

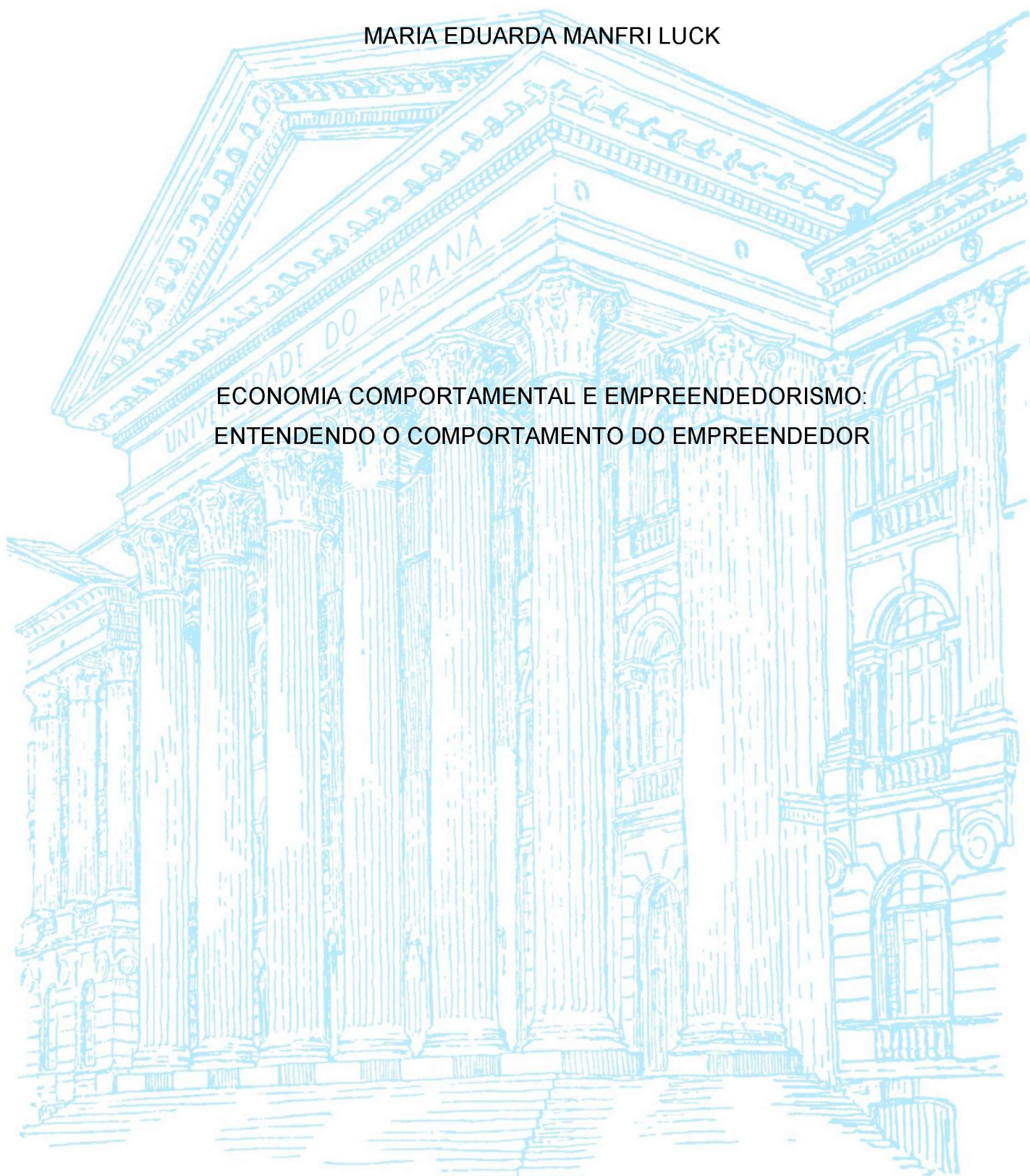
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ

MARIA EDUARDA MANFRI LUCK

ECONOMIA COMPORTAMENTAL E EMPREENDEDORISMO:
ENTENDENDO O COMPORTAMENTO DO EMPREENDEDOR

CURITIBA

2021



UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ

MARIA EDUARDA MANFRI LUCK

ECONOMIA COMPORTAMENTAL E EMPREENDEDORISMO:
ENTENDENDO O COMPORTAMENTO DO EMPREENDEDOR

Trabalho de Conclusão do Curso de Graduação em
Economia da Universidade Federal do Paraná,
apresentado como requisito parcial à obtenção do título
de Bacharel em Economia

Orientadora: Professora Doutora Adriana Sbicca
Fernandes

CURITIBA

2021

RESUMO

A economia comportamental trabalha com diversos elementos que buscam explicar a racionalidade limitada dos indivíduos. Entre esses elementos, está a ideia de que os indivíduos possuem um sistema dual de pensamento, os chamados sistema 1 e sistema 2, que agem, respectivamente, de forma mais automática ou mais deliberada nos processos cognitivos do indivíduo, incluindo o processo de tomada de decisão. Além da dualidade do pensamento, o processo de tomada de decisão sofre influência de elementos como heurísticas e vieses, conceitos que serão bastante explorados. Esses elementos também apresentam influência sobre processos cognitivos de um importante agente econômico, o empreendedor. É a relação da figura do empreendedor com os elementos da economia comportamental que este trabalho explora. Para analisar o empreendedor sob a ótica da economia comportamental, o definimos como um indivíduo que possui algumas características distintas dos demais. A utilização de elementos da economia comportamental em análises ao empreendedor, demonstra que muitos dos elementos estudados por ela são atributos do empreendedor ou agem diretamente sobre ele. Embora o trabalho não consiga apontar um elemento único e exclusivo que diferencie os empreendedores dos demais agentes da economia, ele faz interessantes ponderações sobre alguns elementos da economia comportamental que se mostram mais presentes nos empreendedores, ou o cercam mais de perto. Além de trazer a perspectiva das firmas para as análises da economia comportamental.

Palavras chave: Economia comportamental, Comportamento do Empreendedor, Heurísticas e Vieses.

ABSTRACT

The behavioral economics works with several elements that try to explain the bounded rationality of an individual. Among these elements, is the idea that individuals have a dual system of thought, the so-called system 1 and system 2, which act, respectively, more automatically or more deliberately on the individual's cognitive processes, including the decision-making process. In addition to the duality of thought, the decision-making process is influenced by elements such as heuristics and biases, concepts that will be extensively explored. These elements also influence the cognitive processes of an important economic agent, the entrepreneur. It is the relationship between the figure of the entrepreneur and the elements of behavioral economics that this work explores. To analyze the entrepreneur from the perspective of behavioral economics, we define him as an individual who has some characteristics that are distinct from others. The use of behavioral economics elements in entrepreneurial analysis demonstrates that many of the elements studied by it are attributes of the entrepreneur or act directly on him. Although the work fails to point out a single and exclusive element that differentiates entrepreneurs from other economic agents, it makes interesting considerations about some elements of behavioral economics that are more present in entrepreneurs, or that surround them more closely. In addition to bringing the perspective of firms to the analysis of behavioral economics.

Key Words: Behavioral Economics, Entrepreneur Behavior, Heuristics and Biases.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	6
2. ECONOMIA COMPORTAMENTAL.....	7
2.1. AS DUAS FORMAS DE PENSAMENTO	7
2.2. HEURÍSTICAS E VIESES	8
3. ALGUMAS ABORDAGENS A RESPEITO DO EMPREENDEDOR	16
3.1. A VISÃO SCHUMPETERIANA.....	16
3.2. A VISÃO AUSTRÍACA.....	17
3.3. OUTRAS VISÕES	18
3.4. PERSPECTIVA PSICOLÓGICA.....	19
4. COMPORTAMENTO DO EMPREENDEDOR.....	21
4.1. EXCESSO DE CONFIANÇA	21
4.2. PERCEPÇÃO DE RISCO.....	25
4.3. ILUSÃO DE CONTROLE	27
4.4. HEURÍSTICA DA DISPONIBILIDADE.....	28
4.5. VIÉS DO STATUS QUO.....	28
4.6. CONSIDERAÇÕES SOBRE AS INFLUÊNCIAS DA ECONOMIA COMPORTAMENTAL	30
5. CONCLUSÃO.....	32
6. REFERÊNCIAS.....	34

1. INTRODUÇÃO

Relativamente nova, a economia comportamental é uma disciplina que busca incorporar fatores psicológicos às análises econômicas. As características subjetivas, cognitivas e psicológicas do ser humano costumam ser importantes fatores para explicar o comportamento do consumidor, por isso, é comum vermos a economia comportamental associada a análises de comportamento do agente econômico. Porém, no fim do dia, toda a economia é composta por pessoas, e a análise psicológica pode trazer benefícios se associada a outros agentes econômicos.

