

História de empresas: um roteiro possível*

Business History: A Possible Route

Alcides Goularti Filho**

Resumo: Este breve ensaio tem por objetivo apresentar um roteiro prático e possível para pensarmos a história de empresas, destacando algumas teorias, a diferença entre história de empresas e empresários, o estilo de escrita de diferentes profissionais, as instituições que financiam as pesquisas e seus objetivos, as principais fontes que poderiam ser consultadas, os pontos a serem destacados e, por fim, a contextualização da empresa no ambiente externo. O texto tem uma escrita básica e introdutória e abre temas para serem ampliados em estudos mais densos. Foi escrito para auxiliar os/as estudantes de graduação dos cursos de Economia, História e Administração a iniciar uma aproximação com a história de empresas.

Palavras-chave: Empresa. Instituições. Trajetória.

Abstract: This short essay aims to present a practical and possible roadmap for thinking about the history of companies, highlighting some theories, the difference between the history of companies and entrepreneurs, the writing style of different professionals, the institutions that fund the research and their objectives, the main sources that could be consulted, the points to highlight and, finally, the context of the company in the external environment. The text has basic and introductory writing and opens themes to be expanded on in deeper studies. It was written to help undergraduate students of Economics, History and Administration courses to start an approach to the history of companies.

Keywords: Company. Institutions. Trajectory.

JEL: M2. N8.

* Submissão: 11/11/2022 | Aprovação: 02/07/2023 | DOI: 10.5380/re.v44i84.88331

** Programa de Pós-graduação em Desenvolvimento Socioeconômico (PPGDS), Universidade do Extremo Sul Catarinense (UNESC), Brasil | ORCID: 0000-0002-0808-4486 | E-mail: alcides@unesc.net



Esta publicação está licenciada sob os termos de
Creative Commons Atribuição-Não Comercial 4.0 Internacional

1. Introdução

1.1 Abordagem smithiana

Escrever sobre história de empresa com base em argumentos smithianos significa que o foco da análise se centra na figura do empresário e na sua estreita relação com os negócios da empresa. A história de vida se confunde com a trajetória da empresa. O trabalho árduo, a dedicação e a disciplina são compensadas pelos bons resultados e a conquista do sucesso. A parcimônia e a abstinência de consumo supérfluo no presente serão retribuídas por um futuro promissor (Smith, 1988). É comum ler nas histórias de vida empresarial que a fonte originária da riqueza está fundada na poupança feita no passado e que o sacrifício de poupar foi compensado pela riqueza presente.

O empresário está no centro das tomadas de decisão, que são orientadas por sua perspicácia e seu *feeling*, os quais são características inatas. Sua visão de futuro impulsiona a modernização da empresa. Seus assessores, que também possuem o mesmo atributo do “chefe”, são escolhidos “a dedo” pela competência e são adeptos da missão e dos valores da empresa. Esse time de colaboradores enfrenta os desafios definidos pela mente brilhante de seu líder, que constantemente os retira da zona de conforto e estimula-os a inovar nos negócios.

Pequenos momentos de *insight* do empresário são ressaltados como fatos geradores de grandes acontecimentos na empresa, cujos resultados sempre são positivos. Esses *insights* ajudam a discernir entre um bom e um péssimo negócio. Os bons se tornam *cases* de sucesso.

As vitórias alcançadas pela empresa são explicadas por elementos subjetivos e suas raízes estão na trajetória de vida do proprietário e no espírito de equipe dos gestores. Nesse ponto, a análise smithiana se confunde com a ideia do “empresário inovador” atribuída a Joseph Schumpeter (Shumpeter, 1988). Do *mix* entre Smith e Schumpeter nasceram as figuras do empreendedor e do empreendedorismo com a mística da prosperidade individual e da inovação.

Indivíduo, subjetividade e ambiente interno formam a tríade que sustenta muitos dos argumentos da história de empresa em uma perspectiva smithiana. A relação com o mundo exterior e a política econômica assumem um papel coadjuvante. As crises econômicas são momentos de oportunidade para inovar e romper os “velhos paradigmas” que estavam colocando a empresa em uma curva

descendente. As instituições que contam são as parceiras que crescem com a empresa e compartilham benefícios.

