



# A visão Schumpeteriana do empreendedorismo em ênfase nos riscos e incertezas:

Uma abordagem dialética do conhecimento

**Osnei Francisco Alves**

Centro Universitário Braz Cubas e Faculdade Curitibana, Brasil  
consultorosnei@gmail.com

**Eliete Cristina Pessôa**

Secretaria de Estado da Educa o do Paraná, Brasil  
elietecristina.adm@gmail.com

## RESUMO

O objetivo deste artigo   analisar a visão Schumpeteriana, abrangendo os riscos e incertezas para empreender. No cenário atual, a ansiedade e o medo despertam grande aten o não apenas pela consciência social sobre os numerosos fatores de risco, como também pela propaga o de hábitos e estilos de vida que afetam a saúde e o bem-estar humanos. O impacto das novas tecnologias na reestrutura o produtiva trouxe mudanças radicais no processo de trabalho, alterando métodos e procedimentos na elabora o de produtos e execu o de serviços, vindo a perturbar o desenrolar tradicional do sistema de produ o. Conseqüentemente, acentuou-se também o estudo de fatores do trabalho ocasionadores da ansiedade, principalmente os interligados ao risco e   incerteza na tomada de decisão. A empresa de alta performance tem como meta a estrutura o para aumentar o seu potencial de inova o e da força de trabalho. A forma utilizada   o desenvolvimento das pessoas com técnicas educativas em forma de vivência, em que são aplicados inúmeros métodos e técnicas nos quais se desenvolvem a criatividade e a inova o do colaborador da empresa e de toda a equipe de trabalho. Essas técnicas facilitam o aprendizado e cada indivíduo aprende como gerar conhecimentos organizacionais, ou melhor, gerar conhecimentos que agregam valor   empresa. Foi utilizado o método dial tico para observar as contextualiza es comportamentais e racionais do empreendedor, dentro da abordagem de Schumpeter, observando as formas de empreender com riscos e incertezas.

**Palavras-chave:** empreendedorismo, Schumpeter, riscos, incertezas.

## The Schumpeterian view of entrepreneurship with an emphasis on risks and uncertainties: a dialectical approach to knowledge

### Abstract

*The objective of this article is to analyze the Schumpeterian vision, covering the risks and uncertainties to undertake. In the current scenario anxiety and fear arouse great attention not only by social awareness about the numerous risk factors, but also by the propagation of habits and*

*styles that affect human health and well-being. The impact of new technologies on productive restructuring has brought about radical changes in the work process, altering methods and procedures in the elaboration of products and the execution of services, thus disrupting the traditional development of the production system. Consequently, the study of work factors that caused anxiety was also emphasized, especially those related to risk and uncertainty in decision making. The high performance company aims at structuring to increase its innovation potential and the workforce. The form used is the development of people with educational techniques in the form of experience, in which are applied numerous methods and techniques for developing creativity and innovation of the company employee and the entire work team. These techniques facilitate learning and each individual learns how to generate organizational knowledge, or better, generate knowledge that adds value to the company. The dialectic method was used to observe the behavioral and rational contextualisations of the entrepreneur, within the approach of Schumpeter, observing the ways of undertaking with risks and uncertainties*

**Keywords:** *entrepreneurship, Schumpeter, risks, uncertainties.*

## INTRODUÇÃO

O desenvolvimento de novas tecnologias para desenhar e construir novos produtos e serviços envolve milhares de testes e modificações em seus projetos, na busca de um aprimoramento contínuo para melhor atender às necessidades dos consumidores. É um processo que exige investimento, ensaio e alguns inevitáveis erros. Não é possível inovar sem assumir riscos. Se não fossemos inovadores, provavelmente ainda viveríamos no tempo da pedra lascada. É essa luta entre o velho e o novo que move o mundo: a construção do novo envolve a destruição do velho. Essa transição não é necessariamente tranquila nem desprovida de ônus. Vale lembrar que a geração de ideias novas é sempre um processo coletivo, que exige mudanças individuais, grupais e estruturais, que só se realiza numa atividade permanente de aprendizado não só de técnicas e de procedimentos, mas de valores, atitudes e comportamentos.

Portanto, devem-se considerar a integração e as discrepâncias dos valores, interdependências e compromissos existentes, porque, muitas vezes, estes são mais importantes para a adoção das mudanças propostas e a solução dos conflitos delas provenientes do que os argumentos técnico-rationais dos projetos de inovação.

