objeto básico da teoria da firma é a maximização dos lucros, com pouca evidência do papel do empreendedor. O desenvolvimento de unidades produtivas depende em parte dessa teoria a qual permitiu outras contribuições, em particular, aquelas destinadas a refletir nas estratégias competitivas.

O objetivo deste artigo é tratar do empreendedor no desenvolvimento de uma firma a partir da literatura seminal que permite estabelecer conexões teóricas entre as dimensões de ambos. A metodologia é iniciar a reflexão com a firma e caminhar em direção ao papel do indivíduo de acordo com MINNITI (2007, p.59).

As conexões tratadas referem-se, portanto, a uma teia de relacionamentos que se manifestam do lado da oferta e da demanda, através de atributos individuais que justificam o êxito na constituição de uma firma. A hipótese que organiza o trabalho é que o empreendedor age em busca de superar as características das estruturas de concorrência que sua atividade irá se inserir.

2 TEORIA DA FIRMA

Até meados do século XIX, a produção era feita por agricultores, artesãos e indivíduos que fabricavam roupas e tecidos e, comerciantes que compravam e vendiam diversificados objetos e alimentos (PINDYCK e RUBINFELD, 2013, p. 192). O conceito de empresa, como temos hoje, é algo relativamente recente. O princípio dos estudos nesta área surgiu perante o seguinte questionamento (COASE, 1937) para que as empresas existem? A partir desse questionamento pesquisadores da área buscaram conhecer, através de uma teoria, um aparato conceitual mínimo que permitisse analisar o comportamento da organização perante o mercado (ARCHIBALD, 2008).

Em suma, organizações existem para que bens e serviços sejam produzidos de uma forma mais eficiente do que sem elas. A firma pode ser definida como uma organização que compra ou aluga insumos, como mão-de-obra e capital, e os transforma em bens e/ou serviços através de tecnologias, buscando a maximização dos lucros (PINDYCK e RUBINFELD, 2013, p. 192). Estas organizam-se através da divisão do trabalho, e possuem

uma gerência executiva responsável por tomar decisões que afetem seu desenvolvimento (SILVA et al., 2009).

Na perspectiva da economia clássica, em particular na obra *A Riqueza das Nações* de Adam Smith, a firma é tratada como um conjunto de recursos concentrados em um processo produtivo, tendo uma natureza despersonalizada, ou seja, não levando em consideração os aspectos psicológicos de seus participantes. Paiva, Barbosa, Gonçalves e Silva 2009 argumentam que o papel do empreendedor não foi considerado como relevante em seu trabalho, não havendo assim distinção entre quem provê o capital e quem realiza a administração da atividade ou negócio.

Ao compreender a essência e natureza das organizações, houve o desenvolvimento na literatura da teoria da firma, bem retratado na forma de um resumé por Archibald (2008). Neste contexto, a economia neoclássica concentrou seus estudos nas possibilidades tecnológicas da firma, com objetivo de maximizar lucros e minimizar custos, e quando associada a teoria da demanda verificou-se a eficiência de produção para um determinado vetor de preços.

Segundo SILVA et al. (2009), a teoria neoclássica trata a firma como “algo mais ou menos abstrato”. Um local em que reúne e organiza fatores de produção, combinando-os de diversas maneiras através de tecnologia para a produção de bens e serviços. Agindo como ator passivo, tomando tecnologias, fatores de produção e preços como dados. Aspectos como estrutura organizacional, relacionamento com clientes e fornecedores são ignorados. O sistema de preços funcionaria de maneira em que firma e consumidor conhecessem todas as variáveis relevantes para processar suas escolhas.

A teoria da firma, em síntese, explica o fato de como as empresas tomam decisões baseadas na maximização dos lucros, através de minimização de custos e como estes custos variam com a produção (PINDYCK e RUBINFELD, 2013, p. 192). De acordo com PAIVA et al. (2009) os agentes são os tomadores de preços, estando estes subordinados não só as características de produção, como também às ações de preferência destes agentes. Em síntese a firma é capaz de transformar insumos em produtos.

O alicerce da teoria da firma está inserido em três áreas: tecnologia de produção; restrições de custos; escolha de insumos. Relatou-se que as empresas têm como objetivo principal produzir bens/serviços através da transformação de insumos, como mão-de-obra, matéria-prima e capital. Assim, a tecnologia de produção implica em combinar estes insumos de diferentes maneiras para que se obtenha determinada quantidade de produto. A

firma deve basear-se na redução de custos envolvidos na produção, cabendo ao administrador decidir qual a melhor combinação possível destes insumos.