1.2 Abordagem crítico-social

Nesse campo de análise, inserem-se os marxistas, heterodoxos e alguns institucionalistas. O que conta é a trajetória da empresa no mundo concreto. A empresa é parte de um todo, que se articula com as diversas esferas da existência, sendo ela resultado de múltiplas determinações. Aqui não se propõe abordar os aspectos positivos ou negativos da trajetória da empresa, mas sim suas contradições.

A empresa é, na verdade, a forma coisificada do capital, cujo objetivo é a busca pela sua valorização máxima. A valorização ocorre de várias formas, seja produzindo mercadorias de boa qualidade e comprometidas com a sustentabilidade, seja colocando no mercado bens e serviços prejudiciais à existência humana. Afinal, o capital não tem sentimentos e almeja apenas a sua valorização. O limite da sua acumulação é a sua própria incapacidade de reproduzir-se mais de forma ampliada (Marx, 1994).

O empresário, segundo Marx (1994), é tão somente um funcionário do capital, que terá a função de conduzir o processo de valorização da sua empresa. A negligência nesse processo trará como resultado o encolhimento e, por fim, a falência da empresa.

Se partirmos da definição de que capital, ou seja, a empresa, é uma relação social, trabalho cristalizado e um valor que se valoriza, chegaremos à conclusão de que o fator humano, isto é, os trabalhadores e as trabalhadoras, é a base do processo de valorização da empresa. É a partir da exploração do trabalho não pago que nasce e consolida-se o capital das empresas. Sendo assim, ao escrevermos sobre a história de uma empresa numa perspectiva crítico-social, necessariamente, teremos que incluir o mundo do trabalho na sua trajetória. Nesse mundo, faz-se presente a organização sindical, os movimentos reivindicatórios e as formas de resistência para transgredir a exploração. O mundo da política também se entrecruza com a trajetória da empresa, que poderá ser beneficiada ou prejudicada pelas mudanças ideológicas de um governo.

Pensar as condições concretas é descrever a sua produção, a conquista de novos mercados, a concentração e a centralização de capital no processo de concorrência, a tomada de crédito no mercado financeiro e os benefícios e subsídios públicos. A inovação tecnológica não é nada mais que condição necessária para a manutenção da empresa no mercado ante a concorrência. Mantém-se no mercado para continuar a valorização constante do capital. Portanto inova-se para acumular mais. A inovação ocorre pela assimilação, pelo processamento e pela difusão de novas técnicas, de processos e produtos.

Outro olhar possível é ver a empresa como uma organização que racionaliza processo, define rotinas e acata normas sociais. Sempre é bom lembrar que toda empresa é uma pessoa jurídica que está submetida a um conjunto de disciplinamento civilizatório, o qual, simultaneamente, faz dela uma organização que, por um lado, absorve as novas demandas sociais, e, por outro, impõe padrões e comportamentos sociais. Basta olharmos as empresas de telefonia móvel ou de jogos eletrônicos.

Enfim, a abordagem crítico-social encontra na trajetória de uma empresa elementos da totalidade social.

1.3 Abordagem braudeliana

As pesquisas de história de empresas, em uma abordagem braudeliana, no longo período, observam principalmente as permanências, continuidades e descontinuidades (Braudel, 2005). Também destacam os pontos de inflexão e a reversão de tendências na evolução da empresa. Se ela é centenária, o mais importante a pesquisar são as estruturas, ou seja, o que permaneceu e foi determinante para o crescimento e a manutenção da empresa nesse longo período. Nesse tipo de abordagem, a figura do empresário aparece nos anos iniciais, durante a constituição da empresa. Além disso, ela não menospreza o caráter cultural e político da vida empresarial, porém não o coloca no centro da análise.