A criatividade é uma característica que existe em todos os indivíduos, e não uma qualidade inata, propriedade de poucos. Os estímulos do meio podem desenvolver ou inibir o potencial criativo com que todos nascemos, favorecendo ou dificultando a produção e a circulação de ideias novas. Propor desafios e novas experiências de vida constitui uma base favorável ao desenvolvimento do potencial de criatividade que existe em todos os indivíduos. Vale lembrar, também, que as ideias novas não são suficientes para produzir inovações. Para garantir sua implantação, torna-se necessária sua aceitação coletiva.

Para inovar é preciso correr riscos. Mas os riscos geram ansiedade, incerteza e medo. A modernidade fez crescer a consciência do risco, que deixou de ser visto como uma fatalidade, fruto do acaso, e passou a ser percebido como decorrente da atividade humana. Na realidade, ansiedade, incerteza e medo atingem todos nós, mas nos impactam de diferentes maneiras, dependendo de como lidamos com esses sentimentos.

Os países do chamado primeiro mundo, enfrentando baixas taxas de crescimento econômico, desemprego, e altas taxas de inflação, buscaram alternativas para recompor suas economias e retomar o seu ciclo virtuoso de desenvolvimento.

Começaram a ressurgir as políticas neoliberais, que seriam dominantes durante a década de 1980 nos países capitalistas desenvolvidos, e mais tarde estendidas ao resto do mundo na década de 1990. O neoliberalismo tem como um dos seus fundamentos básicos a concepção de mercado livre - o mercado é o melhor alocador de recursos - e a ocupação dos espaços econômicos pela empresa privada, e esta fundamenta-se na ação do empresário, agente fundamental no processo de desenvolvimento.

## CONCEITO DE EMPREENDEDORISMO

Welter (2011), por sua vez, argumenta que o empreendedorismo não é um fenômeno isolado, que dependa unicamente do comportamento do sujeito. Para o autor, o fenômeno depende do contexto em que os atores responsáveis estão inseridos. Assim, segundo o autor, os contextos sociais, de negócios, institucional e geográfico têm grande influência sobre o fenômeno do empreendedorismo.

McClelland (1972), em seus estudos, apresenta uma lista de características comportamentais do empreendedor, tais como iniciativa, persistência, saber aproveitar as oportunidades, eficiência, comprometimento, disposição para correr riscos de forma calculada, persuasão, independência, autoconfiança, dentre outras. Para o autor, o empreendedor seria o sujeito que, possuidor de tais características, poderia mudar o ambiente em que vive. Dolabela (1999) ressalta que:

há muitas definições do termo empreendedor, principalmente porque são propostas por pesquisadores de diferentes campos, que utilizam os princípios de suas próprias áreas de interesse para construir o conceito. Duas correntes principais (...) os economistas, que associaram o empreendedor à inovação, e os comportamentalistas, que enfatizam aspectos atitudinais, como a criatividade e a intuição.

Dolabela (1999) apresenta um conceito situacional do empreendedor ao afirmar que “o empreendedor é um ser social, produto do meio em que vive (época e lugar)”. Ainda assim, sendo fruto do seu meio, Hisrich, Peters e Shepherd (2010), também enfatizam as características comportamentais do empreendedor, ao afirmarem que ele é, muitas vezes, definido como uma pessoa que toma a iniciativa, reúne recursos e assume riscos de agir de forma inovadora. Borges *et al* (2013, p. 114) manifestam que:

empreender é a capacidade do ser humano de inovar, criar algo que possa ser identificado como inovação. Nesse sentido, Schumpeter faz a ligação entre o empreendedorismo e inovação, quando expõe que a essência do empreendedorismo está nas novas oportunidades no âmbito dos negócios. Para que a inovação possa sair de uma simples ideia e torne-se algo concreto, McClelland destaca que a motivação da realização precisa estar presente no contexto, pois faz com que o empreendedor execute da melhor forma possível o que se propõe.

Schumpeter (1985) tinha uma visão economicista do fenômeno do empreendedorismo e o associava à inovação, procurando mostrar a importância dos empreendedores na explicação do desenvolvimento econômico, com a criação de novos produtos, processos e mercados. Para o autor, alguém só é um empreendedor quando efetivamente inova ou leva a cabo combinações diferenciadas dos recursos produtivos já existentes.

Filion (1999) também atribui a Schumpeter a associação do empreendedorismo à inovação, afirmando que “foi Schumpeter quem realmente lançou o campo do empreendedorismo, associando-o claramente com a inovação”. Além disso, segundo o autor, o seu trabalho imponente mostra a importância dos empreendedores na explicação do desenvolvimento econômico.