Pensando nisso, uma importante figura vem à mente, o empreendedor. O empreendedorismo é foco de estudo de diversas escolas de pensamento econômico. E frequentemente o papel do empreendedor é associado a inovação e contribuições significativas para a sociedade, como a geração de novos empregos, por exemplo. Analisar psicologicamente um agente econômico de tamanha relevância pode ser bastante interessante.

São exploradas algumas características essenciais ao empreendedor apontadas por autores que têm como figura central de sua análise, como Joseph Schumpeter e Israel Kirzner. O objetivo deste trabalho é relacioná-las com a literatura de economia comportamental, que salienta como o empreendedor é influenciado pelas suas limitações cognitivas e tendências psicológicas. O foco principal é tanto o processo de tomada de decisões referentes ao empreendimento, quanto a decisão de começar a empreender.

Na primeira seção são apresentados alguns conceitos fundamentais da economia comportamental enquanto área da ciência econômica. Em seguida, serão exploradas algumas das principais definições do empreendedor e da sua atividade, permeando entre escolas de pensamento diversas, principalmente as interpretações de Schumpeter e da escola Austríaca. Por fim, os conceitos apresentados serão associados a heurísticas, vieses e características cognitivas que agem sobre o empreendedor e descritas algumas consequências dessa influência.

2. ECONOMIA COMPORTAMENTAL

Economia comportamental é um campo da ciência econômica que busca mesclar os conceitos da economia com elementos de psicologia, que traduzem de forma mais complexa o comportamento dos seres humanos enquanto agentes econômicos. A teoria comportamental se afasta da ideia de que os agentes têm preferências bem-comportadas, expectativas lógicas e racionalidade perfeita e completa quando tomam suas decisões econômicas. De forma bastante resumida, a economia comportamental busca, através da combinação entre disciplinas, trazer mais realismo para as análises econômicas.

A economia comportamental leva em consideração a limitação da capacidade cognitiva dos seres humanos, e entende que essa limitação não pode ser desconsiderada na análise do comportamento econômico dos indivíduos. Em especial quando há uma decisão a ser tomada.

Para começar a entender mais profundamente as análises realizadas dentro desse campo da economia, é importante a compreensão de alguns conceitos.

2.1. AS DUAS FORMAS DE PENSAMENTO

Estudos recentes na economia experimental e psicologia destacam que as pessoas não têm a capacidade de formar expectativas racionais pesando todos os custos e benefícios, ou levando em consideração todos os atributos das alternativas de escolha, mas sim tentam aprender com o comportamento e as atitudes dos outros e com eventos ou fenômenos mais memoráveis, que captam sua atenção (KOELLINGER et al., 2005). Esse processo intuitivo de aprendizado se mostra no processo de tomada de decisão dos indivíduos e é contemplado nas análises da economia comportamental.

Os seres humanos são complexos, tal como sua racionalidade. Entendendo isso, em seu livro *Rápido e Devagar: Duas Formas de Pensar*, Daniel Kahneman (2011) explora o funcionamento da mente humana. A proposta adotada no decorrer do livro, para explicar a construção do pensamento, é a de que a mente opera com dois sistemas.

O sistema 1 opera automática e rapidamente, com pouco ou nenhum esforço e nenhuma percepção de controle voluntário. O sistema 2 aloca atenção às atividades mentais laboriosas que o requisitam, incluindo cálculos complexos. As operações do sistema 2 são muitas vezes associadas com a experiência subjetiva da atividade, escolha e concentração. (KAHNEMAN, 2011, p. 29)

Os dois sistemas apresentados operam em conjunto na racionalidade humana. Sendo o sistema 1 aquele que permanece em constante estado de alerta, e é capaz de identificar impressões e sensações de forma involuntária. É o responsável pela intuição e percepção rápida. Enquanto o sistema 2 é acionado deliberadamente, quando se faz necessária uma reflexão mais complexa e profunda sobre o problema apresentado.

O foco do estudo de Kahneman, está na operação do sistema 1, e como ele é responsável pela maioria das decisões que tomamos, sendo o que nos dá impulsos iniciais e respostas imediatas a situações. O sistema 1 permite que realizemos atividades simples de maneira intuitiva, sem exigir grande esforço mental, sendo o responsável pela tomada de decisões de forma mais automática, e não tão deliberada quanto seria uma decisão tomada pelo sistema 2. O sistema 1 também é capaz de nos permitir a realização de atividades complexas, simplificando-as, através dessa automatização do pensamento.

É importante destacar que o sistema 1 não provoca somente decisões equivocadas, embora quando descrito tão brevemente possa parecer. Pelo contrário, na maioria das situações em que agimos de acordo com o sistema 1, as respostas obtidas são apropriadas e satisfatórias (KAHNEMAN, 2011).

Entretanto, se o agente utilizando o sistema 1 se depara com uma questão que não pode responder com prontidão e rapidez, ele buscará uma questão associada à inicial, que seja de menor complexidade, e vai responder a essa segunda questão. Isso pode gerar desvios cognitivos, ou seja, levar à tomada de decisões enviesadas. Esses conceitos serão explorados mais à frente.

2.2. HEURÍSTICAS E VIESES

Nos anos em que se ampliou a pesquisa em economia comportamental, foram observados empiricamente alguns fatores que afetam a ideia de que o indivíduo tem

uma racionalidade perfeita, conforme previamente mencionado, fazendo com que a decisão final não seja a mais adequada. Quando falamos em decisões adequadas, a ideia remete ao ser humano com racionalidade perfeita, que avalia todos os fatos e possibilidades afim de tomar uma decisão que vá maximizar seu bem estar. Mas, a partir de uma breve análise do que ocorre empiricamente, percebe-se que os seres humanos não funcionam assim.

Entre os fatores que caracterizam os seres humanos, podem ser destacadas tendências e efeitos psicológicos que atuam sobre o processo de tomada de decisão. Para a compreensão desses efeitos psicológicos sob a perspectiva da economia comportamental, alguns conceitos importantes serão definidos.

O conceito de viés é frequentemente associado ao conceito de heurística. Quando se diz que a decisão tomada foi enviesada, quer-se dizer que foi uma decisão tendenciosa, influenciada por algum fator externo, de forma que o objetivo final do tomador daquela decisão não foi atingido, podendo gerar um arrependimento. Decisões afetadas por vieses também podem gerar a escolha de uma opção claramente pior do que outras disponíveis. A origem de um viés pode se dar através da simplificação de algumas questões que exigiriam uma análise mais detalhada. Essa simplificação das questões é uma maneira de utilizar as heurísticas, como perguntas heurísticas.

Apesar de o foco do estudo de heurísticas e vieses na economia comportamental estar em práticas de intuição que podem causar erros na tomada de decisão, é importante manter em mente que o ser humano é sensato e ajuizado em grande nível, e na maior parte do tempo faz julgamentos e toma decisões apropriadas.

O dicionário Priberam (2021) de língua portuguesa define heurísticas como um “método que pretende levar a inventar, descobrir ou a resolver problemas”. Essa definição, embora simples, pode ser bastante útil para o entendimento de como esse conceito se aplica sobre o pano de fundo da economia comportamental.

As heurísticas são abordagens para a solução de problemas que levam em consideração a experiência pessoal de cada um, agilizando o processo de tomada de

decisão e reduzindo a quantidade de informações necessárias para tomar uma decisão ou fazer julgamentos (DALE, 2015).

Não seria coerente falar do estudo de heurísticas sem mencionar Amos Tversky e o já citado Daniel Kahneman. A colaboração dos dois autores (TVERSKY e KAHNEMAN, 1974) partiu da percepção a respeito de noções estatísticas, e como essas não são acessadas intuitivamente quando um indivíduo precisa tomar uma decisão. A partir dessa constatação, Tversky e Kahneman (1974) afirmam que muitas decisões são tomadas com base no julgamento da probabilidade de ocorrência de determinado evento, e esse julgamento de probabilidades não é exatamente preciso. Isso caracteriza decisões tomadas a partir de heurísticas, princípios que reduzem a complexidade da questão que requer uma resposta do indivíduo.