O que permanece? A empresa ainda mantém seu foco no mercado ou diversificou seu portfólio de investimentos entrando em outros setores da economia? Ampliou seu mercado de local para regional, nacional e internacional, mas nunca perdeu sua relação com suas origens locais? Quando a empresa mantém seu vínculo com as origens locais, são enfatizados o grau de enraizamento e as

múltiplas relações que se construíram ao longo do tempo. As relações, políticas e econômicas, definem a trajetória de bom desempenho ou de turbulência da empresa.

Os momentos de inflexão e de descontinuidade são destacados quando algum evento assume proporção relevante e muda a trajetória da empresa, alterando sua estrutura patrimonial ou mesmo o seu foco de atuação. As crises no ambiente externo jamais são ocultadas e têm ação direta e indireta nas tomadas de decisão internas.

A vida material e as trocas são, por excelência, duas categorias mais exploradas pelos braudelianos quando fazem história de empresa (Braudel, 2005). O que é a vida material de uma empresa? Seu catálogo de produtos, a aquisição de novas máquinas e de equipamentos dentro do processo de modernização, a construção de novas plantas e a abertura de filiais e de bases comerciais.

A origem é extensiva ao infinito e a mola mestra que impulsionou e sustenta a empresa está entrelaçada em um emaranhado de acontecimentos que se estendem em diversos tempos e espaços. Porém é possível identificar os principais acontecimentos que interferiram em sua história e que orientaram as tomadas de decisão. Por exemplo, as influências políticas e o modelo de desenvolvimento mudam os rumos e podem alterar o quadro patrimonial da empresa.

As trocas estão para além do apenas convencional; os laços comerciais implicam contatos com outros mercados e sociedades e abrem novas possibilidades de negócios e aprendizado. São trocas que colocam a empresa na economia-mundo.

2. História de empresa ou de empresário

2.1 História de empresa

É a história de uma pessoa jurídica, portanto não é uma biografia. A empresa assume a centralidade e, em sua narrativa, são realizados diálogos necessários com outras áreas do conhecimento. Na economia, podemos destacar os impactos dos modelos de desenvolvimento e das políticas econômicas. Na política, as eleições e os acordos com os poderes executivo e legislativo não podem deixar de ser abordados, pois nenhuma empresa está isolada desse ambiente. No social, as greves e as diversas manifestações da comunidade endereçadas à

empresa talvez sejam os dois eventos mais destacados. Mudanças nas regras organizacionais e o disciplinamento social e ambiental também devem ser lembrados quando narramos a história de uma empresa. Portanto é a história dos avanços e dos recuos de uma empresa em um tempo e em um espaço definidos.

Os sujeitos são vários, mas a empresa é que deve ser o objeto de estudo. Devemos entendê-la como síntese de vários movimentos que assume formas diferenciadas a cada momento histórico e que condensa contradições. Se a empresa for pública, as opções para ressaltar suas contradições são maiores, pois as fontes contendo informações sobre elas são mais abertas. Se for privada, as contradições devem ser buscadas nas entranhas de seu processo de formação e expansão.

Ter a empresa como foco não significa que devemos ignorar a atuação de seus gestores, que buscam melhor posicionar a empresa no mercado. O mesmo deve ocorrer em relação aos trabalhadores que, tanto em momentos de tranquilidade quanto de conflitos, são os mais atuantes na trajetória da empresa.

O tamanho da empresa, em alguma medida, diferencia a relevância que é dada à figura do empresário. Na pequena empresa, a vida do empresário se confunde com a da empresa, pois ele dedica boa parte do seu tempo a ela. O mesmo pode ocorrer na história de empresas de médio porte, cujas decisões ainda dependem da análise do proprietário. O quadro se altera quando se narra a história de grandes empresas, em que a figura do empresário é apenas ilustrativa e as tomadas de decisão estruturais passam pelo crivo da diretoria ou da assembleia (Shumpeter, 1984).

Não deve ser omitido o lado obscuro da empresa em sua relação com a sociedade e os trabalhadores – por exemplo, em momentos de regimes autoritários, identificar se a empresa foi conivente ou se resistiu ao autoritarismo. Desastres ambientais ou outros acidentes que provoquem perturbações sociais também devem ser abordados.