### **Abordagem sobre os riscos e incertezas**

A palavra risco vem, originalmente, do italiano antigo *risicare*, que quer dizer ousar (Bernstein, 1997), e, no sentido de incerteza, é derivada do latim *risicu*. Nesse contexto, a palavra risco deve ser interpretada como um conjunto de incertezas encontradas quando ousamos fazer algo, e não apenas problema.

Definições usuais de risco traduzem-no por perigo, inconveniente, probabilidade de perigo, algo sempre ruim. No Guia PMBOK (PMI, 2004) encontramos outras definições aplicáveis agora tecnicamente, já sob a ótica do gerenciamento de riscos em projetos. A definição de riscos feita pelo PMI - Project Management Institute - é precisa e comunica uma importante quebra de paradigma quando aborda riscos de efeitos negativos e positivos: risco é um evento ou condição incerta que, se ocorrer, provocará um efeito positivo ou negativo nos objetivos do projeto.

Quanto ao processo de gerenciamento de riscos, a definição do PMI é: gerenciamento de riscos é o processo de identificação, análise, desenvolvimento de respostas e monitoramento dos riscos em projetos, com o objetivo de diminuir a probabilidade e o impacto de eventos negativos e de aumentar a probabilidade e o impacto de eventos positivos.

Essas definições e o próprio entendimento de que risco é uma incerteza nos indicam que as consequências desse evento não são, necessariamente, ruins ou negativas. Incertezas podem ter consequências negativas, mas podem, igualmente, tê-las positivas. Isso configura uma natureza dupla do risco: impactos positivos ou negativos sobre os resultados do projeto.

Sempre que olhamos para o futuro, temos que lidar com incertezas. As pessoas sempre tiveram que lidar com este fato e, conseqüentemente, correr riscos ao longo de toda a história da humanidade. Vamos analisar alguns fatos históricos ligados aos riscos que incluem a teoria das probabilidades e a teoria dos jogos desde o aparecimento dos algarismos arábicos.

Os primeiros registros sobre riscos estão ligados à teoria das probabilidades, que foram desenvolvidas para aplicação em jogos, notadamente os de azar (aqui não significa realmente azar ou sorte, pois a palavra azar é oriunda do árabe *Al zahr*, que quer dizer dados). Temos aí

uma ligação de risco com azar ou sorte e, na verdade, com a chance de se perder ou ganhar um jogo.

Em um jogo ou nas incertezas, o gosto pela aposta, movido pela ambição do ganho, compensa o receio da perda. Segundo Bernstein (1997), a perspectiva de enriquecer é altamente motivadora e poucas pessoas ficam ricas sem correr riscos. O próprio capitalismo se baseia no conceito de risco. A administração e o gerenciamento dos riscos em projetos só podem ser definidos a partir da atividade de medição. Só controlamos e gerenciamos aquilo que podemos medir.

A administração do risco apareceu a partir da atividade de previsão, pela necessidade de controlar o futuro, de modo a assegurar a entrega dos insumos dentro dos prazos, por exemplo, e com os resultados esperados previamente.

Estabelecendo uma ligação entre a medição e a previsão, temos também a contribuição da teoria das probabilidades. Os números são necessários para a administração dos riscos, que, sem eles, resume-se a um mero exercício de adivinhação.

A história dos números no Ocidente remonta ao século XIII. O zero revolucionou o velho sistema de numeração de duas formas. Primeiro permitiu que se usasse apenas dez dígitos, de zero a nove, para realizar todos os cálculos imagináveis e para escrever qualquer número concebível. Imagine calcular probabilidades com os algarismos romanos.

Devemos, então, aos árabes os algarismos arábicos, mas, naquele momento, eles não chegaram ao cálculo das probabilidades nem aos princípios do gerenciamento de riscos. Sem números e sem o surgimento do zero não há probabilidade, e sem probabilidade não há como lidar com riscos. A palavra probabilidade deriva da conjunção de *probare*, que quer dizer testar, provar ou aprovar, e *ilis*, que significa capaz de ser. Gerenciamento de riscos não é um método de adivinhação nem de deixar as coisas na mão do destino.

A partir da existência dos números, os matemáticos puderam calcular médias e desvios das médias e fazer medidas de amostragem. A maioria das decisões não seria possível sem a medida de amostras, e a amostragem é essencial para se poder lidar com incertezas, pois mapeia de forma ordenada o existente.

