

* Investimento e "teoria da firma"

Nelson dos Santos António**

Nos últimos anos manifestou-se grande insatisfação quanto à teoria empresarial tal como nos foi transmitido por Cournot, através de Marshall, Chamberlin e Robinson. O princípio básico desta teoria é o princípio da maximização do lucro e a análise marginal é apenas uma forma complicada de evidenciar este princípio básico.

Antes de mais, o que é afinal o lucro? A maior parte dos economistas define o lucro como sendo o rendimento da firma, ou seja, o preço que se paga pelo resultado da actividade da empresa. Mas isto nem sempre é assim.

Adam Smith fundador da escola clássica, apresenta o lucro como o rendimento do empresário capitalista, isto é, o rendimento de possuidor único de determinada soma de capital e que utiliza este para empregar trabalhadores, comprar máquinas e fabricar produtos que depois vende no mercado. A Smith seguiu-se toda uma série de economistas, desde Say aos mais modernos teóricos neo-clássicos, os quais dilaceravam a ideia básica de Smith, (análise atomista). Quando se trata da definição de lucro de Smith, estes economistas tomam em consideração, em primeiro lugar, os juros que pagam o capital cedido pelo próprio empresário e, em segundo lugar, a remuneração do seu trabalho de gestão e coordenação dos factores de produção. A nível do rendimento do empresário, que se designa de lucro bruto, eles isolam um lucro líquido, que lhes parece ser como tal, depois de deduzirem os juros do capital da empresa, bem como a remuneração pelo trabalho de gestão.

Deve o empresário maximizar o lucro bruto ou o lucro líquido?

Aquilo que os empresários chamam "lucro" e influencia a sua actividade, é o montante bruto que resta em seu poder depois dos colaboradores terem sido pagos. Parece-lhes que este montante bruto paga, de repente e sem distinção, tudo aquilo que cederam à empresa.

A pessoa que recebe este lucro não é uma combinação de funcionários designados por trabalhador, capitalista e empresário, mas antes um indivíduo que, atraído pela perspectiva de ganho, independência e possibilidades de chefia e iniciativa tem que desempenhar esta função e que possui determinadas qualidades pessoais: ser capaz de deliberar, ser capaz de assumir determinados riscos e ter à sua disposição capital suficiente.

Podemos afirmar que o empresário e a firma são uma e a mesma coisa. As suas tarefas consistem em negociar, ou melhor em pagar a pessoas responsáveis perante ele, que negociam, em nome da firma, com dois grupos; por um lado com aqueles que fornecem os factores de produção. Neste caso, o problema do empresário consiste em pagar os mais baixos preços possíveis. Por outro lado, com os compradores do produto final, dos quais se pretende o rendimento máximo.

Resumindo, o empresário é uma pessoa única, a qual, como resposta às necessidades do momento, procura introduzir ou manter uma diferença entre os seus preços de venda e os seus preços de compra ou custos de factores. Poder-se-ia dizer que o seu primeiro objectivo, ou melhor, a sua primeira tarefa consiste em obstar a que estes dois grupos de preços coincidam.

Como é que consegue isso? Essencialmente actuando nas estruturas do mercado.

Os economistas clássicos afirmam com convicção e os seus sucessores declaram-se partidários, que acreditam que os empresários surgem em vários mercados, onde compram ou vendem os factores de produção e produtos, respeitando sempre as regras do jogo, como estas foram formuladas — isto é, eles procuram comprar apenas aos preços mínimos e vender aos preços máximos, dentro das estruturas seguras do mercado. Mas tal nunca aconteceu.

À medida que o capitalismo se desenvolveu, os empresários foram tendo cada vez mais a negociarem em função da estrutura do mercado que lhes diz respeito, para aumentarem os seus lucros, quer se tratasse de mercados de trabalho, mercados de capital ou mercados para os produtos finais.

Schumpeter insistiu neste ponto e mostrou que pretender compreender o sistema capitalista, não é saber como se gere as estruturas já existentes, mas como se cria novas estruturas e destrói as antigas.

Agora, alguns críticos proeminentes concentraram-se na natureza passiva das firmas, apresentada pela teoria clássica. Eles propuseram que, nas indústrias mais dinâmicas, as firmas procurassem alterar a procura dos seus produtos e, com esta finalidade, participem no desenvolvimento duma nova tecnologia, em vez de só reagirem às condições do mercado, escolhendo a tecnologia que as satisfaz.

