

As contribuições da Escola Austríaca ao ensino de Administração

Ronei da Silva Leonel Junior – Faculdade Metropolitana de Maringá

Marco Antonio Sena de Souza – Faculdade Metropolitana de Maringá

Área Temática: Readings on the Austrian School Economics

Resumo

O ensino de administração está pautado em uma série de premissas sobre a influência da economia nas operações organizacionais e funcionamento dos mercados que, na maioria das vezes, não possibilita ao futuro administrador uma análise coerente da realidade, reduzindo assim as suas possibilidades de sucesso e aumento dos riscos de maus investimentos. Neste artigo, tem-se como objetivo refletir sobre as contribuições da abordagem da escola austríaca sobre o processo de mercado, a teoria do capital e dos ciclos econômicos ao ensino da administração e na formação dos novos gestores tornando-os aptos a conduzirem as suas organizações com sucesso.

1. Introdução

A administração enquanto uma atividade humana pode ser considerada uma prática milenar na história da civilização. No entanto, foi somente ao final do século XIX com o crescimento contínuo dos negócios, em tamanho e em número, e conseqüentemente de novos problemas organizacionais que a administração passou de um estado de desinteresse a um conhecimento reconhecido e valorizado capaz de afetar os esforços econômicos do homem, propagando-se da indústria para sala de aula (GEORGE JR, 1972).

Desde os trabalhos seminais de Taylor e Fayol, a administração recebeu a influência de áreas do conhecimento como a psicologia, sociologia, biologia, cibernética e economia, para ficar apenas nas principais contribuições, constituindo assim uma área do conhecimento interdisciplinar. Todavia, como ressalta Drucker (1975), a administração possui as suas próprias habilitações, seus problemas e interesses, mas para que o administrador possua bom desempenho ele precisa tanto de conhecimento como de responsabilidade.

Mas devido à fragmentação e a especialização acentuada das áreas de conhecimento, inclusive da própria administração, tornou-se cada vez mais difícil para pesquisadores e

professores dialogarem com outras áreas. De modo que, muitas vezes, se toma como ponto de partida para o ensino de administração apenas o *mainstream* dessas outras áreas, mesmo que isso represente uma possível deficiência na capacidade analítica do futuro administrador em compreender os acontecimentos que compõem o ambiente organizacional e comportamento humano. Vale ressaltar aqui que a capacidade de influência dos fatores constituintes do ambiente organizacional, fornecedores, consumidores, governos, sindicatos, mudanças econômicas, tecnológicas, demográficas (ROBBINS, 2005) está diretamente relacionada com a interpretação realizada pelos tomadores de decisão dentro das organizações sobre aqueles elementos. Isso se deve ao fato que não é possível falar em um ambiente organizacional dado, isto é, objetivo, mas apenas em ambientes criados subjetivamente pelos tomadores de decisão através da significação desses elementos (DAFT; WEICK, 1984).

Nesse sentido, o presente trabalho tem como objetivo refletir sobre as contribuições da abordagem da escola austríaca sobre o processo de mercado, a teoria do capital e dos ciclos econômicos a compreensão dos fenômenos que envolvem a economia, a competição e os preços no ensino da administração.

2. Pressupostos subjacentes ao ensino de administração

2.1. Economia como uma variável ambiental indireta

Um dos principais avanços da teoria administrativa foi a “descoberta” de que a organização era um sistema aberto e por isso mantinha relações de trocas com os diversos constituintes do seu ambiente. De acordo com Robbins (2005), a importância da noção de ambiente organizacional reside na possibilidade do mesmo de gerar incertezas potenciais a sobrevivência da organização.

No mesmo sentido, Stoner e Freeman (1999) definem o ambiente organizacional como todos os elementos atuantes fora da organização que são relevantes para suas operações, sendo esse ambiente dividido em elementos de ação direta e de ação indireta. Os elementos de ação direta correspondem aos grupos de interesse afetados pela atuação da organização, fazem parte dessa dimensão do ambiente: clientes, fornecedores, governos, mídia, sindicatos, instituições financeiras, competidores, acionistas e empregados. Por sua vez, os elementos de ação indireta influenciam o clima em que acontecem as atividades da organização e não diretamente as suas operações.