Partindo do princípio de que as empresas devem alcançar máxima eficiência produtiva, foram desenvolvidos instrumentos que auxiliam a gerência destas organizações. Tais ferramentas se sustentam na melhor alternativa possível de utilização de recursos empresariais no processo produtivo, evitando desperdícios e maximizando lucros. Isto se torna tecnicamente viável e afeta diretamente seus resultados de desenvolvimento. Para tanto, a relação entre os insumos utilizados no processo produtivo e o produto resultante é chamado de *função de produção*. A *função de produção* indica a quantidade máxima de volume produzido, q , para cada combinação entre os insumos, L (mão-de-obra) e K (capital) (PINDYCK e RUBINFELD, 2013, p. 194).

$$q = F(L, K) \quad (1)$$

Com isso, as empresas devem ajustar os níveis de insumos, entre trabalho e capital, para determinada produção. Porém esta é uma tarefa que exige tempo e complexidade. Para tomar conhecimento sobre o tempo de substituição de um pelo outro, e se estes podem ou não serem substituídos, analisaremos a produção entre curto e longo prazo. Sendo que o curto prazo se refere ao período em que um fator não pode ser modificado; este fator é denominado de insumo fixo. Já o longo prazo é o período em que todos os insumos são variáveis.

É importante tomar conhecimento sobre as principais escolhas de produção que uma organização deve fazer. Uma das decisões refere-se à quantidade de insumos que ela deve adquirir, levando em conta os custos e os benefícios que isso pode trazer. Deste modo, a empresa avalia o processo do ponto de vista incremental (produto marginal) e do ponto de vista médio (produto médio) (PINDYCK e RUBINFELD, 2013, p. 197). Assim temos:

$$\text{Produto médio } L = \text{Produto total } q / \text{Insumo } L = q/L \quad (2)$$

$$\text{Produto marginal } L = \text{Variação do produto total } q / \text{variação do insumo } L = \Delta q / \Delta L \quad (3)$$

O produto médio de determinado insumo (Ex.: trabalho) é a quantidade de produto total dividido pela quantidade total deste insumo. Já o produto marginal de determinado insumo é a variação de quantidade de produto total dividido pela variação de quantidade de insumo.

Graficamente as curvas do produto médio e as do produto marginal são diretamente relacionadas. O produto médio é crescente quando a curva do produto marginal está acima da curva do produto médio. Já quando o produto marginal é menor que o produto médio, o produto médio é decrescente.

Uma outra ferramenta importante para a empresa é a *lei dos rendimentos marginais decrescentes*. Esta demonstra que à medida que há aumento na quantidade de certo insumo de incrementos iguais, a firma atinge um ponto em que a produção adicional resultante decresce. Normalmente esta aplicação é realizada em períodos de curto prazo, onde um dos insumos de mantém fixo e outro variável. Porém esta também é aplicada no longo prazo, quando é mantido um insumo invariável. Por exemplo para uma tomada de decisão do administrador na escolha entre duas fábricas, que observa onde a lei dos rendimentos marginais atua.

Como premissas à *lei dos rendimentos marginais decrescentes*, a gerencia da organização considera que a qualidade do insumo é padronizada para todas as variações, sendo que o declínio do produto marginal se dá em função das limitações de uso destes recursos (Ex. máquinas); e a tecnologia utilizada na produção é específica, assim, nada impede que com o aprimoramento tecnológico de uma firma haja aumento de produto final com a mesma quantidade de insumos.

A longo prazo os insumos são todos variáveis e a empresa combina-os de variadas maneiras para alcançar uma quantidade máxima de produção. Para representar tais combinações graficamente, são usadas isoquantas. Isoquanta é uma curva que demonstra todas as possíveis combinações entre os insumos para uma mesma quantidade produzida de bens ou serviços. Um conjunto de isoquantas em um mesmo gráfico é chamado de mapa de isoquantas, este descreve a função de produção da empresa.

Como a empresa pode obter sua produção através de diversas combinações de insumos, é importante o administrador entender a flexibilidade existente nessas variações. Isto auxilia, por exemplo, na contratação de maior quantidade de capital quando o trabalho é escasso.

Para uma indústria escolher a quantidade correta de insumos, é preciso que ela teste todas as suas possíveis combinações. Para isso ela deve trabalhar com a fixação de determinados insumos para que se conheça bem os possíveis resultados destas variações.