Para introduzir o funcionamento das heurísticas, Tversky e Kahneman (1974) citaram três heurísticas observadas: representatividade, disponibilidade e ancoragem. Nos anos que se seguiram, porém, muito se desenvolveu a respeito da heurística da ancoragem, que ficou mais conhecida como efeito de ancoragem. Esse efeito está intimamente ligado a primeira impressão do indivíduo sobre algo. Sua origem pode vir através de processos deliberados, atuando no sistema 2, ou através de um efeito *priming*, a forma com um estímulo inicial pode afetar a resposta de um indivíduo a estímulos subsequentes, atuando no sistema 1 (KAHNEMAN, 2011).

Para os propósitos desse trabalho, o foco será nas heurísticas de representatividade e da disponibilidade. Embora a ancoragem tenha relação com os empreendedores enquanto seres humanos, a representatividade e a disponibilidade se associam mais de perto com outros elementos que cercam o empreendedor, como a percepção de risco, por exemplo.

Antes de descrever as heurísticas mais profundamente destaca-se uma importante conclusão. Com a condução de diversos experimentos, Tversky e Kahneman concluíram que os julgamentos realizados a partir dessas heurísticas podem causar decisões equivocadas. Porém, esses equívocos não são causados por motivação, como recompensas ou penalidades, mas acontecem de forma subconsciente. Muitos dos graves erros de julgamento constatados no decorrer dos experimentos realizados foram cometidos pelos indivíduos enquanto eram encorajados a tomar a decisão que

apresenta maior benefício/custo. Essa constatação é importante para a forma como os efeitos das heurísticas sobre a tomada de decisão são interpretados.

As heurísticas são utilizadas como regras de bolso baseadas em experiências do indivíduo, não sendo regras necessariamente precisas. Essas “regras de bolso” facilitam a tomada de decisão do indivíduo (KAHNEMAN, 2011). Em uma situação em que o indivíduo não possua todas as informações necessárias para tomar uma decisão que maximize sua utilidade, é comum que heurísticas sejam utilizadas para viabilizar ou facilitar essa tomada de decisão. As heurísticas, de forma resumida, são responsáveis por simplificar a pergunta a ser respondida ou o processo de tomada de decisão em si.

A decisão baseada em heurísticas pode gerar vieses cognitivos. Quando uma situação é simplificada para facilitar sua análise, detalhes que seriam importantes para uma decisão mais alinhada com as preferências do tomador de decisão podem passar despercebidos. Com isso, a percepção sobre a questão muda, fazendo com que as decisões tomadas possam ser tendenciosas.

Dessa forma, não é incomum se deparar com heurísticas e vieses sendo tratadas de forma unificada. Algumas dessas heurísticas e vieses foram observadas e classificadas ao longo do desenvolvimento da economia comportamental como área de pesquisa. Muitas dessas inclusive estão associadas a fatores frequentemente ligados ao papel do empreendedor, figura central na análise realizada pelo presente trabalho.

Existem inúmeras classificações e tipos de heurísticas e vieses. Para os propósitos deste trabalho, algumas delas serão descritas.

Um bom ponto de partida para a melhor compreensão do funcionamento das heurísticas é a partir das situações citadas por Tversky e Kahneman (1974), relacionadas a noções de probabilidade e estatística.

A heurística de disponibilidade, para começar, é utilizada quando a situação exige que o indivíduo avalie a frequência ou possibilidade de ocorrência de determinado evento (TVERSKY e KAHNEMAN, 1974). Esse era o entendimento inicial da heurística da disponibilidade, que os julgamentos sobre a ocorrência de alguns

eventos seriam influenciados por experiências anteriores dos indivíduos. Mais tarde, Kahneman (2011, p. 165) a define como o processo de julgar a frequência segundo a “facilidade com que as ocorrências vêm à mente”.

Com o passar do tempo e avanço dos estudos, porém, a disponibilidade passa a ser associada simplesmente com a facilidade com que as informações sobre determinado assunto vêm à mente, mesmo que o indivíduo não tenha nenhuma experiência pessoal com aquele assunto.

A heurística de disponibilidade está intimamente ligada à avaliação de risco dos indivíduos. Kahneman (2011) cita o exemplo estudado pelo economista Howard Kunreuther. O economista constatou que a disponibilidade se relaciona com o padrão de aquisição de seguros e medidas de proteção. Embora o fato de um evento, como um terremoto, por exemplo, não ter mais ou menos possibilidade de ocorrer dependendo da percepção que um indivíduo tem da frequência em que um evento como esses ocorre, isso o influencia quando pensa em adquirir um seguro residencial.

A segunda heurística mencionada é a da representatividade. Essa heurística faz com que as pessoas julguem situações atuais baseadas em experiências passadas. Geralmente utilizada quando as pessoas precisam julgar a probabilidade de um evento ou objeto A pertencer à classe ou processo B (TVERSKY e KAHNEMAN, 1974). Gerando os estereótipos, por exemplo.

A representatividade engloba diversos fatores, entre eles, a desconsideração quanto a conceitos de estatística. Fazendo com que os indivíduos generalizem constatações observadas em pequenas amostras de dados para um universo muito maior de informações (TVERSKY e KAHNEMAN, 1974).

Outro fator que pode comprometer o julgamento na tomada de decisão do indivíduo é o excesso de confiança. O excesso de confiança é uma percepção distorcida, e normalmente associada à possibilidade do próprio sucesso, no sentido de que as próprias habilidades são sistematicamente superestimadas (KOELLINGERM et al., 2005).

Russo e Schoemaker (1992) associam a ocorrência do excesso de confiança a alguns fatores heurísticos que influenciam o processo da tomada de decisão, como a

já mencionada heurística de disponibilidade. A utilização dessa heurística na tomada de decisão faz com que o indivíduo tenha dificuldade em imaginar alternativas sobre a ocorrência dos eventos que está julgando. Visto que o sujeito não enxerga a situação de outras perspectivas, a tendência é que a pessoa esteja mais confiante em uma decisão que foi tomada com base em menos possibilidades do que as realmente existentes.

É importante, porém, destacar que o excesso de confiança não é necessariamente uma característica negativa, e é um fator importante para o desenvolvimento de projetos ambiciosos (RUSSO e SCHOEMAKER, 1992). O excesso de confiança terá um papel fundamental no comportamento do empreendedor, analisado mais à frente.

Conforme mencionado anteriormente, decisões tomadas a partir dessas análises simplificadas podem gerar vieses cognitivos. Muitos vieses cognitivos também foram estudados e classificados pela economia comportamental.

Para os fins desse trabalho, destaca-se o viés do status quo. Status quo pode ser visto simplesmente como manter as coisas da forma como estão, e esse viés cognitivo implica em tomada de decisões que mantenham o estado atual das coisas. É possível relacionar a presença desse viés cognitivo com o perfil de risco em tomadas de decisões financeiras. Para isso, Samuelson e Zeckhauser (1988, apud SAURIN et al., 2011), definem o viés do status quo afirmando que esse viés demonstra a forte tendência dos seres humanos em manter o estado atual das coisas, por acreditarem que as desvantagens de uma mudança parecem maiores do que as vantagens. Dessa forma, decisões influenciadas pelo viés do status quo podem, de certa forma, conter avanços que configurem grandes mudanças no estado atual das coisas.

A avaliação do risco também será fator fundamental ao discutirmos o comportamento do empreendedor e, de acordo com a economia comportamental, é influenciada por heurísticas e vieses cognitivos. Por isso, o tema será um pouco explorado sob a perspectiva da economia comportamental.

Risco não é uma medida que existe por si só, e vem acompanhado de uma comparação, uma forma de mensuração. Paul Slovic (2000, apud KAHNEMAN, 2011) argumenta e associa o conceito de risco com a heurística de disponibilidade. Segundo

Kahneman, Slovic afirma que, visto que o risco deve ser mensurado, existe a clara possibilidade de que as escolhas relacionadas ao risco sejam orientadas segundo as preferências do indivíduo, medindo o risco em relação a diferentes referenciais. Assim, por mais que subconscientemente, os indivíduos podem utilizar a heurística de disponibilidade para julgar situações que envolvem risco, a mesma situação pode representar diferentes níveis de risco para diferentes indivíduos, de acordo com suas percepções.