A variável econômica é na visão de Stoner e Freeman (1999) um elemento de ação indireta sobre as organizações, pois altera as condições na qual as operações ocorrem e não as

operações em si. Neste sentido, “as tendências e as condições econômicas gerais são críticas para o sucesso de uma organização” uma vez que “afetam tanto os custos de produção dos produtos e dos serviços quanto às condições de mercado sob as quais eles são vendidos” (STONER; FREEMAN, 1999, p. 57).

Para o monitoramento das variáveis econômicas os administradores se valem de uma diversidade de indicadores econômicos, na tentativa elaborarem previsões para a economia e para as mudanças (STONER; FREEMAN, 1999). Sendo a principal preocupação do administrador distinguir entre as mudanças estruturais, que causam grandes alterações, permanentes ou temporárias, nas relações entre diferentes setores da economia e variáveis econômicas, e cíclicas, que correspondem as oscilações no nível geral da atividade econômica.

Por sua vez, Barney e Hesterly (2007) dividem o ambiente organizacional em geral e local. O primeiro consiste de tendências amplas, no contexto que uma empresa opera que podem ter impacto nas escolhas estratégicas dessa empresa; já o ambiente local se refere à estrutura do mercado no qual a empresa atua. Igualmente Stoner e Freeman, Barney e Hesterly (2007) vêem a variável econômica como componente do ambiente geral. Na visão dos autores, o “clima econômico” corresponde a

saúde geral dos sistemas econômicos em que uma empresa opera. A saúde da economia varia ao longo do tempo em um padrão distinguível: períodos de relativa prosperidade – quando a demanda por bens e serviços está alta e o desemprego está baixo – são seguidos por períodos de relativa pouca prosperidade – quando a demanda por bens e serviços está baixa e o desemprego alto. (BARNEY; HESTERLY, 2007, p. 31).

O padrão de alternância entre prosperidade, recessão e prosperidade é denominado ciclo de negócio, sendo a caracterização do ciclo econômico fundamental nas escolhas estratégicas da organização.

Já o ambiente local se refere ao nível de ameaça que uma determinada empresa encontra no seu setor, através da análise do modelo de cinco forças de Porter (1986), que se baseia no modelo estrutura-conduta-desempenho que está relacionado às estruturas de mercado (BARNEY; HESTERLY, 2007).

Em ambas as perspectivas a variável econômica é tratada como uma tendência geral externa a organização. Isso se deve a ênfase maior em conceitos mais macroeconômicos, que pouco se relacionam com o cotidiano das trocas econômicas.

2.2. As Estruturas de Mercado, Competição e Preços

O ponto de referência para se discutir questões envolvendo a competição entre as empresas, seja na obtenção de vantagem competitiva (BARNEY; HESTERLY, 2007, PORTER, 1986) ou na formação dos preços (URDAN; URDAN, 2006, KOTLER; ARMSTRONG, 2008), são as estruturas de mercado. No quadro a seguir, estão sumarizadas as principais características das estruturas de mercado.

| Características | Concorrência Perfeita | Monopólio | Oligopólio | Concorrência monopolista |
|--------------------------|-------------------------------|---|--|---------------------------------|
| Número de empresas | Muito grande | Uma empresa | Pequeno | Grande |
| Produto | Homogêneo. s | Sem substitutos próximos | Homogêneo ou diferenciado. | Diferenciado |
| Controle sobre os preços | Sem possibilidades de manobra | Grande poder de manobra | Coalizões e grande poder de manobra. | Pouca margem de manobra. |
| Concorrência extra preço | Impossível | Campanhas institucionais para salvaguardar a sua imagem | Intensa, sobretudo, quando existe diferenciação. | Intensa |
| Barreiras de entrada | Não | Sim | Sim | Não |

Quadro 1 – Características da Estrutura de Mercado

Fonte: Adaptado Vasconcelos e Garcia (2012).