Segundo Bernstein (1997), em 1660, o inglês John Graunt utilizou os desprezados registros de óbitos das pessoas de Londres entre 1604 e 1661, e, com métodos de amostragem e cálculos de probabilidade, tornou possível saber quantas pessoas existem, de cada sexo, estado, idade, religião e profissão, conhecimento que pode tornar o comércio e o governo mais seguros e regulares. É bem possível que Graunt tenha inventado o conceito de pesquisa de mercado.

Ele disse que 36% das crianças morriam até os nove anos de idade. Afirmou também que a expectativa média de vida, em 1674, era de 16 anos. Em 1700, o governo inglês já financiava déficits orçamentários vendendo apólices vitalícias.

Graunt despertou a sociedade para as principais doenças que levavam à morte e elaborou cálculos estatísticos que foram os primeiros indícios históricos do que hoje fazem as empresas de planos de saúde complementar. Para isso chegou a utilizar dados mais confiáveis de uma paróquia na Irlanda. O primeiro censo oficial no Reino Unido foi feito muitos anos mais tarde, em 1.801.

Graunt foi um precursor da teoria da amostragem, sendo que, nos primeiros cálculos, ele usou o conjunto completo de registros das pessoas, e não uma amostra do universo da população de Londres. Mas ele raciocinou sistematicamente sobre dados de urna forma que ninguém tentara antes.

A maneira pela qual ele analisou os dados estabeleceu os fundamentos da estatística. A conclusão tirada a partir de amostras de um conjunto de pessoas hoje é conhecida como inferência estatística, que apoia, por exemplo, as empresas seguradoras, até hoje.

Naquela época, para reduzir a incerteza ligada à falta de informações, os cafés da beira do cais eram a maior fonte de informações, pois eram os marinheiros que traziam as novidades quando os navios aportavam e enchiam os bares de pessoas interessadas em ouvir as conversas. Esse papel é hoje desempenhado pela Internet.

Em 1816, Gauss, considerado por Napoleão o maior matemático de todos os tempos, é convidado para liderar uma pesquisa geodésica na Baviera, difícil por sua extensão geográfica e pela curvatura da Terra. Como era impossível medir cada metro quadrado, essa pesquisa foi feita em estimativas a partir de amostras de distâncias. Ao analisar tais estimativas, Gauss notou que elas variavam muito, mas que, se aumentasse o número de estimativas, elas pareciam se agrupar ao redor de um ponto central, média de todas as observações, e se distribuíam simetricamente em ambos os lados da média. A ligação entre o risco e a medição da curvatura da Terra é maior do que se possa imaginar. Com o nascimento da curva de Gauss ou curva normal, é possível coletar dados, estudar sua distribuição e projetar o futuro de forma sistemática, permitindo que possamos decidir se devemos ou não correr certo risco.

Modernamente, existem contribuições valiosas. Em 1936, John Maynard Keynes escreveu o livro sobre a teoria geral do emprego, do dinheiro e dos juros e rejeitou a teoria das decisões sobre probabilidades, afirmando que a maioria de nossas decisões é resultado de nossa vitalidade, e não o resultado de uma média ponderada de benefícios quantitativos, multiplicados por probabilidades quantitativas (Bernstein, 1997).

Essa observação foi feita por Keynes, em 1936, depois do grande *crash* da Bolsa de Valores de Nova York, ocorrido em 1929, que ele não pôde prever. Bernstein considera Kenneth Arrow o personagem mais moderno da história do risco até o fim do século XX, por sua contribuição, em 1971, ao escrever sobre relações entre o dinheiro, os contratos e a incerteza.

Como podemos ver, a matemática, a estatística e o lidar com as incertezas do futuro sempre estiveram ligados e formaram uma preocupação da humanidade em buscar meios de reduzir as



incertezas relacionadas com o futuro. O gerenciamento de riscos não trata de decisões futuras, mas sim do futuro das decisões que tomamos hoje.

A administração dos riscos está mais desenvolvida em áreas como finanças, bancos e companhias seguradoras, mas riscos existem em toda parte. As seguradoras vivem do risco, pois assumem os riscos das pessoas mediante um pagamento chamado prêmio ou comissão de risco. O comércio também é atividade de risco e as incertezas, por menores que sejam, estão presentes em todas as atividades.

O gerenciamento de riscos consiste em identificar as possíveis incertezas e tentar controlá-las. Se tudo fosse puramente uma questão de sorte ou azar, o gerenciamento de riscos não teria sentido, e analisar tendências tampouco.