Para se criar esta estratégia, os em-

* O presente artigo é parte da tese de doutoramento do autor, apresentada na Bergisch Universität-Wuppertal, R.F.A. O autor agradece ao Prof. EKKEHARD KAPPLER todo o apoio que lhe deu.

** Docente no ISCTE

presários esforçaram-se por reforçar a importância das suas próprias firmas: eles interligaram-nas; eles procuraram mobilizar de forma vantajosa determinados elementos dos Departamentos Públicos, utilizando métodos nem sempre legais.

No nosso ponto de vista parece-nos que o mais importante é salientar que a negociação é antes de mais realizada sob pressão.

Na literatura podem encontrar-se duas orientações básicas da crítica ao princípio da maximização do lucro. A primeira é a de que a teoria é irrealista por não conter suficientes variáveis, ou por as variáveis da teoria não corresponderem efectivamente às variáveis mais importantes da firma. A segunda é mais basililar: ataca o próprio princípio de maximização, por não corresponder aos próprios princípios que motivam e conduzem o comportamento.

A primeira crítica é eliminada muito facilmente no âmbito geral da análise marginal, por meio da simples inclusão de novas variáveis.

A segunda crítica à análise marginal é mais basililar. Ela não se dirige aos pormenores, mas à condição básica da própria maximização do lucro.

A crítica toma duas formas: a primeira é simplesmente — as firmas não apontam efectivamente para a maximização; a segunda é a de que, mesmo que as firmas pretendessem maximizar os lucros, essa não era de modo algum a forma correcta de o fazer.

Estas críticas chegam à mesma conclusão, isto é, de que a maximização do lucro é irrealista, e isto porque as firmas não podem saber quando é que os lucros atingem o máximo. A maximização do lucro fica excluída porque no sistema informativo da firma não há nada que revele as diferenças limítrofes, que fossem significativas para o insucesso da maximização do lucro.

O sistema informativo revela custos médios, mas não revela em geral os custos marginais, e muito menos o rendimento marginal. Se a firma não pode saber quando não pode maximizar os lucros, não há razão para se supor que ela os maximize.

Uma grande parte da análise económica dirige-se para a previsão, explicação, estimativa ou “prescribing change”. Provavelmente dever-se-ia observar a adequação duma teoria do comportamento da firma e da indústria, sobretudo à luz de como é a resposta das firmas e da indústria, como um todo, às alterações externas das

circunstâncias do mercado, ou como explicam as fontes e as consequências da inovação. Muitos economistas chamaram a atenção para o facto da teoria clássica ter tendência a ocupar-se com o primeiro problema de forma *ad hoc* e de deixar o segundo por observar ou de fazê-lo de forma mecânica.

Na minha opinião, todas as teorias têm que ser práticas. Apesar disso seria absurdo falar do significado prático duma série de teorias, se não explicássemos primeiramente o que se entende por “prático”. “Prático” com que finalidade e para quem? Podemos imaginar pelo menos quatro grupos de pessoas, para as quais uma teoria económica pode ser “prática”, ou seja “útil” para a sua actividade.

Em primeiro lugar, uma afirmação da teoria económica podia ser “prática” para o teórico da economia, na medida em que lhe permite encontrar formulações claras para afirmações antigas ou até pensar noutras novas, que se adaptem bem ao programa conceptual aceite.

Em segundo lugar, podia ser “prática” para o analista económico como observador de situações actuais, na medida em que o ajuda a entender o que se passa efectivamente num determinado lugar e num determinado momento.

Em terceiro lugar podia ser “prática” para o economista político como funcionário do Governo, na medida em que o ajuda a fazer planos para controlar aquilo que acontece. Em quarto lugar, podia ser “prática” para o homem de negócios, na medida em que o ajuda a desenvolver uma política de negócio bem sucedida, a fazer melhores previsões ou a melhorar o “management” interno.

O nosso último grupo dos utilizadores das afirmações da teoria económica, ou seja o dos homens de negócios, tem diferentes padrões quanto à utilidade prática, e, no entanto, a teoria económica não pretende dizer ao homem de negócios como deve agir, mas procura informar como ele age. Normalmente, o teórico tem mais a aprender com o homem de negócios, do que o homem de negócios com o teórico.