Quando tratamos de risco, Slovic (2016) afirma que enquanto analistas especializados em risco empregam uma análise mais profunda e detalhada sobre o tema, a maioria das pessoas avalia o risco a partir de análises intuitivas, chamadas de percepções de risco. O estudo do risco sob uma perspectiva psicológica, partiu de estudos sobre a avaliação de probabilidade, de utilidade e do processo de tomada de decisão, e está relacionado a utilização de heurísticas, e os vieses causados por elas. Slovic (2016) aponta que pesquisas realizadas sobre as percepções e o sistema cognitivo dos seres humanos mostraram que fatores como a dificuldade em compreender processos estatísticos de probabilidade afetam o julgamento dos indivíduos também em situações de risco, o que vai ao encontro das constatações de Tversky e Kahneman (1974) sobre a ocorrência de heurísticas. Além disso, experiências pessoais enganosas, as ansiedades geradas pela incerteza da vida e até coberturas midiáticas podem fazer com que os riscos sejam mal avaliados e os julgamentos sejam de fato realizados com uma falsa certeza (SLOVIC, 2016). Essa falsa certeza também se relaciona com o excesso de confiança, previamente mencionado.

Analisando alguns dos resultados de estudos psicométricos sobre percepção de risco, os resultados demonstram que o conceito de risco não é universal, e representa coisas diferentes para diferentes pessoas (Slovic, 2016). Em sua análise ao estudo de Chauncey Starr (1969) sobre preferência expressas, que buscava criar um método para pesar os riscos tecnológicos e os benefícios trazidos por eles, Slovic (2016) conclui também que as pessoas são mais dispostas a tolerar riscos mais elevados por atividades que são consideradas por elas como altamente benéficas.

Esse conceito de julgamento de risco pode facilmente ser relacionado com o papel do empreendedor, devido à natureza da atividade empreendedora, que envolve grau significativo de risco.

Relacionada a percepção de risco, há o conceito de ilusão de controle. Definida como a ideia de que os indivíduos teriam a capacidade de antecipar eventos sobre os quais não têm controle, a ilusão de controle se manifesta em eventos que são, em sua essência, aleatórios. Essa ilusão também pode acontecer em situações sobre as quais as ações do indivíduo não afetam o resultado final. Como exemplo, Gino et al. (2010) mencionam os botões presentes em semáforos de pedestres em Nova York, que já não fazem nenhum efeito sobre a velocidade com que o semáforo abre desde os anos 80 e mesmo assim, ainda são utilizados diariamente pelas pessoas.

Mais à frente será explorada a ideia de como os conceitos apresentados se relacionam e podem influenciar o empreendedor em sua tomada de decisão.

3. ALGUMAS ABORDAGENS A RESPEITO DO EMPREENDEDOR

Entendendo a importância da figura do empreendedor na economia, frequentemente associada ao desenvolvimento econômico, e à responsabilidade de trazer inovações e crescimento para a sociedade, muito tem se discutido sobre o que define um empreendedor. Antes de relacionarmos os conceitos da economia comportamental ao empreendedor, precisamos entender esse importante agente econômico. Para isso, buscaremos a definição do conceito de empreendedor segundo algumas perspectivas.

Ferreira et al. (2015), analisam o histórico da pesquisa em empreendedorismo e constataram que entre os artigos publicados a respeito do tema, o texto “*The theory of economic development*” de Schumpeter (1934) se destaca como o mais citado. No texto de 1934, Schumpeter define sua abordagem ao empreendedor como o indivíduo que em sua atividade, de alguma forma, incute a inovação.

3.1. A VISÃO SCHUMPETERIANA

Schumpeter foi, de fato, um grande nome quando falamos de empreendedorismo, e suas ideias foram de grande influência para a pesquisa sobre o tema. De acordo com Burmeister e Schade (2007), Joseph Schumpeter define empreendedores como os responsáveis pela inovação em uma sociedade. O texto faz a seguinte citação do texto de Schumpeter.

The essence of the entrepreneur's function lies in the identification and implementation of new opportunities... [For example, the] ... production and implementation of new products or new product qualities... [and the] ... development of new markets. (Joseph Schumpeter³, 1928 citado por Burmeister e Schade, 2007).

Dessa forma, para que possam de fato incutir inovação na sociedade, esses agentes econômicos possuiriam uma habilidade distinta dos demais participantes da economia no que diz respeito à percepção de oportunidades. Schumpeter vai além, e define como a essência do empreendedor a identificação e implementação de novas oportunidades (SCHUMPETER, 1928, apud BURMEISTER e SCHADE, 2007).

Vaz-Curado e Muller (2019), também apresentam o conceito do empreendedor como figura principal na teoria de Schumpeter sobre desenvolvimento. O

empreendedor aparece como a figura que move a economia adiante, criando novos bens, serviços e métodos de produção, que até então não haviam sido pensados por outros agentes da economia. Para isso, o empreendedor deve quebrar o funcionamento usual da economia, rearranjando os fatores de produção e criando novas ordens de produção e de consumo. Dessa forma, as ações do empreendedor Schumpeteriano são responsáveis por provocar desequilíbrio, a chamada “destruição criativa”.

Para entender a ação do empreendedor sobre o equilíbrio da economia, Schumpeter parte sua análise do chamado fluxo regular de equilíbrio. Horta (2002) explica que esse fluxo pode ser descrito a partir de uma função onde a maioria dos parâmetros está em equilíbrio. Estando nesse equilíbrio, a economia segue um caminho monótono. O equilíbrio das variáveis do fluxo é determinado a partir da concorrência.

Um ponto importante sobre a determinação do fluxo regular de equilíbrio é que nenhum agente econômico consegue isoladamente alterar o equilíbrio de mercado. Embora o fluxo regular admita melhorias na produtividade, essas acontecem a partir de mudanças tecnológicas na função de produção e aperfeiçoamento do trabalho, que advém de tecnologias já conhecidas, que apenas foram incorporadas à produção.

O desenvolvimento econômico trazido pelo empreendedor deve acontecer para além do fluxo regular de equilíbrio. Horta (2002) cita que o desenvolvimento econômico para Schumpeter acontece a partir de combinações de fatores de produção que tenham efeitos irreversíveis na função de produção. Um exemplo de desenvolvimento econômico dentro desse conceito é a introdução de um novo produto no mercado.

Portanto, pode-se dizer que para Schumpeter, de maneira resumida, o empreendedor é um indivíduo que traz a inovação para a sociedade. E, para isso, é capaz de identificar novas oportunidades e redistribuir fatores de produção.

3.2. A VISÃO AUSTRÍACA

Ainda fazendo menção ao texto de Vaz-Curado e Muller (2019), pode-se trazer a perspectiva da escola Austríaca a respeito do empreendedor.

Apesar das diversas similaridades com a teoria de Schumpeter, ambas colocando o empreendedor como o responsável por mover a economia adiante, criando novos bens e formas de produção, as teorias divergem em alguns pontos. Enquanto a atuação do empreendedor Schumpeteriano gera um desequilíbrio, mesmo que momentâneo, para a escola Austríaca, o empreendedor atua em situações em que há um desequilíbrio, de forma a mover a economia a uma situação de equilíbrio (VAZ-CURADO e MULLER, 2019).

A abordagem individualista da escola Austríaca sobre as ações econômicas considera que as ações humanas são realizadas com base em julgamentos de valores subjetivos e o mercado é estudado como um processo. No que diz respeito ao empreendedor, de forma resumida, o principal elemento da atividade empresarial é a capacidade do empreendedor de identificar oportunidades inexploradas, situações de desequilíbrio, e atuar sobre elas. É como se o empreendedor fosse o responsável por realizar os ajustes de mercado, atuando em situações de desequilíbrio estático previamente existentes.

Para Kirzner, o empreendedor é definido pela descoberta de oportunidades, com o intuito de criar e capturar valor econômico (KLEIN e BYLUND, 2014). Essa descrição traz a percepção de oportunidades para o centro da discussão a respeito do empreendedor. Shane e Venkataraman (2000, apud KLEIN E BYLUND, 2014) definem oportunidades como situações em que novos bens, serviços, matérias-primas e métodos de organização podem ser introduzidos e vendidos por valores mais altos do que seu custo de produção.