A *taxa marginal de substituição técnica* (TMST) é a quantidade que a firma pode reduzir de determinado insumo quando se utiliza uma quantidade extra de outro insumo, ou seja, a

capacidade de trocar de um insumo por outro sem alterar a quantidade produzida (PINDYCK e RUBINFELD, 2013, p. 208 - 209).

$$TMST = - \text{Variação do insumo } K / \text{Variação do insumo } L = - \frac{\Delta K}{\Delta L} (4)$$

Produto adicional resultante de maior utilização de trabalho = $(PM_{g_L}) (\Delta L)$ (5)

Redução da produção resultante do decréscimo de capital = $(PM_{g_K}) (\Delta K)$ (6)

$$(PM_{g_L}) (\Delta L) + (PM_{g_K}) (\Delta K) = 0$$

$$(PM_{g_L}) / (PM_{g_K}) = - (\Delta K / \Delta L) = TMST (7)$$

Ainda existem os *rendimentos de escala* que referem-se a proporção de aumento na produção à medida que a organização aumenta a quantidade de insumos. Neste caso há os *rendimentos crescentes de escala, constantes e os decrescentes*: o primeiro ocorre quando a produção cresce mais que o dobro quando se dobra a quantidade de insumos; o segundo ocorre quando a produção dobra quando os insumos são duplicados; já o terceiro ocorre quando a produção aumenta menos que o dobro quando se dobra a quantidade de insumos totais.

Desta maneira, com base nos conceitos demonstrados e, embora notou-se que há uma definição clara e bem aceita sobre a “firma”, (e que isto incorra em diversificadas abordagens na literatura econômica), a teoria da firma preocupa-se em explicar aspectos da produção. No entanto outros aspectos de comportamento foram introduzidos na teoria, destacando os processos de tomada de decisão e incorporando outros objetivos, além da maximização de lucros, nos procedimentos de análise (SILVA et al., 2009).

Paiva et al. (2009), constatou uma forte associação do termo competitividade à aptidão de uma firma ao de um projeto, produção e vendas de um produto em relação a seus concorrentes. A firma é fortemente associável a seus gestores, não necessariamente a seus proprietários, que se incumbem da fixação de estratégias e da tomada de decisões que irão influenciar no volume de vendas, participação de mercado e lucro.

Para desenvolver o contexto da tomada da decisão revisamos a contribuição da abordagem do empreendedorismo para entender como o indivíduo pode recombina fatores de produção diante dos desafios que encontra no mercado.

3 A ABORDAGEM DO EMPREENDEDORISMO

A noção empreendedora em Ciências Econômicas tem papel proeminente, mas pouco explorado. Na obra de Karl Marx empreendedores foram concebido como agentes importantíssimos de mudanças econômicas e tecnológicas. Para Joseph Schumpeter, como difundido na literatura o comportamento corporativo relevante não era a maximização de lucros, mas como lidar permanentemente com novas situações. Nas abordagens sobre negócios o importante não é como o capitalismo administra as estruturas existentes, mas como ele a cria e destrói.

Para Frank Knight (1907) o empreendedor não é exatamente insensível ao risco, como Schumpeter supunha. Knight entende o empreendedor como alguém que assume riscos incomuns e manuseia suas decisões sob incerteza. O empreender requer uma ação de manuseio da incerteza. Em Keynes (1936), a eleição do espírito animal para caracterizar o comportamento empresarial sob incerteza, minimizou a necessidade de explicar sua natureza. Dotado de racionalidade o indivíduo faz escolhas sob incerteza e, dessa forma, busca elementos para descobrir se tem a convicção (confiança em suas próprias expectativas), de maneira a tomar decisões cruciais. Para o autor, o dinamismo de uma economia depende do grau de confiança dos empresários nas situações futuras da economia. Trata-se assim de uma teoria da escolha sob incerteza.

Cole é um economista conhecido por usar a expressão “golpe ousado” de forma a caracterizar o que é um empreendedor. Buscou inclusive definições como: 1) inventor calculista; 2) inovador inspirativo; 3) promotor superotimista; 4) construtor de empreendimento forte.

Com as grandes corporações se desenvolvendo ao final do século XIX e início do século XX, a Teoria Econômica criou a teoria do oligopólio, que passou a dominar as referências para tratar de temas empresariais. Contudo, a Teoria Econômica lida com a Firma e, na verdade, desenvolveu uma teoria de estruturas de concorrência na qual os indivíduos, enquanto gestores ou empreendedores, não são relevantes como elementos de análise.

Uma exceção importante é o economista Alfred Eichner, que dá destaque à separação entre propriedade e controle e destaca a relevância da alta gerência para enfatizar que o poder de decisão está com os comitês executivos. Segundo Eichner o importante não é se as ações de indivíduos ou de comitês das empresas são inconsistentes com os interesses dos acionistas, mas se as decisões são inconsistentes com os interesses da corporação. Porém, os economistas não deram continuidade a esta forma de tratamento da empresa e do mercado.