A teoria económica é uma série de enquadramentos relevantes para a compreensão da tomada de decisão a nível empresarial, mas é apenas uma teoria e a forma como a análise da teoria de empresa é normalmente efectuada, invalidou-a como instrumento da análise de firmas como organizações.

Os economistas e teóricos empresariais desde há muito estão preocupados com a teoria tradicional das fir-

mas e reconhecem que aquilo que é dado sob aquela designação, é no fundo uma análise das características do equilíbrio. Ele não se ocupa nem com a estrutura e com o comportamento de firmas propriamente ditas, nem tão pouco com os processos e métodos mediante os quais as firmas chegam às suas decisões e as executam.

Os seus raciocínios regressam à sua faculdade de funcionarem com força, tal como o expressou Machlup¹ “only a theoretical link, a mental construct helping to explain how one gets from the cause to the effect”.

O modelo económico-clássico da firma contém três elementos básicos: os mercados dos “inputs” (factores); os mercados dos “outputs” (produtos) e a função da produção, que determina a relação tecnológica entre os “inputs” e os “outputs”. Com estes elementos e sob a condição dum objectivo da maximização do lucro podem deduzir-se as três condições marginais conhecidas:

- 1) Todo o “output” (produto) é produzido em tal quantidade, que o seu rendimento marginal se equipara aos seus custos marginais.
- 2) Todo o “input” (factor) é utilizado a um tal nível, que os seus produtos marginais (rendimento) iguam, por unidade, os seus custos unificados.
- 3) Cada dois “inputs” são utilizados em quantidades relativas, para que a ratio dos seus produtos marginais com o custo unitário seja igual.

O primeiro princípio estabelece a dimensão óptima da empresa, ou quanto deve ser produzido. A segunda condição designa uma relação semelhante para os “inputs”, ou seja, o nível óptimo do uso dos “inputs”. O terceiro princípio estabelece uma condição do equilíbrio óptimo para o rendimento da produção.

Isto é totalmente diferente duma explicação do comportamento da firma. Queremos anunciar neste trabalho algumas das consequências das restrições que foram impostas à análise da firma através do grau do aperfeiçoamento do modelo dominante da firma. Como, para além disto, as firmas existentes no mundo são como são, as condições que respeitam o crescimento e organização destas, influenciam aquilo que acontece na economia.

As normas relativas à política do ne-

¹ Machlup, Fritz; “Theories of the Firm: Marginalist, Behavioral, Managerial”, pág. 9.

gócio são provavelmente mais relevantes e efectivas se tomarem em conta os processos e métodos internos através dos quais os estímulos externos são transmitidos e os recursos aplicados.

Os economistas que, segundo se diz, acentuaram a importância do papel do empresário excluíram-no apesar disso. O desaparecimento deste é consequência dos pressupostos acerca do saber. Dentro do "frame-work" do qual a firma conhece todos os custos e preços futuros relativos a determinado produto, fabricado a partir de determinados "inputs", a ideia da tomada de decisão deixa de ter lugar. A produção ocorre somente como resposta aos desejos, totalmente conhecidos, dos consumidores, pelo que a criação e aproveitamento das oportunidades do mercado se tornam desnecessárias. O empresário, como inovador que corre riscos, não tem lugar em tal "frame-work". A eliminação dum verdadeiro papel é comparável à ausência da análise da estratégia na microeconomia, bem como aquilo que Porter² afirma: "The nature and degree of competition in an industry hinge on five forces. The threat of new entrants, the bargaining power of customers, the bargaining power of supplier the threat of substitute products or sources (where applicable) and the jockeying among current contestants" e, "to establish a strategic agenda for dealing with these contending currents and to grow despite them, a company must understand how they work on it industry and how they affect the company in its particular situation".

A partir das relações que ligam o crescimento e a rendabilidade duma firma com a sua estrutura organizativa, as suas potencialidades e o seu comportamento, desenvolveu-se uma literatura de vulto. Muitos vínculos diferentes ou, em parte, interligados estão aí envolvidos. Penrose (1959) forneceu os elementos duma análise, que interligou o crescimento e a estrutura da firma com a natureza do "management". Recentemente, Williamson, num grande número das suas obras, estabeleceu a interligação do tema dos custos de transacção com outros vínculos conceituais, numa série de análises muito concludentes do alcance da firma ou da sua estrutura organizativa e das questões políticas relacionadas com esta (1970, 1975).