2.2 História de empresário

É a história de uma pessoa física, portanto, uma biografia empresarial. A história de vida de um empresário pode – e deve – ser escrita sem ufanismos. A permanência do fundador nas diversas etapas da empresa se converte em uma das principais fontes de pesquisa para narrar a trajetória da empresa, porém ouvir

outros sujeitos que conviveram com ele se torna condição *sine qua non* para obtermos um texto mais equilibrado e sem adjetivos. Na história de vida do empresário, o foco está em sua relação com a empresa. No entanto, temos que entendê-lo como um sujeito que atua em várias frentes na sociedade: na política, nas associações de classe, na comunidade e na família. Em cada espaço, a narrativa deve ser voltada para a relação do empresário com a empresa, ressaltando seus feitos em proveitos da empresa. Senão, corremos o risco de fazer uma simples biografia.

Talvez o maior desafio da narrativa seja manter um certo afastamento e evitar o reducionismo individualista, que atribui ao empresário os méritos de todas as conquistas. Engana-se quem pensa que não é possível fazer uma história de empresário sob uma perspectiva braudeliana ou com uma crítica social. Geralmente, esse gênero da história econômica está a cargo dos liberais, mas um economista historiador tem o compromisso de fazer uma bela história de empresário que valorize simultaneamente as virtudes e os vícios, os erros e os acertos. Sua história de vida deve ser contada como um sujeito de seu tempo, o qual age como um capitalista que almeja o lucro e cujas ações benevolentes fazem parte das estratégias da empresa que, por sua vez, busca se posicionar melhor no mercado.

Sempre é bom lembrar que uma empresa não é uma entidade filantrópica e que seu proprietário não é um mecenato. Negócios devem ser narrados como negócios, sem romantismo. Essa postura mais crítica não significa que iremos desqualificar sua trajetória de vida, apenas devemos dar um tratamento mais isento, sem paixões.

O dinamismo e a capacidade de entender o mercado e agir no momento certo são atributos raros de um empresário. Portanto devem ser destacados e atribuídos à figura do indivíduo. Sua habilidade em saber aproveitar as oportunidades e fazer as parcerias corretas também faz parte do “tino” empresarial. Não basta apenas a disponibilidade de crédito, a concessão de benefícios fiscais e a possibilidade de novas encomendas, é preciso saber usá-los de forma que tragam mais benefícios para a empresa. Em determinadas situações em que o mercado apresenta oportunidades, cabe ao empresário convertê-las em benefícios para a empresa. Narrar sua trajetória nesse ambiente competitivo sem excessos

propagandísticos talvez seja o melhor caminho para uma história de empresário um pouco mais crítica.

3. Quem escreve

3.1 Historiador

Sempre é bom lembrar que, nessas últimas décadas em que a história foi embriagada pela Nova História, a economia aos poucos foi sendo expulsa dos Departamentos de História, dos Grupos de Pesquisa, das orientações e das publicações. Se outrora a economia era “determinante”, hoje é mera coadjuvante. Porém isso não desqualifica as pesquisas de história de empresa que ainda persistem entre alguns historiadores economistas. Os historiadores – como é parte de seu ofício – valorizam e diversificam as fontes e persistem em buscar informações que ajudem a reconstituir os eventos relevantes da trajetória da empresa. Outra preocupação do historiador é a definição do período e as diversas conexões com a história local e nacional. Nenhum acontecimento da empresa está descontextualizado da história do país: das turbulências da República, dos ditames das ditaduras e das influências da redemocratização.

O historiador não faz uma história econômica da empresa, mas sim a história da empresa, estabelecendo diálogos com as diversas esferas da existência e dos níveis de realidade. Economia, sociedade, cultura e política se entrecruzam com a empresa em um mesmo grau de importância. No entanto, a dificuldade em lidar com dados e estatísticas deixa lacunas nas análises. As descontinuidades, os pontos de inflexão e a reversão das tendências podem ser observados em séries temporais montadas a partir de dados fornecidos pela empresa (por exemplo, o balanço financeiro, a evolução da produção, o número de trabalhadores e as exportações).