Logo, os economistas, em particular os economistas da heterodoxia, consideram pejorativamente o termo *Business* e o *empreendedorismo*, encaminhando a formação de economistas para se distanciar do funcionamento interno empresarial. No conjunto, a heterodoxia em economia estabelece sua ação na forma de idealização de políticas, que desenhadas a partir de instrumentos e procedimentos não assimilam o papel de atores políticos empresariais para conceber um plano de ação e muito menos de planejamento.

Coube à abordagem da Administração e das Escolas de Negócios desenvolver a escola Empreendedora. Com a separação da propriedade do controle, dado o crescimento do tamanho e dos mercados das firmas, que na Administração são mais geralmente tratadas como Corporações, autores como Peter Drucker, Alfred Chandler e Michael Porter contribuíram para assimilar a figura do empreendedor dentro das organizações.

Drucker (1985) explicita que o *empreendedorismo* é uma prática e uma disciplina. E o estudo do tema não significa estudar a psicologia e os traços do caráter do empreendedor, mas de seus atos e comportamentos. Para desenvolvê-los, autores como Drucker e Porter enfatizam as organizações e a formação do ambiente para que as características relevantes aflorem.

As contribuições das *Business School* levaram também a temas centrais para os negócios, como o da governança. Trata-se de uma abordagem para mostrar como as decisões nas corporações são feitas de acordo com a dinâmica de mercado. O desenvolvimento de controles, elementos de gestão, indicadores econômicos e financeiros e, de maneira geral, relatórios da contabilidade gerencial ganharam ênfase em nome da governança e transparência das decisões empresariais.

Criar controles para que proprietários, agora distantes da gestão, pudessem controlar o comportamento dos diretores fez emergir uma variedade de instrumentos gerenciais.

Coube às Ciências Contábeis e suas áreas, como Controladoria e Gestão Gerencial, criar instrumentos que, aliados às contribuições de P. Drucker (1985) e M. Porter (1980) tornaram o empreendedorismo um campo de estudo.

Se nos anos 70 o surgimento da Escola de Planejamento Estratégico ajudou a moldar a estrutura de decisão de empreendedores, nos 80 a contribuição de Porter (1980) ajudou a mostrar que a competição exige planejamento estratégico e elementos gerenciais e de governança. O autor se inspirou nas contribuições do que ficou conhecido como a abordagem da disciplina Organização Industrial, termo que ficou antiquado frente ao que se chama hoje Economia da Inovação.

Se a figura do empreendedor parece esquecida nos últimos parágrafos é porque há algo subjacente nessas contribuições, sintetizadas aqui como abordagens das Escolas de Negócio. Para essas, o indivíduo e seu caráter empreendedor é que explica a natureza da própria Administração. Peter Drucker é o autor responsável por essa contribuição, elevando a Empresa à situação de Empreendedora, dada a personalidade de seus dirigentes.

Com o tempo, a denominação do *Intrapreneurship* se destacou e as Universidades que fomentaram a reunião de cursos em torno da Economia – Administração – Contabilidade (FEA) no Brasil, e *Business School* no exterior, passaram a trabalhar com mais êxito na formação de profissionais direcionados ao mercado para liderar empresas e organizar *Startup*.

Ignorar esse contexto, o da emergência das contribuições sobre empreendedorismo, empresas e teorias gerenciais, é patrocinar esforços de baixa eficiência e eficácia, que com o tempo desgastam as políticas, seus proponentes e os atores envolvidos no campo da pesquisa aplicada.

3.1 A NATUREZA DO EMPREENDEDOR

A natureza empreendedora é complexa e invisível. Essa natureza, quando mais proeminente em um indivíduo, favorece a articulação do conhecimento, de capitais intangíveis e tangíveis para explorar oportunidades de negócio.

A questão teórica de relevância é a relação do tema com a capacidade do indivíduo de reconhecer as oportunidades de lucro acima da média da população. As oportunidades, quando identificadas pelo caráter único do empreendedor, criam possibilidades de negócio e favorecem o estabelecimento de uma empresa.

Além de identificar oportunidades, o empreendedor é hábil em estabelecer conexões favoráveis para transformar as oportunidades em lucros. As conexões são de diferentes dimensões estando dentro e fora da firma. São laços e estratégias criados pelo empreendedor para dar uma forma entre o trabalho de uma ou mais pessoas na organização com clientes, fornecedores e com o mercado de maneira geral.

As conexões não existem previamente e dependem da dedicação do indivíduo à atividade de promover interações produtivas, mas que são da mesma natureza dos laços sociais, marcados por múltiplos interesses. Procurar racionalizar esses aspectos é um equívoco e contraproducente. No entanto, há necessidade de justificar o comportamento em geral em função dos lucros.