3.3. OUTRAS VISÕES

Sob outra perspectiva, Åstebro et al. (2014), analisam as constatações de Frank Knight. Knight (1921, apud ÅSTEBRO et al., 2014) apresenta a ideia de que os pré-requisitos para a atividade empresarial são uma combinação de retornos altamente incertos, que não têm uma distribuição objetivamente conhecida. Bem como, a habilidade do empreendedor em perceber oportunidades com mais clareza do que outros. O trabalho de Frank Knight focou em encontrar o que fazia indivíduos que perseguiram a atividade empreendedora distintos dos demais.

Alfred Marshall (1982, apud GOMES et al., 2013) define o empreendedor como alguém que é capaz de julgar com prudência e correr riscos corajosamente. Para ele, o empreendedorismo se relaciona com habilidades que poucas pessoas detêm, embora considerasse que essas habilidades podem ser adquiridas.

O fato que parece ser consenso entre essas teorias econômicas é que o empreendedor exerce um papel fundamental na economia, e que algo o diferencia dos demais agentes.

3.4. PERSPECTIVA PSICOLÓGICA

Buscando aproximar as definições econômicas de empreendedor com os conceitos de economia comportamental apresentados previamente, analisar o empreendedor a partir de uma ótica psicológica também pode ser interessante. Essa perspectiva pode vir a partir do livro de Shepherd e Patzelt (2018), "*Entrepreneurial Cognition; Exploring the Mindset of Entrepreneurs*". O texto traz um panorama psicológico sobre o empreendedor e explica que a noção de que os empreendedores são de fato diferentes dos demais indivíduos é fator determinante para a pesquisa sobre o perfil desse agente.

De acordo com os autores, os seres humanos possuem um estado de bem estar definido pelo equilíbrio entre a sensação de pertencimento e de distinção. um dos pontos levantados no texto é sobre a possibilidade de se diferenciar dos demais a sua volta que a atividade empreendedora permite ao indivíduo. Podendo esse caráter ser um dos motivadores para que o indivíduo comece a empreender.

Além dessa ideia, a motivação pela paixão também é considerada como um fator para o empreendedor iniciar as atividades. Tarefas que impulsionam o esforço, a persistência e eventualmente levam ao sucesso são chave para o processo do empreendedorismo e podem ser atividades bastante apaixonantes para os agentes econômicos. (SHEPHERD e PATZELT, 2018)

Para explicar a diferenciação de atitude entre os empreendedores e os demais agentes econômicos, é possível seguir algumas linhas de pensamento. A primeira, supondo que os indivíduos que não desenvolvem atitudes empreendedoras apenas não foram expostos a situações que fariam com que essa postura empresarial

puddesse acontecer, e simplesmente não tiveram oportunidade de empreender. A outra forma de encarar o fato, é assumindo que os agentes são realmente diferentes, e os empreendedores apresentam características que os distinguem das outras pessoas.

4. COMPORTAMENTO DO EMPREENDEDOR

Conforme indicado anteriormente, algumas características podem ser determinantes a levar um indivíduo a começar uma atividade empreendedora. A percepção desse indivíduo sobre suas próprias habilidades, conhecimentos e experiências tem papel fundamental na decisão de começar a empreender. Da mesma forma, o medo de falhar é um dos fatores que reduz a chance de um indivíduo de começar a empreender. No fim do dia, o que influencia o indivíduo a se tornar empreendedor, ou não, são diversos fatores que agem sobre a sua percepção das situações, em especial sobre suas chances de sucesso (KOELLINGER, et al., 2005). E é isso que será explorado aqui.

A possibilidade de insucesso das empresas também pode ser analisada sob a perspectiva da economia comportamental e a influência das heurísticas nesse insucesso. A análise se mostra relevante, considerando possibilidade de falência de novas empresas. Considerando estatísticas dos Estados Unidos da América para os últimos 25 anos, a chance de falência de novas empresas é de 20% no primeiro ano de sua formação, e após 5 anos, apenas cerca de metade das empresas sobrevive (SINGH, 2020).

Para começar, serão analisadas heurísticas que influenciam a forma como o empreendedor julga suas próprias habilidades e conhecimentos. Além da grande influência na decisão de começar a empreender, esses fatores também o influenciaram no decorrer do negócio, uma vez que já empreendedor.

4.1. EXCESSO DE CONFIANÇA

Analisando o estudo de Koellinger et al. (2005), que utiliza pesquisas realizadas em 18 países¹, para estudar variáveis que tenham um impacto significativo na decisão de um indivíduo de iniciar um negócio, mesmo com a constatação de que muitas empresas falham logo em seu início. A análise constatou em todos os países da amostra uma relação entre percepções subjetivas e tendenciosas e a criação de

¹ Argentina, Canadá, Dinamarca, Finlândia, Alemanha, Hungria, Índia, Israel, Itália, Japão, Nova Zelândia, Polônia, Portugal, Rússia, Cingapura, Coreia do Sul, Suécia e EUA

novos negócios. Tal constatação vai ao encontro do fato de que empreendedores se baseiam significativamente em suas percepções e sua tomada de decisão pode ser enviesada. Na visão do empreendedor, essas percepções subjetivas podem fazer com que seu negócio seja avaliado sob uma perspectiva excessivamente confiante, que gere uma superestimação de sua possibilidade de sucesso.

A presença do excesso de confiança pode ser considerada uma característica cognitiva marcante dos indivíduos empreendedores, e levanta a discussão sobre essa estar entre as determinantes que os despertam a essa atividade. O excesso de confiança por parte do empreendedor pode ser fundamental para o início de empreendimentos, mas pode comprometer a saúde da empresa com o decorrer do tempo, uma vez que pode acarretar em visões distorcidas de situações complexas (INVERNIZZI et al., 2016). Russo e Schoemaker (1992) mencionam um colega de negócios, que resumiu a relação do empreendedor com o excesso de confiança dizendo que é esperado que o empreendedor possua uma inabalável noção de que ele não pode falhar, porém, é preciso garantir que o ego do empreendedor não fique no caminho da melhor decisão para a empresa.

O estudo realizado por Moore e Healy (2008, apud ZHANG e CUETO, 2017) analisou 365 publicações científicas sobre o excesso de confiança, e constatou três principais definições através dessas publicações. A primeira delas é a superestimação do desempenho real de alguém, a segunda é a superestimação do desempenho de alguém em relação a outros (chamado de efeito melhor do que a média), e por fim, a super precisão das crenças de alguém em uma análise. Estudos de heurísticas em relação aos empreendedores incorporaram também essas três definições para conceituar e medir o excesso de confiança.

Buscando entender a amplitude do conceito de excesso de confiança, serão apresentadas algumas definições dentro do contexto do empreendedor. A definição de excesso de confiança, de acordo com Busenitz e Barney (1997, apud INVERNIZZI et al., 2016), é a estimativa exagerada da probabilidade de resultado positivo em determinado evento, se comparado a chance de um resultado negativo do mesmo evento. O conceito é bastante intuitivo, o excesso de confiança se mostra nas atitudes de um indivíduo quando esse sobre avalia a possibilidade de um resultado positivo advir de uma situação. Busenitz e Barney (1997, apud INVERNIZZI et al., 2016)

contextualizam o excesso de confiança como a tendência a superestimar a correção de uma avaliação inicial em relação a situações complexas.

O excesso de confiança é uma característica cognitiva estudada pela economia comportamental que pode causar distorções na percepção do empreendedor, e resultar em decisões enviesadas.

Porém, pode-se argumentar que, devido à relativamente grande chance de insucesso e o ambiente incerto, o excesso de confiança pode ser o que faz o empreendedor começar sua atividade em primeiro lugar. O estudo de Hamilton (2000, apud KOELLINGER et al, 2005) demonstra que, exceto para os 25% mais altos da renda empresarial, se manter em um emprego assalariado faz mais sentido do que começar um novo empreendimento do ponto de vista econômico.

Dessa forma, podemos nos questionar o que faz com que empreendedores comecem novos negócios, e se o excesso de confiança não teria um papel essencial para isso. Empreendedores em estágio inicial podem se beneficiar do excesso de confiança, que pode fornecer energia e entusiasmo para buscar oportunidades apesar dos contextos adversos (INVERNIZZI et al., 2016). O estudo de Cooper et al. (1998, apud KOELLINGER et al., 2005) em que foi constatado que 81% dos empreendedores acreditam que sua chance de sucesso seja de pelo menos 70% ilustra bem essa constatação.