Barney e Hesterly (2007) enxergam as estruturas de mercado como condicionantes da possibilidade de alcance de vantagens competitivas, de modo que empresas atuantes em concorrência perfeita podem esperar ganhar apenas paridade competitiva. Já nos setores monopolisticamente competitivos, oligopólios e monopólios o desempenho esperado é a vantagem competitiva. Entretanto, este último algumas vezes seja administrado de maneira ineficiente.

No tocante ao estabelecimento dos preços, o entendimento da estrutura de mercado é a base para definição das estratégias de apreçamento, ao influenciarem o entendimento da lucratividade, da concorrência, do volume de vendas e do posicionamento de mercado (URDAN; URDAN, 2006). Sendo os cenários para avaliação da concorrência e dos preços entendidos do seguinte modo.

De acordo com Urdan e Urdan (2006), na concorrência perfeita a margem de manobra para o vendedor definir seu preço é muito estreita, pois ao elevar os seus preços os consumidores migram para produtos concorrentes, sendo os preços definidos pelos níveis de oferta e demanda. Respeitado o equilíbrio global entre oferta e demanda, a preços de mercado a empresa vende tudo o que produzir. Na concorrência monopolística as empresas conseguem

diferenciar suas ofertas ao influenciar as avaliações dos segmentos do mercado podendo cobrar mais pelos diferenciais que os clientes percebem e valorizam (URDAN; URDAN, 2006).

Nos oligopólios a existência de poucas empresas permite a diferenciação do produto e a cobrança de preços maiores, mas os rivais contam com recursos e competências equivalentes por isso a diferenciação não se sustenta no longo prazo. Além disso, na estrutura oligopolista as empresas evitam a concorrência baseada nos preços baixos (URDAN; URDAN, 2006). No último cenário, os monopólios, a empresa possui uma ampla margem de manobra para o estabelecimento dos preços, restritas apenas a uma possível queda na demanda e as regras governamentais.

No tocante ao estabelecimento do preço, Para Kotler (2008) existem dois modos, no primeiro, o ponto de partida são os custos fixos e variáveis de produção mais o *mark-up* desejado, e, no outro, se tem o valor percebido pelo cliente como orientador para o estabelecimento dos objetivos de preço que deverão balizar o desenho do produto e os custos incorridos na fabricação do mesmo.

3. Escola austríaca

3.1. Processo de mercado e função dos preços

Segundo Iorio (2011, p 76), a escola austríaca compreende o “mercado como um processo de permanentes descobertas, de tentativas e erros, o qual, ao amortecer as incertezas, tende sistematicamente a coordenar os planos formulados pelos agentes econômicos.” Entretanto, devido as próprias circunstâncias de incerteza que cercam a ação humana esse estado de coordenação plena, isto é, de equilíbrio, característicos dos modelos de estrutura de mercado, não pode ser alcançado, embora os mercados tendam para ele.

Na perspectiva austríaca

o mercado compõe-se durante qualquer período de tempo, da interação das decisões de consumidores, empresários produtores e proprietários de recursos. Num determinado período, nem todas as decisões podem ser concretizadas, já que muitas delas podem prever erroneamente ou depender de outras decisões que, na realidade, não estão sendo tomadas. E também, muitas das decisões que são concretizadas com êxito num determinado período podem demonstrar mais tarde não terem sido as melhores vias de ação possíveis. Estivessem os tomadores de decisões conscientes das opções que outros estavam fazendo no mesmo período. (KIRZNER, 1986, p.8)

A descrição de mercado elaborada por Kirzner ressalta a imperfeição do conhecimento humano tal como apontada por Hayek. De acordo com Hayek *apud* Iorio (2011), essa limitação do conhecimento, que se traduz em informações incompletas e na possibilidade de ocorrência de alterações nas preferências dos agentes, reflete-se nos planejamentos realizados pelos participantes do mercado, uma vez que além das informações limitadas as expectativas a respeito do futuro também pode ser divergir.