Outra fonte valorizada pelo historiador são as entrevistas, as falas e as memórias das pessoas que vivenciaram os diversos momentos da empresa. Como regra necessária, as informações e os dados obtidos nas entrevistas devem ser cotejados com outras fontes.

3.2 Economista

Se a economia foi expulsa da história, porém a história nunca foi expulsa da economia. O economista historiador que faz história de empresa valoriza os dados e coloca a empresa no ambiente macroeconômico; combina as mudanças na empresa com as políticas cambiais, monetárias e fiscais; e associa o bom desempenho dos negócios ao crescimento do PIB, aos investimentos em infraestrutura e à disponibilidade de crédito. A expansão da produção está condicionada ao aumento da renda e do padrão de consumo; e a conquista de mercado externo vem como resposta à desvalorização cambial e aos acordos comerciais. Os planos de desenvolvimento também são destacados como oportunidade para ampliar os negócios – por exemplo, o Plano de Metas (1956-1960), o II Plano Nacional de Desenvolvimento (1975-1978) e o Programa de Aceleração do Crescimento (2007-2014).

A empresa é uma unidade econômica que busca incessantemente a valorização de seus ativos, seja de forma instrumental ou financeira, e tem como foco minimizar custos e maximizar lucros. As condições do ambiente em que a empresa opera e o grau de concorrência vão depender tanto das políticas nacionais como da capacidade que a empresa tem de definir o mercado. São tópicos que não podem ficar de fora em uma história de empresa realizada por um economista.

As principais fontes de pesquisa para os economistas são os relatórios de atividades e os balanços financeiros, de onde são extraídos dados e outras informações relevantes para montar as séries temporais. Anuários, censos econômicos, guias industriais, projetos de obras e investimentos e documentos oficiais também fornecem importantes contribuições para entender a trajetória da empresa no ambiente macroeconômico.

3.3 Administrador

Poucos são os administradores que se dedicam à história de empresa. Quando o fazem, transformam a trajetória em um *case* de sucesso. Com uma tendência mais liberal, os pilares básicos para os administradores que fazem história de empresa são seus gestores, controladores, sócios e, sobretudo, seus proprietários. O time que leva adiante a missão, os valores e a visão de futuro da empresa não podem ficar de fora de qualquer estudo histórico da empresa. As gerações que sucedem e passam pela empresa também são objeto de estudo. As

formações familiar e étnico-cultural e as tradições são colocadas como elementos fundacionais e geradores da prosperidade, que se perpetuam na trajetória da empresa.

Em muitos casos, são relatos de estratégias e estudos de caso de negócios bem realizados que trazem vantagens para empresa. Percebe-se, em muitas trajetórias de empresa realizadas por administradores, que são destacados mais os resultados positivos, convertendo, às vezes, o texto em uma propaganda ou em uma peça de *marketing*. Como a formação crítico-social não é muito comum nessa área do conhecimento, deve-se tomar cuidado para não cair em um “patriotismo de empresa”.

3.4 Jornalista

Geralmente, as pesquisas realizadas por profissionais da comunicação são trabalhos encomendados pelas empresas para comemorar algum evento importante ou aniversário da empresa. Na mesma linha dos administradores, são destacados os feitos positivos e as conquistas que exaltam o trabalho de equipe. As fontes geralmente são entrevistas e materiais produzidos pela própria empresa, o que limita a abrangência do estudo.

Os eventos destacados têm mais relação com as tomadas de decisão da equipe, sem conexões com a política econômica ou com as turbulências sociais em uma perspectiva de longo prazo. Os “fatos” são relatos com profundidade, porém são recortes de uma realidade mais ampla. As “versões” ficam no limite da empresa, variando entre elogios e sugestões, e há uma confusão entre criticar e aviltar a imagem da empresa.