Nunca dispomos de 100% das informações necessárias para a tomada de decisões, o que caracteriza a incerteza. T. S. Elliot escreveu que "o que sabemos é que não sabemos". Podemos dizer então que vivemos em um ambiente de incertezas e que, se quisermos ter domínio sobre os acontecimentos futuros, devemos exercitar prevê-los. Esse exercício de previsão precisa da disponibilidade de um conjunto de informações:

- a) quando detemos todas as informações sobre algo, temos absoluta certeza. Se tivermos absoluta certeza, isso não pode ser classificado como risco. É coisa conhecida;
- b) quando detemos informação parcial, não temos certeza, e, por ser uma incerteza, existe a probabilidade de ocorrer ou não; e
- c) quando não detemos absolutamente nenhuma informação, isso é o total desconhecimento, coisa que a "gente não sabe que não sabe", total incerteza.

Como um exemplo, no atentado terrorista ocorrido com as torres gêmeas em Nova York, o famoso 11 de setembro de 2001, somente uma delas estava no seguro. Alternadamente, mas somente uma. Isso quer dizer que o fato de que algo poderia acontecer com as duas torres era um evento absolutamente desconhecido, e, portanto, nenhum mecanismo de proteção foi gerado. No entanto a total desinformação só existe até que as coisas aconteçam pela primeira vez. A partir daí deixa de ser desconhecida, porque passa a existir a informação histórica. A questão que se expõe agora é: se as duas torres fossem reconstruídas, quantas seriam colocadas no seguro?

Gerenciar riscos envolve a tomada de decisões em ambiente incerto, complexo e dinâmico. Vamos fazer, nesse momento, uma pergunta para refletir sobre as condições presentes no processo de tomada de decisões. De que você tem certeza? Com certeza, a resposta é: NADA! Não temos certeza absoluta de nada. Vamos agora fazer outra pergunta que muito nos motiva a gerenciar riscos em projetos.

O que pode dar errado no projeto? Com certeza a resposta é: TUDO! Tudo pode dar errado no projeto. Essa é a famosa lei de Murphy, que diz que tudo aquilo que pode dar errado certamente dará errado.

A incerteza e a surpresa são marcantes em projetos. O mercado gira em torno da incerteza. A economia vive a incerteza quanto à reação da sociedade com suas expectativas racionais. Risco é incerteza.

Segundo Cleland e Ireland (1999, p.143), "a incerteza afeta bastante os resultados dos projetos". Total incerteza indica total falta de informações, enquanto total certeza significa a disponibilidade da totalidade das informações. De modo geral, os projetos não contam com a totalidade das informações necessárias para planejar o trabalho, pois estamos lidando com o futuro, e quando lidamos com o futuro, ele é, por natureza, incerto. Riscos são eventos incertos que podem ocorrer ou não e, com certeza, vão afetar os objetivos do projeto. Não temos certeza se vão ocorrer ou não nem em que grau eles vão ocorrer.

Por exemplo, imagine o projeto de um churrasco no domingo. Qual o risco de chover no churrasco? É baixo? É alto? É moderado? Qual o impacto da chuva no sucesso do churrasco? Baixo? Alto? Moderado?

Nesse momento vamos evidenciar a chuva no churrasco como um evento de risco. O objetivo aqui é entender o que são riscos. Mais ainda, entender quais são os riscos e como eles podem afetar o projeto churrasco.

Explorando algumas características dos eventos de riscos, e tentando quantificá-lo. Quanto você estaria disposto a pagar para ir nesse churrasco? R\$ 10? R\$ 100? R\$ 1.000? Se o churrasco lhe custasse R\$ 1.000, você confirmaria sua presença ou recusaria o convite? Se o churrasco lhe custasse R\$ 45, você confirmaria sua presença ou recusaria o convite? Se o churrasco custasse R\$ 45, mas houvesse uma chance muito grande de chover, impedindo o jogo de futebol, que é do seu maior interesse, você iria? Agora a chuva começa a influenciar claramente o benefício esperado do churrasco.

Esse benefício é também chamado de utilidade. A utilidade está ligada ao desejo, ao proveito e à satisfação que damos aos eventos. Ela é diretamente afetada pelo evento de risco, estando ligada ao impacto desse evento.

Muitas pessoas que gostam de assumir riscos dão alta importância ao valor percebido do risco, pois vêem mais utilidade para si no fato de saber precisamente qual o tamanho do risco versus sua expectativa de resultado. É o que ocorre nas loterias, por exemplo. Aceitamos uma grande probabilidade de ter uma perda pequena em troca de uma baixa probabilidade de obter um ganho muito grande.