Ao se dedicar às atividades produtivas o indivíduo empreendedor, que se torna empresário na linguagem das Ciências Econômicas e da Administração/Escolas de Negócio, cria comportamentos compatíveis com seu meio e desafios. Um empreendedor também faz seu ambiente empresarial.

Derivado de ambientes econômicos diferentes, o empreendedor se adequa de um lado ao que encontra e busca uma adaptação ao ambiente de que precisa. Empreendedores diferem do público em geral, segundo a literatura, porque não constroem ou criam cenários com receios de perdas ou de insucesso que a grande maioria da população manifesta. Logo, são mais favoráveis a empreender em situações e ambientes com ameaças.

Se utilizarmos a visão da matriz de ameaças e oportunidades, podemos afirmar que as ameaças são vistas como desafios e o comportamento do empreendedor para enfrentá-las é de outra natureza quando comparado com a média da sociedade.

A decisão de correr riscos e se inserir em atividades lucrativas torna o empreendedor um empresário. O termo empresário significa aqui a responsabilidade jurídica em todos os seus aspectos, com a existência de uma firma em todas as suas dimensões de risco (produtivo, trabalhista, financeiro, contábil, de segurança do trabalho e criminal).

O empresário é o indivíduo que empreende e oferta emprego a partir de uma possibilidade, de uma invenção ou inovação que lhe permite estabelecer transações e propiciar renda e emprego.

As transações e suas tipologias são estabelecidas a partir das conexões que o empreendedor identifica como necessárias de maneira a realizar negócios com o foco nos lucros.

Um aspecto importante do aprendizado e da ação do empreendedor, dadas suas expectativas frente ao mundo incerto, é sua capacidade de coordenar as decisões dentro e fora da firma, procurando atingir uma situação a qual somente ele reconhece como valiosa.

3.2 O EMPREENDEDOR E A FIRMA

A seção iniciou-se com uma pergunta: Quem inventa a firma? E principalmente, como? Partindo do esboço do empreendedor, na seção 3, o início é sempre a partir de uma ideia conectada a uma oportunidade de lucros a ser realizada com a combinação de ativos e passivos (KIRZNER, 1973). Foram apresentadas abordagens e instrumentos que organizam a relação entre empreendedor – firma/organização – mercado. Neste momento, o trabalho é redirecionado propositalmente para o objetivo do artigo: empreendedor e firma.

A partir da ideia e da existência do negócio com aspectos formais definidos e demanda por empregos, a firma passa existir legalmente. Teece (2010) recupera as abordagens do *mainstream* para a firma. Nas palavras do autor *rentseeking, propertyrights, incentive system eadaptation* são resenhas recentes de alguns autores (p.710). Porém, a firma inovativa terá outras abordagens que a sustentam e que venham explorar as competências, capacidades, ativos, conhecimentos e coordenação (p. 713 – 718).

A acumulação de atributos (competências, capacidades etc.) e, explorando as complementariedades entre esses atributos, tornam a firma eficiente e eficaz. Contudo, é improvável que a exploração dessas complementariedades se sustente plenamente no tempo. As inconstâncias levam a lucros extraordinários, assim como as perdas.

Os efeitos complementares dos atributos e as flutuações de mercado que criam novas oportunidades, desde que percebidas e exploradas, não combinam com o pressuposto da firma entendida exclusivamente por uma função produção. Basta incluir a acumulação de conhecimento para visualizar a dificuldade de explicar como as firmas se adaptam. A firma inovativa é uma combinação de atributos (TEECE 2010, p. 723).

A firma inovativa não se apoia na noção do capital homogêneo e não discute, portanto, atributos diferenciados do capital e o papel do indivíduo como empreendedor por reconhecer apenas a otimização como mecanismo fundamental de produção.

Ao explorar os atributos do capital heterogêneo e o papel do empreendedor como o responsável pela elaboração de conexões com a finalidade de aproveitar oportunidades, Klein (2008) demonstra a relevância da criação como ponto de partida para a existência dessas oportunidades. O autor faz uma abordagem histórica sobre autores e vertentes do empreendedorismo, com particular destaque para os estudos austríacos. O autor desenvolve o argumento de que as oportunidades são aproveitadas a partir da noção de arbitragem (diferenças de preços) identificadas pelo empreendedor.

Cabe ao empreendedor investigar processos, procedimentos, problemas de mercado, possibilidades de explorar direitos de propriedade para completar o ciclo de um empreendimento que se inicia com uma ideia, ganha características de um projeto, se formaliza a partir de estudos de viabilidade ou plano de negócio e se fortalece com iniciativas pertinentes (NDONZUAU, 2002).