Alguns indivíduos podem começar empreendimento sob a influência do excesso de confiança, mesmo que não possuam as habilidades adequadas para isso. Porém, o fato de começar seu empreendimento pode garantir que aquela pessoa adquirira com o tempo as habilidades para o exercício da atividade, devido ao fato de terem começado em primeiro lugar. O excesso de confiança dos empreendedores também pode ser visto como algo positivo para todos. Os empreendedores exploram oportunidades de negócio e trazem informações e lições valiosas para a sociedade, podendo inclusive beneficiar futuros empreendedores (KOELLINGER et.al, 2005).

Pensando nas decisões inerentes a uma empresa, uma vez que já fundada, o excesso de confiança segue presente no processo cognitivo dos empreendedores. O estudo realizado por Nuijte, et al. (2020) será utilizado para ilustrar a presença e

influência de algumas heurísticas e vieses em decisões cotidianas do empreendedor. Antes de associar o estudo ao excesso de confiança, vamos contextualizá-lo.

Foram conduzidas entrevistas com 14 contadores holandeses que, juntos, já prestaram consultoria para mais de 3.000 empreendedores de pequenas e médias empresas. As entrevistas buscavam relacionar 12 elementos da economia comportamental (ancoragem, disponibilidade, viés de confirmação, arrependimento e pensamento contrafactual, comprometimento em escala, ilusão de controle, excesso de confiança, falácia do planejamento, representatividade, viés do status, heurística do afeto e pensamento em grupo) com 5 categorias de decisões que os empreendedores devem realizar. As categorias de decisões analisadas são: estratégia (como exemplo de decisões: conselhos sobre finanças, estruturação de negócios e transferência de negócios); conformidade regulamentar (como exemplo de decisões: impostos, conformidade (ISO), saúde e segurança); recursos humanos (como exemplo de decisões: folha de pagamento, treinamento e desenvolvimento e recrutamento); tecnologia da informação (como exemplo de decisões: implementação de sistema de informação, segurança e suporte de sistema de TI) e planejamento de sucessão (como exemplo de decisões: herança e transferência de propriedade). Para os propósitos desse trabalho, vamos nos ater aos resultados relacionados a heurísticas e vieses previamente mencionados e que demonstram maior relação a figura do empreendedor, sendo eles: viés do status quo, excesso de confiança, ilusão de controle e heurística de disponibilidade. A ideia principal das entrevistas conduzidas era que os contadores relacionassem as heurísticas e vieses, que foram devidamente introduzidas a eles, aos 5 tipos de decisão que os empreendedores encaram. No fim, podemos utilizar esse interessante estudo para entender onde, e porque, os empreendedores mais utilizam cada heurística e viés.

Falando do excesso de confiança no experimento de Nuijten et al. (2020), os entrevistados, surpreendentemente, constataram o excesso de confiança entre as heurísticas e vieses que mais influenciam a tomada de decisões referentes à tecnologia da informação. Porém, para esse tipo de situação, os motivos para essa ocorrência são um pouco diferentes. Normalmente, são decisões sobre as quais o empreendedor não tem domínio no assunto. Apesar da falta de conhecimento específico do empreendedor em assuntos de TI, o excesso de confiança se apresenta

na forma de confiança naquele que é responsável pelo assunto dentro da empresa. Podemos até associar às decisões tomadas em relação a RH, a confiança é depositada no profissional que será responsável por essa área.

Voltando à associação da utilização do sistema 1 na tomada de decisões a possibilidade de insucesso da empresa. A relação entre o excesso de confiança e o processo de tomada de decisão do empreendedor pode ser fator que explica a alta taxa de insucesso entre novos empreendimentos. (KOELLINGER et al., 2005). O excesso de confiança pode fazer com que o empreendedor não enxergue diversas situações prejudiciais a empresa, ou subestime chances de resultados negativos de forma irreversível.

A teoria da arrogância no empreendedorismo busca explicar o motivo do surgimento de tantos novos empreendimentos, mesmo com altas taxas de falência. Sugerindo que as previsões financeiras são comumente realizadas pelos empreendedores através de métodos heurísticos, que os tornam propensos ao excesso de confiança. A teoria corrobora com a ideia de que o excesso de confiança é um dos fatores que aumenta a possibilidade de insucesso de um empreendimento (DE MEZA e SOUTHEY, 1996 e KOELLINGER et al., 2007, apud INVERNIZZI et al., 2016).

A influência do excesso de confiança no sucesso da empresa, não é exclusividade dos novos empreendedores. Em empresas bem estabelecidas, o excesso de confiança também pode afetar negativamente o seu desempenho, uma vez que os empreendedores buscam metas cada vez mais desafiadoras com recursos limitados (HAYWARD et al, 2006, apud INVERNIZZI, et.al, 2016).

4.2. PERCEPÇÃO DE RISCO

Outra característica bastante discutida quanto falamos de empreendedores, é o apetite ao risco. A constatação de que empreendedores entram no mercado, e persistem em seus negócios, embora estes apresentem baixo retorno em relação ao risco, é foco de muitas análises sobre as motivações dos empreendedores. Existe a possibilidade de que as teorias padrão de risco e retorno não seriam capazes de captar essa diferença de preferência pelo risco apresentada pelos empreendedores,

fazendo com que a decisão de empreender pareça irracional, não gerando a maximização da utilidade, nem trazendo retornos proporcionais ao risco assumido, quando observada através da teoria de risco e retorno (ÅSTEBRO et al., 2014).

Observando de uma perspectiva financeira, risco pode ser definido como retornos reais menores do que retornos esperados. Kendirli e Tuna (2010), definem risco, de forma simplificada, como o perigo de gerar perda. É comum, definirmos os participantes de uma economia como averso, propenso ou indiferente ao risco. A decisão de iniciar um negócio, é, por si só, arriscada. Logo, a tolerância do indivíduo ao risco é um fator considerado quando falamos de fatores que definem empreendedores. Podemos simplesmente considerar que sob essa perspectiva financeira, os empreendedores seriam agentes propensos ao risco.

É possível também buscar entender como esses indivíduos encaram o risco, e considerarmos que risco tem uma forma mais subjetiva, e não apenas financeira, como sustentado por Slovic (2016).

“Young men of an adventurous disposition are more attracted by the prospects of a great success than they are deterred by the fear of failure.” Alfred Marshall (1920, apud KOELLINGER et al., 2005.)

Analisando a influência da percepção de risco sobre a decisão de começar empreendimento, utilizaremos o estudo de Martínez et al. (2015). O estudo segregou a influência do risco entre a viabilidade de começar um negócio e o desejo do empreendedor de começar um negócio. Da mesma forma, o a ideia de risco foi separada entre 5 principais tipos de riscos associados ao empreendedorismo: riscos econômicos, sociais, temporais, de saúde e pessoais. Após a condução do experimento com 376 empreendedores mexicanos, os resultados foram bastante interessantes.

Aqui o foco está no resultado obtido com relação ao risco econômico. O risco econômico associado ao empreendedorismo afeta negativamente a viabilidade de abertura de um negócio, mas não influencia significativamente a desejabilidade do indivíduo em se tornar um empreendedor (MARTÍNEZ et al., 2015). Com apenas esse resultado, já é possível observar as características do empreendedor, mostrando que

mesmo que a viabilidade do negócio não esteja de acordo com o esperado sob perspectivas tradicionais, o indivíduo ainda prosseguiria com a criação de seu negócio.

Uma possibilidade alternativa é levantada acerca da constatação de que empreendedores seriam mais propensos ao risco, sob as lentes da economia comportamental. Segundo Harrington (2010, apud ÁSTEBRO et al., 2014), é possível supor que os empreendedores não precisam necessariamente de recompensas pecuniárias pelo risco que assumem em seu negócio, pois são indivíduos que obtêm utilidade através do próprio risco em si.

Agora que possuímos uma visão mais completa do empreendedor e seu processo de decisão sob risco, podemos associar muitas constatações de Slovic (2016) sobre o risco e sua percepção a figura do empreendedor. A tolerância a riscos mais elevados quando as atividades são consideradas altamente benéficas parece se encaixar bem ao caso do empreendedor. Embora agora saibamos também que a percepção do quão benéfica será a atividade do empreendedor pode ser influenciada pelas heurísticas e vieses.