### **Riscos e incertezas no empreendedorismo**

Knight (1990) faz uma distinção entre risco e incerteza. Riscos relacionam-se a situações recorrentes, passíveis de se estabelecerem modelos de ocorrência de eventos, mesmo não havendo a existência de dados mensuráveis ou possibilidade de estabelecerem-se dados probabilísticos. A incerteza ocorre quando não existe precedência, informação, analogia, ou sequer possibilidade de estabelecer dados probabilísticos. Ele conceitua o empreendedor a partir de sua superior capacidade de previsão e de lidar com riscos e incertezas.

Kirzner (1990) considera que o empreendedor se caracteriza por sua superior qualidade de percepção das nuances do mercado, o que lhe permite identificar desajustes nos preços e desse



modo identificar oportunidades de obtenção de lucros. Assim, a imperfeição do conhecimento por parte dos participantes do mercado gera as oportunidades para o lucro empresarial puro.

A visão Schumpeteriana do empreendedor como uma visão econômica, é calcada na sua conceituação de inovação dentro da dinâmica de funcionamento da economia, e tem como base o modelo por ele idealizado do fluxo circular de produção. O modelo de fluxo circular parte de uma situação hipotética:

Nesta, onde vigora um sistema de produção e trocas simples, as mudanças são mínimas e os agentes econômicos repetem, período após período, as atividades, através da mesma combinação de recursos. Por essa razão, os produtores sabem exatamente o que, quanto e como produzir, a que preço vender, bem como o preço das coisas que devem comprar. Tudo baseado na longa experiência que possibilita o pleno emprego de todos os recursos (ALBAN, 1999).

## **METODOLOGIA**

Appolinário (2012) tem uma visão bastante procedimental sobre o que é o conhecimento científico, diferenciando-o, por exemplo, do conhecimento gerado pelo senso comum. Para o autor, o conhecimento científico é sistemático, organizado e metódico, além de ser objetivo e impessoal. O senso comum, por outro lado, é desorganizado, assistemático, ametódico e subjetivo.

O pensamento tem caráter social porque sua atualização é a atualização de um predicado do homem, cujo ser é, igualmente, atividade social na universalidade ou na individualidade de cada modo de existência teórica - cientista, pensador etc. O pensamento é atividade social, inclusive pelos materiais e instrumentos empregados. Em síntese, consciência, saber, pensamento etc., sob qualquer tipo de formação ideal, das mais gerais às mais específicas, da mais individualizada à mais genérica, dependem do ser da atividade sensível, socialmente configurado, ao qual confirmam por sua atividade abstrata, igualmente social.

Assim, o conhecimento científico é concreto, real (vem dos fatos), organizado e sistematizado, obtido por meio de um processo sistematizado (método científico) e que pode ser replicado (APPOLINÁRIO, 2012).

Todavia, para que se produza conhecimento científico, definido por Martins e Theóphilo (2009) como o resultado da “investigação metódica e sistemática da realidade”, é fundamental conhecer um conceito indissociável da ciência, qual seja, o conceito de pesquisa.

Para Althusser (1992), a dialética marxiana pressupõe uma visão totalizante do real, ou seja, por meio dela tenta-se perceber os diferentes elementos sociais como interligados a uma mesma totalidade. O agir e o pensar, mesmo que não nos demos conta disso, sempre implicam a percepção do todo, uma certa visão do conjunto das relações.

Kopnin (1978) aborda que o sensorial e o racional estão presentes em todo o processo de conhecimento e em todas as formas e etapas do desenvolvimento. Esta “racionalidade” ou teorização aparece através dos discursos, das proposições, e, em última instância, no interior das

relações e necessidades sociais cotidianas, a partir do que o homem vai construindo sua consciência.

Neste artigo foi utilizado o método dialético para observar as contextualizações comportamentais e racionais do empreendedor, dentro da abordagem de Schumpeter, observando as formas de empreender com riscos e incertezas.

## **A VISÃO SCHUMPETERIANA DO EMPREENDEDORISMO**

A abordagem schumpeteriana tem como foco básico a gênese do capitalismo e os seus conceitos sobre o papel e a importância do empreendedor e da inovação, como fator de desenvolvimento da economia. O empreendedor, segundo Schumpeter, é o ator principal no processo de renovação constante do sistema capitalista, cuja gênese é a criação de novas estruturas tecnológicas e a destruição das existentes, explicitada a partir do ambiente econômico e institucional. Cabe ao empreendedor a função de realizar inovações que vão alavancar o sistema capitalista. Vale aqui ressaltar que, para Schumpeter, o crescimento como acumulação de capital não é desenvolvimento, este só ocorre quando existe inovação.