As oportunidades só existem na mente do empreendedor que ao colocar em prática sua capacidade de estar alerta e de criar produtos, serviços ou meios para explorar uma criação e transforma-la em oportunidade, desenvolve um novo mercado e renda(KLEIN, 2008).

As oportunidades podem ser mensuradas através do processo de arbitragem ou de forma mais complexa pelas opções reais. Existe, contudo, uma questão anterior à oportunidade. Como o empreendedor lida com a avaliação econômica de uma oportunidade, não exatamente através da metodologia de cálculo, mas da perspectiva teórica que lhe faz acreditar que há uma oportunidade?

A teoria da firma neoclássica utiliza um certo automatismo para explorar as oportunidades. Na verdade, a demanda é dada e a oferta procura meios eficientes e eficazes para operar o conjunto de capitais, trabalho e tecnologia.

Partir, portanto, da existência de oportunidade pode significar um automatismo análogo ao da teoria da firma. A oportunidade resultante de falhas de mercado ou de iniciativas requerem, em ambos os casos, uma ação com características empreendedoras.

No papel do empreendedor as conexões entre situações feitas através da coordenação são relevantes para demonstrar a ação empresarial. Empreendedorismo requer ação e a firma é um instrumento da ação do indivíduo e de um coletivo que venha se formar para gerencia-la e desenvolve-la.

Para que exista a ação, o empreendedor deve agir em certa direção e isso depende do que venha a ser sua convicção ou crença. Na Teoria Geral do Emprego, do Juro e da Moeda de J.M. Keynes (1936) a decisão de investimento se baseia em “Estados de Confiança”. As expectativas nos Estados de Confiança dos empresários definirão se haverá ou não investimento produtivo. As expectativas se dividem em curto e longo prazo. O que importa é se as expectativas otimistas de longo prazo são predominantes sobre a de curto prazo.

Keynes (1936) elevou o empresário e suas expectativas como os principais ingredientes da condição macroeconômica de curto prazo. A flutuação dos dispêndios de investimento causa impacto na variação do emprego, da atividade econômica e, portanto, do produto.

A ação empreendedora atrelada às expectativas do Estado de Confiança requer o suporte da relação oportunidade – crença que se explorada economicamente terá como instrumento a firma, compreendida como de capital heterogêneo e *locus* de acúmulo de conhecimento e de coordenação de atributos.

A questão da crença, antes mesmo da oportunidade, é um aspecto central das abordagens de empreendedorismo. Esse ingrediente está apoiado no entendimento de que empreendedores diferem do público em geral não somente pelo foco que elegem para desenvolver suas atividades, mas também pela maior propensão em correr riscos (EARL, 2007, p. 116).

Baumol (2007), por sua vez, afirma que a incongruência entre empreendedor e firma existe porque o resultado ou produto gerado pelo empreendedor é heterogêneo e não pode ser formalizado. E, adicionalmente, o autor se apoia na literatura para afirmar que o empreendedor nada tem a fazer com os procedimentos da otimização e, da mesma maneira, esses procedimentos em nada colaboram para a tomada de decisão do empreendedor (p.58).

O empreendedor que existe dentro de uma atividade produtiva é um agente externo da perspectiva da teoria da firma. As oportunidades que tornam a contribuição do indivíduo heterogêneas e dificilmente formalizadas são movidas pela crença e a trajetória que tornam possível uma ação empresarial. Essa trajetória não pode ser calculada *ex-ant*.

Shpherd, McMullen e Jennings(2007) discutem as trajetórias da cognição do empreendedor. O ponto de partida é o estado de ignorância frente a um projeto que se refere a ausência de informações ou de consciência de que uma oportunidade existe na relação empreendedor – mercado. As lacunas de informação existem devido à distância (espacial ou temporal) entre as condições na qual o empreendedor opera e as condições na qual a oportunidade existe. A lacuna de consciência resulta do método pelo qual a informação é reconhecida, tratada e processada. Mesmo depois desse trajeto pode ainda existir a dúvida, por parte do empreendedor.

A dúvida pode se originar de um processo de avaliação de risco. Neste caso há conhecimento da distribuição de probabilidade dos eventos resultantes da ação empresarial, mas não se sabe qual evento irá predominar. A dúvida pela incerteza é a situação de ausência de informação e da capacidade de atrelar funções de probabilidade aos eventos em decorrência das decisões tomadas. E sabe também que os demais empreendedores não possuem essas informações que permitiriam o cálculo sobre o resultado de uma ação empresarial.