4. Para quem se escreve?

4.1 Projeto autônomo

Em larga medida, os projetos autônomos de história de empresa são escritos em universidades, institutos e centros de pesquisas financiados por agências estatais de fomento. Dentro do princípio constitucional de liberdade de cátedra, o pesquisador tem plena autonomia para realizar sua investigação a partir do referencial teórico e da abordagem metodológica que mais se aproxima de sua visão de mundo. Como não existe neutralidade científica, toda escrita tem a marca

do escritor. A autonomia acadêmica nos permite ter um olhar mais crítico sobre a trajetória da empresa.

4.2 Prestação de serviço

Aqui podemos pensar nas pesquisas encomendas pelas próprias empresas para fazerem publicações de edições comemorativas de datas relevantes. Nesse caso, a margem de autonomia do pesquisador é menor, uma vez que a escrita final terá que ser aprovada pela Diretoria. O que não isenta o autor da obra de ter um olhar mais apurado e crítico. É comum as empresas contratarem jornalistas para redigirem a história da empresa, pois eles têm uma escrita mais informal e de acesso mais amplo.

5. Fontes

A fonte mais procurada para escrever a história de uma empresa são seus relatórios anuais de atividade. Em boa medida, as grandes empresas, as estatais e as de economia mista publicam anualmente seus resultados em forma de relatórios. Podemos dividi-los em três: a) o relatório da administração ou da diretoria, que apresenta as atividades de cada ano, com séries históricas de produção, mercado externo, trabalhadores e outros; b) o balanço financeiro, que traz os dados contábeis da empresa, dependerá muito do foco da pesquisa em buscar a informação mais detalhada e, dependendo da extensão da série, deverá ser deflacionado ou transformado em dados relativos (em %). Para analisar os balanços financeiros e saber quais informações deverão ser selecionadas para alcançar o objetivo proposto, convém que um contador seja consultado; c) e o balanço social, que é mais recente e apresenta informações relativas à inserção da empresa na comunidade e às ações sociais para seus trabalhadores (educação, saúde, lazer e assistência).

Desde 1940, em função do Decreto-Lei nº 2.627, de 26 de setembro, toda sociedade anônima deve publicar seu balanço financeiro e suas atas de reuniões da assembleia geral em jornais de ampla circulação. As empresas de âmbito estadual ou mesorregional optam por publicá-los no Diário Oficial estadual ou em jornais privados; já as grandes empresas e as estatais publicam esses documentos no Diário Oficial da União e nos grandes jornais de circulação nacional. A maior

dificuldade na utilização dessas fontes é saber em qual jornal está publicado o balanço. Consequentemente, é preciso manusear todos os exemplares do ano para, muitas vezes, achar apenas um balanço.

Além dos balanços, também são publicadas as atas das assembleias ordinárias e extraordinárias. As das ordinárias geralmente trazem poucas informações, pois têm a função apenas de aprovar a ata da reunião anterior, o balanço financeiro e a remuneração da diretoria. Entretanto, às vezes (principalmente no caso das estatais), as atas desse tipo de reunião trazem relatos das principais atividades da empresa e a submissão à assembleia geral dos planos de expansão para serem aprovados ou não.

Já as atas de reuniões extraordinárias trazem temas mais polêmicos e discutem medidas que afetam a estrutura da empresa, portanto devem ser lidas com mais atenção.

Outra rica fonte de pesquisa são as propagandas e as notabilidades publicadas em jornais, revistas, guias e anuários. Nelas, podemos encontrar diversas informações disponibilizadas ao público consumidor. Por exemplo, tipos de produtos e serviços ofertados, preços e formas de acesso aos produtos. É comum também aparecer a rede de distribuição organizada pelas filiais. Os panfletos distribuídos ao público, com informações festivas e promocionais, também possibilitam montar esse enorme quebra-cabeça que é a história de uma empresa.

Nos periódicos (jornais e revistas), podemos encontrar reportagens sobre as empresas, principalmente quando elas se envolvem em disputas políticas, acidentes de várias ordens e crises econômicas, que às vezes são omitidos pelas fontes oficiais, como os relatórios e as atas.