Bueno (2005, p. 63) afirma que:

depois de Schumpeter, o empreendedorismo tornou-se fonte de estudo e pesquisa de várias áreas de conhecimento, com vários enfoques, porque muitos outros pesquisadores, profissionais e instituições de ensino e pesquisa desenvolveram e desenvolvem trabalhos sérios e acreditam nos benefícios do empreendedorismo para o desenvolvimento socioeconômico dos locais onde ele é promovido. Estes trabalhos estão ampliando a compreensão de sua importância e desenvolvendo o empreendedorismo na teoria e na prática.

A função dos empresários é reformar ou revolucionar o padrão de produção explorando uma invenção ou, mais geralmente, uma possibilidade ainda não tentada de produzir nova mercadoria, de produzir uma já existente de maneira nova, de abrir uma nova frente de oferta de materiais, uma nova colocação para produtos existentes, de reorganizar uma indústria. Essa função social já está perdendo a importância e tende a perdê-la cada vez mais, mesmo que não se altere o próprio processo econômico do qual o empresariado era o principal motor. Primeiro, por um lado, agora é muito mais fácil que no passado fazer coisas fora da rotina familiar – a própria inovação está sendo reduzida a rotina.

O progresso tecnológico está se transformando em assunto de equipes de especialistas treinados que criam o que lhes é pedido e fazem-no funcionar de maneira previsível. O romance da antiga aventura comercial rapidamente se desvanece, pois muitas das coisas que agora podem ser estritamente calculadas tinham, antigamente, de ser visualizadas num lampejo de gênio (SCHUMPETER, 1984).

Christensen (1997) o discute amplamente, analisando aspectos da inovação destrutiva e suas consequências para a sobrevivência das empresas. O computador pessoal e seu software de edição de textos causou o desaparecimento do segmento industrial das máquinas de escrever, hoje em nível residual. A Internet está revolucionando o mercado se consideramos seus impactos

no segmento das comunicações, na forma de comercialização das empresas, nas operações financeiras, nos aspectos sociais de acesso a informações e em muitos outros.

Dornelas (2001), em seus estudos, também reconhece o economista austríaco e afirma que é de Schumpeter uma das mais antigas definições para o termo empreendedor com viés econômico e de inovação. Assim, o autor afirma que para Schumpeter, empreendedor é “aquele que destrói a ordem econômica existente pela introdução de novos produtos e serviços, pela criação de novas formas de organização ou pela exploração de novos recursos e materiais”.

Quando aparecem mudanças espontâneas e descontínuas no gosto dos consumidores, trata-se de uma questão de súbita mudança dos dados, a qual o homem de negócios deve enfrentar, por isso é possivelmente um motivo ou uma oportunidade para adaptações de seu comportamento que não sejam graduais, mas não de um outro comportamento em si mesmo. Portanto esse caso não oferece nenhum outro problema além de uma mudança nos dados naturais, nem requer nenhum método novo de tratamento; razão pela qual desprezaremos qualquer espontaneidade das necessidades dos consumidores que possa existir de fato, e admitiremos que os gostos são “dados” (SCHUMPETER, 1985, p. 48).

Portanto, não se enquadram como inovações, aquelas causadas pelas mudanças espontâneas e descontínuas no gosto dos consumidores, que apresentam-se como novas necessidades do consumidor, às quais o sistema produtivo se adapta para atender os clientes.

O atendimento às essas oportunidades do mercado não são consideradas por Schumpeter como inovações, posto que não quebram o equilíbrio do fluxo circular, mas apenas provocam uma adaptação do sistema produtivo a esses novos dados. Os neo-schumpeterianos denominam essas inovações de incrementais ou secundárias. Para que exista uma inovação, ela deve ocorrer no ciclo produtivo, gerando combinações mais eficazes e eficientes, e não uma adaptação do ciclo existente a uma mudança por parte dos consumidores.

## CONCLUSÃO

O desenvolvimento de novas tecnologias para desenhar e construir novos produtos e serviços envolve milhares de testes e modificações em seus projetos, na busca de um aprimoramento contínuo para melhor atender às necessidades dos consumidores. É um processo que exige investimento, ensaio e alguns inevitáveis erros. Não é possível inovar sem assumir riscos. Se não fossemos inovadores, provavelmente ainda viveríamos no tempo da pedra lascada. É essa luta entre o velho e o novo que move o mundo: a construção do novo envolve a destruição do velho.

Essa transição não é necessariamente tranquila nem desprovida de ônus. Vale lembrar que a geração de ideias novas é sempre um processo coletivo, que exige mudanças individuais, grupais e estruturais, que só se realiza numa atividade permanente de aprendizado não só de técnicas e de procedimentos, mas de valores, atitudes e comportamentos.