Finalmente, a situação da dúvida pela ambiguidade. Neste caso o que predomina é uma assimetria de informação. A informação essencial que elimina a incerteza pode ser conhecida por outros competidores (p.77).

Logo, uma ação sempre estará cercada por uma dúvida e dependerá da capacidade do empreendedor em aceitar riscos associados. Outras dimensões aqui resenhadas podem também ser acolhidas, favorecendo uma visão mais geral sobre o comportamento do empreendedor.

O modelo proposto pelos autores, de formação da crença e de ação empresarial (p. 77 – 80), demonstra como agem os empreendedores e a partir da crença – oportunidade e como se tornam aptos a estabelecer contratos e formalizar uma atividade ou firma.

Dimensionada a sua situação de crença, o empreendedor poderá trabalhar nas conexões materiais ou através de acordos ou contratos que venham assegurar uma trajetória com mais elementos objetivos.

Em última instância, caberá ao *animal spirits* proposto por Keynes (1936) agir. Para este último a simplificação do que é o empresário foi um dos entendimentos que procuramos recuperar.

Com essa base teórica é possível abrir a investigação sobre a consistência de um modelo de negócio constituindo o espectro de ação de um empreendedor para moldar sua decisão.

4 OBSERVAÇÕES FINAIS

No artigo procurou-se mostrar o quanto há de desenvolvimento na literatura sobre o empreendedorismo e os atributos que devem ser considerados no tratamento teórico para compreender como as decisões são formuladas.

O empreendedor e/ou empresário que idealiza planos de investimento é o objeto do texto. A forma como o empreendedor estabelece planos e toma decisão precede a existência da firma. Logo, é o empreendedor, e não a firma, a realidade mais importante a considerar no desenvolvimento do mercado.

A natureza dessas decisões leva em conta a estrutura de concorrência, mas são essas estruturas que o indivíduo quer superar para tornar viável uma nova condição de atuação no mercado.

Na produção o empreendedor terá de enfrentar as combinações de capitais imobilizados que proporcionam a escala econômica viável de um segmento desejado. Os recursos monetários acumulados e a possibilidade de empréstimos e financiamentos que viabilizam um empreendimento fazem parte de um plano previamente concebido.

O sucesso do plano depende do rigor que o empreendedor estabelece para avaliar os quesitos exigidos para produzir/comercializar ou prestar serviços. A avaliação é feita tomando os preços pertinentes ou como conhecido preços de oferta que se traduzem em preços ao consumidor.

A flexibilidade na produção dependerá das elasticidades e dos preços do capital e do trabalho. Ao conceber o tamanho do empreendimento o empreendedor terá de avaliar a

capacidade gerencial e as despesas associadas e que determinam a produtividade dos fatores de produção empregados.

Os insumos e a capacidade de adquiri-los dependerá da acumulação econômica e financeira prévia do empreendimento. A avaliação da estrutura de oferta predominante é crucial para o êxito da firma.

O empreendedor não pode tomar o conceito de capital homogêneo da teoria da firma como modelo para sua atividade. Deve, por outro lado, explorar as tipologias de heterogeneidade dos capitais que mais proporcionem vantagens. As vantagens são resultados da tradução de uma crença na lucratividade de uma atividade econômica a partir da observação das firmas existentes e de suas limitações para aproveitar as oportunidades que um futuro entrante no mercado observa.

O conceito de oportunidade na literatura do empreendedorismo significa que é a ação do empreendedor ao observar a realidade econômica que origina meios para o aproveitamento de lacunas que podem estar na produção, na distribuição ou nas demandas não identificadas dos consumidores.

As observações, muito embora, tenham um aspecto racional podem ter origem intuitiva e que também foi reconhecida como valiosa na Teoria Geral do Juro, do Emprego e da Moeda de J.M. Keynes.

Ao considerar os aspectos do conceito de capital heterogêneo a concepção de um novo ingressante no mercado produtivo pode criar diferenciações e ter êxito na instalação de sua unidade produtiva.

O enfoque do empreendedor sobre a combinação dos fatores de produção, a minimização dos custos e o emprego dos insumos forma as bases do cálculo do valor econômico. O uso da tecnologia e a característica heterogênea do capital oferecem muitas possibilidades para a criação da oferta de uma nova firma.

O envolvimento do empreendedor com as perspectivas futuras diante das situações de incerteza e/ou assimetria de informações e sua condição de dúvida potencial é o ambiente que o faz redesenhar sua atuação e buscar alternativas para a exploração dos ativos que venha a controlar.