Por fim, destacamos outra riquíssima fonte, as entrevistas, sejam elas realizadas com os proprietários, os sócios, os trabalhadores ou com os agentes externos à empresa. Faltaria espaço para escrever sobre essa fonte, mas nos limitamos apenas a dizer que devemos cotejar as informações repassadas pelo entrevistado com as disponíveis nos relatórios, nas atas e nos periódicos, pois o esquecimento é comum no ser humano, sobretudo para os mais velhos. Nas entrevistas, podemos obter relatos que, às vezes, são omitidos nas fontes oficiais.

6. O que destacar

Evolução da produção: dados anuais da produção que podem ser em unidade física ou monetária. Se for em unidade monetária, deverá ser deflacionada e convertida em preço constante.

Ampliação da planta: pode ser por meio da construção de uma nova unidade produtiva ou comercial na forma de filial, como também por meio de ampliação das unidades instaladas que são acrescidas de novas linhas de produção ou comercialização.

Abertura de novas filiais: relatar a data quando as novas filiais foram abertas e a sua localização e, também, diferenciar se é uma nova unidade ou a aquisição de equipamentos instalados.

Conquista de novos mercados: pode ocorrer por meio da abertura de filiais, de aquisições de outras empresas ou pela colocação das mercadorias em regiões ainda não exploradas. Esse ponto pode ser representado por meio de mapas que ilustrem os fluxos mercantis entre os diversos mercados atingidos pela empresa.

Relação com o mundo do trabalho: além de apresentar a série com a evolução do número de trabalhadores, recomenda-se também destacar a relação da empresa com os sindicatos dos trabalhadores, bem como relatar se há conflitos, convergências de pautas ou cooptações. Qualificação, rotatividade e perfil da força de trabalho (sexo, idade média, procedência) também são temas interessantes de serem destacados. Para um estudo mais completo, também seria interessante abordar a origem dessa força de trabalho como etnia e nacionalidade. Essas informações podem ser obtidas em fichas funcionais, em sindicatos e em relatórios.

Conquista de novos mercados: pode ser identificada com a abertura de novas filiais ou de bases comerciais. A centralização de capital, por meio de fusões e aquisições, também é uma forma de ampliação de mercado. Para pôr em marcha a expansão produtiva e comercial, a empresa utiliza mecanismos legais e ilegais, os quais não devem ser omitidos na escrita da sua história, sobretudo para aqueles que escrevem com autonomia acadêmica. As empresas se posicionam no mercado ampliando sua rede de atuação e colocando-se diante dos concorrentes com preços mais baixos ou de melhor qualidade.

Introdução de novas tecnologias: inovar processos e produtos é condição necessária para a sobrevivência das empresas. Com o objetivo de melhor se posicionar no mercado valorizando o seu capital, as empresas inovam e estabelecem estratégias mais proativas. Esse é um tema preferido para os schumpeterianos que definem a tecnologia como um processo de destruição criativa.

Tomada de crédito: o crédito se constitui como a alavanca que impulsiona a empresa para inovar e melhor se impor no mercado. Sendo assim, não deverá ser omitido. Crédito de longo prazo é obtido nos bancos de fomentos, que, no caso brasileiro, são todos estatais, ou na forma de incentivos fiscais. As chamadas finanças industrializantes possibilitam o surgimento dos empresários inovadores. Nos balanços patrimoniais e na demonstração dos resultados, são publicadas as tomadas de empréstimos e as amortizações.

Relação com a política nacional e local: também sugerimos destacar a relação da empresa com as políticas nacional e local, cujos acordos com os agentes do executivo e do legislativo e as mudanças de ordem ideológica influenciam a trajetória das empresas, sobretudo daquelas que fornecem produtos e serviços ao Estado.

Por fim, temas como a reestruturação patrimonial (mudança de proprietário, por meio de venda, fusão e aquisição) e a internacionalização da empresa também são relevantes e devem ser lembrados.