Portanto, devem-se considerar a integração e as discrepâncias dos valores, interdependências e compromissos existentes, porque, muitas vezes, estes são mais importantes

para a adoção das mudanças propostas e a solução dos conflitos delas provenientes do que os argumentos técnico-rationais dos projetos de inovação.

Schumpeter conclui que desenvolvimento é inovação, quebra de padrões de produção e substituição por outros de maior eficácia e produtividade, surgimento de novas tecnologias radicais que têm efeito sinérgico sobre outras tecnologias do mercado, e que provocam uma onda de mudança e crescimento na economia. Assim, para ele o crescimento econômico, a simples acumulação de capital não são considerados como sendo desenvolvimento.

Constata-se, portanto que os economistas consideram o empreendedor como um dos recursos de que a empresa dispõe para produzir os seus bens e serviços com lucratividade. Diversas características são destacadas para bem executar essa função como percepção da informação, visão de oportunidades, inovação, assunção de riscos e sensibilidade às nuances do mercado. A empresa que melhor combinar os seus recursos, sendo a função empreendedor um deles, mais chances terá de sucesso e sobrevivência.

## REFERÊNCIAS

ALBAN, M. **Crescimento sem emprego**. Salvador: Casa da Qualidade, 1999.

ALTHUSSER, L. **Aparelhos ideológicos de estado: nota sobre os aparelhos ideológicos de estado**. 6ª ed. Rio de Janeiro: Edições Graal, 1992.

APPOLINÁRIO, F. **Metodologia da Ciência: Filosofia e Prática da Pesquisa**. São Paulo: Cenage Learning, 2012.

BERNSTEIN, P. L. **Desafio dos Deuses: a fascinante história do risco**. São Paulo: Elsevier, 1997.

BORGES, A.; BOTELHO, M.; FRANZONI, A. M. B. A forma Intraempreendedora da Liderança. In: LAPOLLI, Édis Mafra; FRANZONI, Ana Maria Benciveni; LAPOLLI, Juliana. **Intraempreendedorismo: para colaboradores que buscam empreender**. Florianópolis: Pandion, 2013.

CHRISTENSEN, C. M. **The Innovator's Dilemma**. Boston: Harvard Business School Press, 1997.

CLELAND, D.; IRELAND, L. **Gerenciamento de projetos**. São Paulo: Campus, 1999.

DOLABELA, F. **O Segredo de Luísa: uma ideia, uma paixão e um plano de negócios: como nasce o empreendedor e se cria uma empresa**. São Paulo: Cultura Editores Associados, 1999.

FILION, L. J. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. **Revista de Administração**, São Paulo v. 34, n. 2, p. 05-28, abr/jun, 1999.

HISRICH, R. D., PETERS, M. P, SHEPHERD, D. A. **Entrepreneurship**. McGrawHill: Singapore, 2010.

KNIGHT, F. H. Risk, uncertainty and profit. In: CASSON, Mark (Ed.) **Entrepreneurship**. Aldershot: Edward Elgar, 1990.

KIRZNER, I. M. Uncertainty, discovery and human action: a study of the entrepreneurial profile in the Misesian System. In: CASSON, Mark (Ed.) **Entrepreneurship**. Aldershot: Edward Elgar, 1990.

KOPNIN, P. V. **A dialética como lógica e teoria do conhecimento**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1978.

MARTINS, G. de A., THEÓPHILO, C. R. **Investigação Científica para Ciências Sociais Aplicadas**. 2ª ed. São Paulo: Atlas, 2009.

McCLELLAND, D. C. **A sociedade competitiva: realização e progresso social**. Rio de Janeiro: Expressão e Cultura, 1972.

PMI – PROJECT MANAGEMENT INSTITUTE. **A guide to the project management body of knowledge: PMBOK** guide. 3.ed. Newton Square: Project Management Institute, 2004.

SCHUMPETER, J. A.. **Capitalismo, socialismo e democracia**. Rio de Janeiro: Zahar, 1984.

SCHUMPETER, J. A. **A Teoria do desenvolvimento econômico: uma investigação sobre lucros, capital e crédito, juros e ciclo econômico**. 2ª ed. São Paulo: Nova Cultural, 1985.

WELTER, F.. Contextualizing Entrepreneurship-Conceptual Challenges and Ways Forward. **Entrepreneurship Theory and Practice**, v. 35, n. 1, p.165-184, jan. 2011.