A percepção de risco está intimamente ligada a dois conceitos de economia comportamental que são bastante presentes na tomada de decisão do empreendedor. A ilusão de controle e a heurística de disponibilidade.

4.3. ILUSÃO DE CONTROLE

Para definir a ilusão de controle, Langer (1975, apud CUETO e ZHANG, 2017). Ilusão de controle é a forma em que o indivíduo dá ênfase para a capacidade da sua própria habilidade melhorar o resultado de um evento que depende majoritariamente de condições externas.

A pesquisa de Keh et al. (2002, APUD CUETO e ZHANG, 2017), estudou empiricamente a avaliação de oportunidades, e é relacionada por Cueto e Zhang (2017) com a percepção de risco e a ilusão de controle. A conclusão foi que a percepção de risco tem grande influência na ilusão de controle e a avaliação de oportunidades por parte do empreendedor. A percepção de controle do empreendedor é influenciada pela forma como ele percebe e julga o risco de determinada situação.

Resgatando o experimento realizado com contadores que prestaram consultoria para pequenas e médias empresas por Nuijte, et al. (2020), as decisões tomadas no âmbito de conformidade regulamentar, que estão ligadas a utilização de leis e regras, com poucas brechas para interpretação. Os autores consideraram esse tipo de decisão como as que recebem menos influência de heurísticas e vieses. Ainda assim, a ilusão de controle foi apontada como fator relevante na tomada desse tipo de decisão. Os empreendedores tendem a superestimar a possibilidade de não serem pegos em algum tipo de inconformidade (NUIJTEN et al., 2020).

4.4. HEURÍSTICA DA DISPONIBILIDADE

Essa ideia também está intimamente associada com a heurística de disponibilidade. Um dos contadores entrevistados ilustra que os empreendedores que o consultam se preocupam mais com a conformidade regulamentar se eles mesmos, ou pessoas próximas já possuíam experiências com inspetorias ou receberam penalizações por estar em desacordo com as normas (NUIJTEN et al., 2020).

Ainda no experimento, falando de decisões que envolvem recursos humanos, a subjetividade do assunto o torna bastante propenso para a ocorrência de heurísticas e vieses. A heurística de disponibilidade é novamente apontada entre as principais relacionadas a esse tipo de decisão. Os empreendedores são bastante influenciados por suas experiências anteriores e associam essas experiências a pessoa e situação com que devem lidar atualmente (NUIJTEN et al., 2020).

Conforme mencionado anteriormente, a avaliação do risco em situações cotidianas é influenciada pela heurística de disponibilidade (SLOVIC, 2000, apud KAHNEMAN, 2011). O mesmo acontece com o empreendedor. O empreendedor enfrenta constantemente novas situações que exigem avaliações a respeito do risco que ela representa, e também é influenciado pelo heurística da disponibilidade.

4.5. VIÉS DO STATUS QUO

Pensando nas definições de empreendedorismo apresentadas anteriormente, é possível trazer para a discussão a relação dos indivíduos que atuam na atividade empreendedora com o status quo. A expressão “status quo”, comumente associada a mudanças, é utilizada para se referir ao atual e inerte cenário. Podemos assumir que

empreendedores, sob o ponto de vista das definições apresentadas, tendem a agir e tomar decisões que vão contra seu status quo. Esse pode ser um atributo importante ao buscarmos identificar e distinguir um empreendedor dos demais agentes econômicos.

Para entender como seria a reação dos empreendedores ao viés do status quo, Burmeister et al. (2007) conduziu um experimento entre estudantes, bancários e empreendedores. O experimento fez com que os três grupos, respondessem um questionário com algumas situações hipotéticas, não relacionadas a atividade exercida pelo entrevistado, para tomada de decisão, com a opção de manter, ou não, o status quo da dada situação. Antes do experimento ser realizado, os participantes foram devidamente apresentados ao conceito de viés de status quo.

O resultado do experimento demonstrou que os empreendedores apresentaram menor propensão a manter o status quo do que os bancários. A diferença entre empreendedores e estudantes não se mostrou expressiva (BURMEISTER et al., 2007).

Uma das premissas ao analisar o resultado do experimento, foi de que quanto mais experiências anteriores tivesse o agente, mais ele tenderia a manter o status quo. Essa premissa se mostrou incorreta se tratando de empreendedores, visto que empreendedores que possuíam mais experiência que os demais participantes do experimento demonstraram serem mais abertos a mudança (BURMEISTER et al., 2007).

Trazendo uma perspectiva sobre situações específicas e novamente mencionando o experimento de Nuijten et al. (2020). De acordo com os entrevistados, nas decisões que dizem respeito a estratégia, o viés do status quo também foi mencionado como uma das principais influências. Segundo um dos entrevistados, muitos empreendedores apresentam dificuldade em se distanciar de produtos antigos quando buscam novas mudanças estratégicas envolvendo novos produtos. As decisões estratégicas foram consideradas como o tipo de decisão que mais é impactado por heurísticas e vieses no geral.

O viés do status quo foi mencionado como o mais influente sobre as decisões de sucessão. Esse tipo de decisão pode ser intimamente associado às decisões de RH.

Muitos empreendedores demonstram dificuldade em se distanciar da empresa, quando chega a hora apropriada para isso, e tendem a ficar no cargo e em contato com a empresa por muito mais tempo do que seria o recomendado, demonstrando dificuldade em aceitar inovações (NUIJTEN et al., 2020).

É possível encarar o viés do status quo em diferentes momentos da vida do empreendedor. Quando o empreendedor toma a decisão de iniciar um negócio, ele vai contra o status quo, não apresentando influência desse viés em sua decisão. Quando o empreendedor já está exercendo sua atividade, porém, o viés do status quo parece ter alguma influência sobre suas decisões.

4.6. CONSIDERAÇÕES SOBRE AS INFLUÊNCIAS DA ECONOMIA COMPORTAMENTAL

Na discussão a respeito de decisões tomadas sob a influência de heurísticas e vieses, é importante destacar que a influência de heurísticas na tomada de decisão pode ser, e é muitas vezes positiva.

Algumas obras como Brase, Cosmides e Tooby (1998), Cosmides (1996) e Rode, Cosmides, Hell, & Tooby (1999) (apud por ZHANG e CUETO, 2017) argumentam que decisões tomadas através de heurísticas são resultado da evolução do sistema cognitivo do ser humano, e funcionam de forma adequada para decisões que devem ser tomadas com restrições de tempo, conhecimento e capacidade computacional, embora apresente suas limitações em ambientes artificiais, como o trabalho com probabilidades. Como consequência, os vieses cognitivos têm uma explicação evolutiva benéfica e não são simplesmente erros. (ZHANG e CUETO, 2017).

Quanto ao lado positivo da utilização do sistema 1, podemos tentar torná-lo ainda mais eficiente. Experiência prévia e contextos relacionados, podem ajudar a subconscientemente “moldar” as heurísticas utilizadas (NIITTYMIES, 2020).

Pensando no ambiente empresarial, uma solução interessante para deter a ocorrência de decisões enviesadas tomadas com base em heurísticas, que originem prejuízos para a empresa, é o envolvimento de uma terceira parte nas empresas. Os profissionais, que prestam consultoria para empresas podem também ter em sua atribuição de aconselhamento o papel de deter a ocorrência de decisões equivocadas

através de formas de avisos e intervenções (NUIJTEN et al., 2020). Abatecola et al. (2018, apud NUIJTEN et al., 2020), afirma que o envolvimento de terceiros pode ajudar a identificar vieses cognitivos na tomada de decisão empresarial.

Koellinger, et.al (2005) faz uma importante constatação em seu trabalho, mencionando o impacto de empreendedores entrando no mercado sobre toda a sociedade. Se o benefício econômico de possuímos vários indivíduos entrando no mercado, o que impulsionaria a economia, conforme vimos nas teorias do empreendedor, for maior do que o prejuízo causado pelo insucesso de firmas, há benefícios para a sociedade como um todo. Além disso, podemos considerar os fatores práticos da decisão de empreender, ou não. Como políticas de incentivo, ou desincentivo, dependendo do resultado refletido na sociedade.

5. CONCLUSÃO

O trabalho identificou o excesso de confiança, percepção de risco, ilusão de controle, heurística de disponibilidade e o viés do status quo como esses fatores comportamentais que cercam a figura do empreendedor.