7. O contexto

Por fim, destaca-se que é impossível pensarmos e escrevermos a história de uma empresa fora do seu ambiente, seja local ou global. O ambiente das políticas macroeconômicas e as tendências da economia mundial são tópicos obrigatórios que devem ser discutidos em um texto escrito por um economista. Variações nas taxas de câmbio e juros, mudanças na política cambial, aumento ou redução dos gastos orçamentários e a política salarial fazem o cotidiano de uma empresa.

Crises financeiras, guerras e conflitos regionais e até epidemias de vírus são alguns dos exemplos, em nível mundial, que interferem na tomada de decisão empresarial. Observando a curva de oferta de bens e serviços em um prazo mais longo, podemos identificar claramente momentos e que grandes eventos

internacionais afetaram as finanças da empresa. A crise de 2008 atingiu todas as economias mundiais. As grandes companhias aéreas talvez sejam as mais sensíveis às mudanças abruptas no mercado internacional.

O correto seria historicizar cada evento selecionado que interfere na vida da empresa, mas, dada a limitação de tempo e recurso que temos, uma boa contextualização já é suficiente.

8. Considerações finais

Quando se observa a trajetória de uma empresa, constata-se que seu desempenho está condicionado tanto ao ambiente interno (acúmulo de capital, força de trabalho e capacidade gerencial) como ao externo (política econômica e social), além das disponibilidades materiais (insumos e infraestrutura logística). Além desses condicionantes, também temos que levar em conta que cada empresa, mesmo sendo determinada por macroestruturas, tem suas especificidades que a tornam única. Sua história é própria e irredutível. Os erros e acertos são consequências de tomadas de decisões realizadas por gestores em um ambiente de incertezas, cujo *background* aponta para resultados futuros. Portanto passado, presente e futuro se entrelaçam simultaneamente no cotidiano de uma empresa, fazendo do tempo uma prisão involuntária.

O ambiente externo e a disponibilidade de materiais são macroestruturas circunscritas a um espaço determinado. Especificidades culturais de cada país ou região possibilitam a oferta de bens e serviços com graus diferenciados de qualidade e quantidade. Excesso e escassez relacionados com a localização em um território específico, muitas vezes, escapam do controle gerencial. As fronteiras nacionais impõem limites, o que leva muitas empresas a transpô-los para garantir sua sobrevivência e dominar ainda mais o mercado. Após transpor as fronteiras, a empresa terá que lidar com outra realidade que exigirá dos gestores novas posturas ante as demandas e os problemas anteriormente inexistentes. Portanto os condicionantes específicos de cada país fazem do espaço outra prisão involuntária.

No ambiente empresarial, cada decisão cotidiana e planejada interfere decisivamente nos rumos da empresa. A liberdade de escolha não é aleatória e ocorre em um mundo concreto, em um tempo e em um espaço determinados. A tentativa constante de tentar orientar as escolhas individuais momentaneamente se

apresenta eficaz, mas os desvios e a desobediência se convertem em regras. Gestores mudam de opinião com frequência diante de cenários adversos ou favoráveis, e o duelo entre paixão e razão tem resultados imprevisíveis. Estamos diante da terceira prisão, o ser humano e sua liberdade.

No tabuleiro dos desafios do jogo empresarial, o tempo, o espaço e a liberdade humana são variáveis mutáveis e incontroláveis, que alteram sua natureza constantemente. E são variáveis que se cruzam em todas as tomadas de decisões e exercem influência nos rumos da empresa.

Referências

- BRAUDEL, F. *Escritos sobre a história*. São Paulo: Perspectiva, 2005.
- MARX, K. *O Capital: crítica da economia política*. Rio de Janeiro: Bertand do Brasil, 1994.
- SCHUMPETER, J. A. *Capitalismo, socialismo e democracia*. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1984.
- SCHUMPETER, J. A. *Teoria do desenvolvimento econômico*. São Paulo: Nova Cultural, 1988.
- SMITH, A. *A riqueza das nações*. São Paulo: Nova Cultural, 1988.