Uma linha de investigação com base na Harvard Business School examinou um conceito de estratégia e a sua

relação com a estrutura da firma; a análise histórica de Chandler (1962, 1971) exerceu uma influência especial, sob este ponto de vista.

Na realidade, as firmas são complexas organizações sociais, o que significa que as decisões são tomadas por meio duma rede de processos e métodos formais e não formais, o que influencia tanto a característica como a eficiência dessas decisões. Na história da maior parte das ciências verificam-se tendências no sentido da análise de conjuntos maiores ou no do exame aturado de unidades mais pequenas e mais determinantes. Tenho a impressão de que na maior parte dos sectores teve a supremacia a tendência para a análise de mais micro-unidades. Tanto na Física como na Biologia, fizeram-se progressos (nas últimas três décadas) devido ao facto de se ter vindo a examinar seres cada vez menores — na Física mediante análise de partículas fundamentais e na Biologia, por meio da análise dos elementos essenciais que determinam a genética.

Em geral, as Ciências Económicas não acompanham esta tendência, se bem que exista algum trabalho desta natureza.

A questão de como pessoas individuais, em firmas de grande número de pessoal, influenciam as decisões da firma, parece ser uma pergunta muito natural. Vamos expor agora uma série de ideias desenvolvidas por Herbert Simon (da chamada Escola Carnegie do comportamento em relação à firma). Este grupo rejeita opiniões preconcebidas e pressupostos e confia na observação do comportamento. O "behaviorismo" rejeita, pois o pressuposto (condição) da análise marginal de que a actuação económica é guiada pela ideia dos objectivos no sentido de maximizar o atingimento dos objectivos através de determinados meios e de que se pode fazer derivar a actividade comercial do postulado de que as firmas procuram maximizar os lucros em termos de dinheiro. Em vez disso, somos levados a observar a forma como os comerciantes agem efectivamente e através de que processos eles tomam as suas decisões.

Regra geral, as obras desta escola contêm uma série de ideias grandiosas sobre os mecanismos internos das firmas. Podemos enumerar dez ideias básicas desta escola:

1) Começamos pelo famoso conceito de Simon: a satisfação. O comportamento com base na satisfação é uma alternativa ao comportamento da maximização. Isto

tanto diz respeito a um único decisor, como a um grupo ou a uma firma de muitas pessoas.

- 2) Racionalidade limitada. Uma firma não pode entender totalmente o mundo económico, por este ser demasiado complexo; assim, tem que se compreender que as tentativas das firmas para serem bem sucedidas são determinadas pelos modelos subjectivos destas ou suas interpretações da realidade económica.
- 3) Uma multiplicidade de objectivos.
- 4) Atenção posta nos objectivos numa sequência regular.
- 5) "Feedback".
- 6) Processos comuns a nível da empresa.
- 7) Resistência à alteração, excepto "sob coacção".
- 8) Coligações para resolução de conflitos.
- 9) Abrandamento a nível da organização para estabilização das coligações.
- 10) Manutenção da rendabilidade.

Nesta linha, oito das dez características não se reportam necessariamente a um princípio "micro-micro". As duas que respeitam à parte interna da firma, são a n.º 8 "Coligações para resolução de conflitos" e a n.º 9 "Abrandamento a nível de organização para estabilização das coligações".

Nesta teoria pressupõe-se que existem cinco objectivos organizativos (n.º 3 "Multiplicidade dos objectivos"), nomeadamente um objectivo de produção, um de inventário, um de compra, um de participação no mercado e um de lucro. Estes objectivos são tema das negociações entre os vários membros da "coligação" que constitui a organização comercial. Também se pressupõe que os objectivos são alterados continuamente e que são tratados como força diferente.

BIBLIOGRAFIA

- Cyert, Richard M.; Simon, Herbert, A. "The behavorial approach: With emphasis in economics" *Behavorial Science*, Vol. 28, 1983, pp. 95-109.
- Machlup, Fritz "Theories of the Firm: Marginalist, Behavioral, Managerial" *American Economic Review*, Março 1967, pp. 1-33.
- Porter, Michael E. "How competitive forces shape strategy" *Harvard Business Review*, Abril 1979, pp. 137-145.

² Porter, Michael E.; "How competitive forces shape strategy", pág. 137.