Pode-se sintetizar a construção de uma firma como a condição moldada pela força de uma crença, pelo êxito das conexões entre agentes econômicos e situações que um empreendedor venha a estabelecer e das oportunidades que este movimento de construção cria, levando a um rol de firmas possíveis. A firma que predominará será aquela que o

empreendedor encontrar a maior possibilidade de explorar as oportunidades diante da combinação capital – trabalho e mercado que encontrar.

Entende-se ainda que a atuação do empreendedor molda as possibilidades da estrutura da firma e de suas estratégias. A investigação entre essas duas abordagens - teoria da firma e do empreendedorismo - procura contribuir com o conhecimento na criação de novos empreendimentos.

Apesar do rigor utilizado, a presente pesquisa possui algumas observações como: os resultados obtidos limitam-se a análise crítica na literatura acerca da teoria da firma e do empreendedorismo. Deste modo não se pode comprovar de fato o que acontece para a tomada de decisões estabelecidas pelo empreendedor contemporâneo em seus negócios.

Sendo assim, aponta-se como sugestão de pesquisas futuras a realização de investigação empírica em torno dos atributos estabelecidos pelo empreendedor para a criação de uma nova firma, afim de testar a viabilidade do negócio e analisar diferentes cenários de riscos.

REFERÊNCIAS

ARCHIBALD, G.C. Theory of the Firm. IN: DURLAUF S.N., BLUME L.E. (eds). **The New Palgrave Dictionary of Economics**. Palgrave Macmillan, London, 2008.

BAUMOL, W. On Austrian Analysis of Entrepreneurship and my Own. IN: KOPPL, R. (ORG). **Austrian Economics and Entrepreneurial Studies**. UK: Emerald Jay, 2007.

BOETTKE, P.; COYNE, C. IN: KOPPL, R. (ORG). **Austrian Economics and Entrepreneurial Studies**. UK: Emerald Jay, 2007.

CHANDLER, A. **Strategy and Structure**. Chapters in History of the Industrial Enterprise. Cambridge: MIT PRESS, 1962.

COLE, A.H. **Business Enterprise in Its Social Settings**. Cambridge: Harvard University Press, 1959.

DRUCKER, P. **Innovation and Entrepreneurship**. NY: Harper and Row Publishers, 1985.

EICHNER, A. **The Megacorp and Oligopoly: Micro Foundations of Macro Dynamics**. Cambridge: CUP, 1976.

Brazilian Journal of Development

KEYNES, J. M. (1973) **The General Theory of Employment, Interest and Money**. Cambridge: Macmillan Cambridge University Press, 1936.

KIRZNER, I.M. **Competition and Entrepreneurship**. Chicago, IL: University of Chicago Press, 1973.

KLEIN, P. G. Opportunity discovery, entrepreneurial action, and economic organization. **Strategic Entrepreneurship Journal**, v. 2, p. 175-190, 2008.

KNIGHT, K. A Descriptive Model of the Intra-firm Innovation Process. **Journal of Business of the University of Chicago**, n. 40, p. 478-496, 1967.

MINNITI, M. Entrepreneurship and Economic Growth. **Global Business and Economic Review**, v.11, p.31 – 42, 1999.

MINNITI, M. Entrepreneurship Studies: a stocktaking. IN: KOPPL, R. **Austrian Economics and Entrepreneurial Studies**, v.6. UK: 2007.

PAIVA, R. V. C.; GONÇALVES, R. G.; BARBOSA, F. V.; SILVA, G. A. V. Reflexões Sobre o Conceito de Competitividade Segundo a Teoria da Firma. **Reuna**, Belo Horizonte, v.14, n.2, p. 49-57. 2009.

PINDYCK, R. S.; RUBINFELD, D. L. **Microeconomia**. 8ª Ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, p. 191 – 261, 2013.

PORTER, M. **Competitive Strategy**: techniques for analyzing industrial and competitors. NY: Free Press, 1980.

SHUMPETER, J. **Capitalismo, Socialismo e Democracia**. Rio de Janeiro: Editora Fondo de Cultura, 1961.

SHEPHERD, D. MCMULLEN, J. DEVEREAUX, J. The formation of opportunity beliefs: overcoming ignorance and reducing doubt. **Strategic Entrepreneurship Journal**, 1, (1-2), p. 75 -95, 2007.

SILVA, A. B. O.; FERREIRA, M. A. T. Gestão do conhecimento e teoria da firma. **Perspectivas em Ciência da Informação**, Belo Horizonte, v. 14, n. 3, p. 116-139, 2009.

TEECE, J.D. Technological innovation and the theory of the firm: towards a theory of the innovation firm, in TEECE, J.D. **Strategy, Innovation and the Theory of the Firm**. UK: Edward Elgar, 2012.