É importante lembrarmos, ao concluir o trabalho, que não existem características, nem elementos da economia comportamental que agem exclusivamente sobre os empreendedores. As características e elementos destacados apenas se mostram presentes em maior grau quando observamos o empreendedor e seu ambiente de tomada de decisão.

Entendendo isso, a análise destes fatores foi desenvolvida sob duas perspectivas. A primeira, como características cognitivas, elementos comportamentais presentes em indivíduos que os fariam se tornar empreendedores. Concluiu-se que todos os elementos citados possuem sua parcela de participação na determinação do indivíduo como empreendedor, destacando-se, nessa visão, o excesso de confiança e a percepção de risco.

O excesso de confiança e uma percepção diferenciada ao risco, podem ser características fundamentais para o empreendedor no início de seu empreendimento, podem ser inclusive os fatores que façam com que o indivíduo comece a empreender. Da mesma forma, são características que cercam o ambiente do empreendedor de perto, então indivíduos que não apresentam essas características, mas se tornam empreendedores, podem passar a apresentá-las.

A outra perspectiva diz respeito a elementos comportamentais que influenciam o empreendedor na tomada de decisões inerentes à atividade empreendedora. Pode se dizer que todos os elementos mencionados cercam o processo de tomada de decisão do empreendedor, mesmo que em diferentes níveis e esferas do vasto universo do empreendedorismo. Em particular, a ilusão de controle, a heurística de disponibilidade e o viés do status quo são elementos da economia comportamental que estão bastante presentes no ambiente do empreendedor.

Assim como tantos outros elementos presentes na economia comportamental e que não foram analisados nesse trabalho, como os nudges, por exemplo.

Mais uma vez, é importante destacar que embora os empreendedores apresentem diversas características e sejam influenciados por vieses cognitivos, de nenhuma maneira podemos dizer que os empreendedores agem de forma irracional. De fato, há características muitas vezes reconhecidas como vieses comportamentais que, no caso dos empreendedores, podem ser apontadas em alguma medida como fundamentais.

Do ponto de vista comportamental e psicológico, é de grande complexidade encararmos o empreendedor como uma figura extremamente distinta e excepcional dos demais integrantes da economia. Algumas características parecem se mostrar com mais clareza nos empreendedores do que em outros indivíduos, mas, conforme já dito, não existem características que sejam de exclusividade do empreendedor. Os demais agentes econômicos podem apresentar as mesmas atribuições, mesmo que sejam menos expressivas.

Através deste trabalho, não é possível apontar com clareza e certeza uma característica que define o que torna um agente econômico um empreendedor, tão pouco uma única característica determinante, dada a subjetividade do assunto. Ao que parece, o que faz um indivíduo perseguir o empreendedorismo, é um conjunto de características, que podem já estar presentes nesse indivíduo, ou serem desenvolvidas por ele no decorrer do desenvolvimento da atividade empreendedora.

Por fim, o presente trabalho demonstra que a economia comportamental pode ser utilizada para análises que vão além do consumidor, buscando humanizar o processo decisório por parte das firmas, e tem muito a agregar se for utilizada para tais fins.

6. REFERÊNCIAS

- ÁSTEBRO, T. et al. Seeking the Roots of Entrepreneurship: Insights from Behavioral Economics. **Journal of Economic Perspectives**, 2014. 49-70.
- BURMEISTER, K.; SCHADE, C. Are entrepreneurs' decisions more biased? An experimental investigation of the susceptibility to status quo bias. **Journal of Business Venturing**, 2007. 340-362.
- BUSENITZ, L. W.; BARNEY, J. B. Differences Between Entrepreneurs and Managers in Large Organizations: Biases and Heuristics in Strategic Decision Making. **Journal of Business Venturing**, Nova York, 1997. 09-30.
- DALE, S. Heuristics and biases: The science of decision-making. **Business Information Review**, Junho 2015.
- FERREIRA, M. P. V.; PINTO, C. F.; MIRANDA, R. M. Trên Décadas de Pesquisa em Empreendedorismo: uma Revisão dos Principais Periódicos Internacionais de Empreendedorismo. **Revista Eletrônica de Administração**, Porto Alegre, 01 Agosto 2018. 406-436.
- GINO, F.; SHAREK, Z.; MOORE, D. A. Keeping the illusion of control under control: Ceilings, floors and imperfect calibration. **Elsevier**, 09 Novembro 2010. 104-114.
- GOMES, A. F.; DE LIMA, J. B.; CAPPELLE, M. C. A. Do Empreendedorismo à Noção de Ações Empreendedoras: Reflexões Teóricas. **Revista Alcance**, v. 20, n. 02, p. 203-220, 08 Março 2013.
- HEURÍSTICA In: DICIO. **Dicionário Priberam**, 2021. Disponível em: <<https://dicionario.priberam.org/heur%C3%ADstica>>. Acesso em: 10 jul. 2021.
- HORTA, E. B. Economia da informação – efeitos das novas tecnologias no domínio econômico. **INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação**, Salvador, 04 e 05 Setembro 2002.
- INVERNIZZI, A. C. et al. Entrepreneurial Overconfidence and its Impact Upon Performance. **The International Small Business Journal**, 28 Novembro 2016. 709-728.

KAHNEMAN, D. **Rápido e Devagar: Duas Formas de Pensar**. 29ª reimpressão. ed. [S.l.]: Objetiva, 2011.

KLEIN, P. G.; BYLUND, P. L. The Place of Austrian Economics in Contemporary Entrepreneurship Research. **The Review of Austrian Economics**, Fevereiro 2014.

KOELLINGER, P.; MINNITI, M.; SCHADE, C. "I think I can, I think I can": Overconfidence and Entrepreneurial. **DIW Berlin**, Berlin, Maio 2005.

MARTÍNEZ, K. R. G.; CRESPO, Á. H.; FERNÁNDEZ-LAVIADA,. Influence of perceived risk on entrepreneurial desirability and feasibility: multidimensional approach for nascent entrepreneurs. **Journal of Risk Research**, Agosto 2015.

NIITTYMIES, A. Heuristic decision-making in firm internationalization: The influence of context-specific experience. **International Business Review**, Dezembro 2020.

NUIJTEN, A. et al. Cognitive Biases in Critical Decisions Facing SME Entrepreneurs: An External Accountants' Perspective. **MDPI Administrative Science**, 05 Novembro 2020.

RUSSO, J. E.; SCHOEMAKER, P. Managing Overconfidence. **Sloan Management Review**, Janeiro 1992. 7-17.

SAURIN, V. et al. O Relacionamento Entre o Viés do Status Quo e o Perfil de Risco em Tomadas de Decisões Financeiras. **Revista de Economia e Administração**, v. 10, n. 3, p. 416-436, Setembro 2011.

SHEPHERD, D. A.; PATZELT, H. Entrepreneurial Cognition: Exploring the Mindset of Entrepreneurs. In: SHEPHERD, D. A.; PATZELT, H. **Entrepreneurial Cognition: Exploring the Mindset of Entrepreneurs**. [S.l.]: Palgrave Macmillan, 2018. Cap. 2, p. 7-51.

SHEPHERD, D. A.; PATZELT, H. Entrepreneurial Cognition: Exploring the Mindset of Entrepreneurs. In: SHEPHERD, D. A.; PATZELT, H. **Entrepreneurial Cognition: Exploring the Mindset of Entrepreneurs**. [S.l.]: [s.n.], 2018. Cap. 3, p. 51-105.

SINGH, R. P. Overconfidence A common psychological attribute of entrepreneurs which leads to firm failure. **New England Journal of Entrepreneurship**, 20 Março 2020. 25-39.

SLOVIC, P. The perception of Risk. **Scientists Making a Difference: One Hundred Eminent Behavioral and Brain Scientists Talk about their Most Important Contributions**, 11 Agosto 2016. 179-182.

TVERSKY, A.; KAHNEMAN, D. Judgment under Uncertainty: Heuristics and Biases. **Science, New Series**, 27 Setembro 1974.

VAZ-CURADO, S. F. L.; MUELLER, A. The concept of entrepreneur of Schumpeter in comparison to Kirzner. **MISES: Interdisciplinary Journal of Philosophy Law and Economics**, São Paulo, Setembro 2019.

ZHANG, S. X.; CUETO, J. The Study of Bias in Entrepreneurship. **Entrepreneurship Theory and Practice**, Novembro 2017.