Em virtude desses aspectos, o processo de mercado é inerentemente competitivo. Para Kirzner (1986), a alteração sistemática nas decisões entre cada período e o período subsequente torna cada oportunidade oferecida no mercado mais competitiva do que a que foi oferecida no período anterior, uma vez que existe uma maior consciência das outras oportunidades que estão sendo postas a disposição do mercado. Sendo assim, no transcorrer do processo de mercado os participantes testam continuamente os seus competidores. “Cada um se adianta aos outros, oferecendo oportunidades um pouco mais atraentes que as deles. Seus competidores, por sua vez, ao saberem com o que eles estão competindo, são forçados a adoçar ainda mais as oportunidades que põem à disposição do mercado; e assim por diante” (KIRZNER, 1986, p. 9).

De acordo com Soto (2010) e Kirzner (1986), as oportunidades de lucro empresarial surgem da descoordenação existentes no mercado. Ao captar e explorar essas oportunidades ainda não descobertas, que se revelam no mercado, através de diferenciais entre preços, os empresários tendem a corrigir desequilíbrios anteriores e, com isso, a promover a maior coordenação entre os planos individuais e, portanto, a gerar uma tendência de equilíbrio nos preços.

Em síntese, o papel do mercado

é o de servir como um processo, mediante o qual, por tentativas e erros, tanto o conhecimento como as expectativas dos diferentes membros da sociedade vão se tornando paulatinamente mais compatíveis no decorrer do tempo. Surge desta maneira a importância fundamental, primeiro, do *sistema de preços*, com o papel de emitir sinais para que os diversos participantes do processo de mercado possam coordenar seus planos ao longo do tempo e, segundo, da *competição*, como o único meio de descoberta das informações que são realmente relevantes. Evidentemente, a ignorância gerada pela escassez de conhecimento e que envolve o processo de trocas, fará com que diversos planos fracassem e a tendência para um maior grau de coordenação dependerá, de um lado, da capacidade de cada agente aprender com seus próprios erros. (IORIO, 2011, p. 77)

3.2. Teoria do capital e ciclos econômicos

O ponto de partida da teoria do capital é o conceito de bens de capital, que se refere “a cada uma das etapas intermediárias, subjetivamente considerada como tal, nas quais se expressa ou materializa todo o processo produtivo empreendido pelo agente” (SOTO, 2010, p.71). Neste sentido, os bens de capital são bens econômicos de ordem superior, como teorizou Menger, isto é, fatores de produção incorporados nas etapas intermediárias de um processo de produção.

Para ilustrar a teoria do capital Böhm-Bawerk introduziu a figura mosca de alvo, um conjunto de anéis concêntricos para representar a estrutura temporal de produção, que posteriormente foi aperfeiçoada por Hayek através dos triângulos (IORIO, 2011). De acordo com Iorio (2011), a produção de um bem começa no centro do alvo pela utilização dos meios originais e com o decorrer do tempo o processo produtivo vai se espalhando de dentro para fora na figura de Böhm-Bawerk, ou se alongando (da direita para esquerda) na representação de Hayek, sendo o produto final representado, respectivamente, pelo anel mais afastado e pela coluna da direita. Quanto mais diluído maior o grau de desenvolvimento do processo produtivo ou do sistema econômico.

A produção dos bens de capital se dá através da conjunção acumulada de três elementos, a saber: recursos naturais, trabalho e tempo (IORIO, 2011). Cabe ressaltar que os bens de capital são específicos, pois a estrutura dos processos produtivos é constituída de múltiplas etapas, todas inter-relacionadas entre si e divididas em múltiplos subprocessos para produção dos bens de consumo. Isso faz com que os bens de capital dificilmente sejam reconvertíveis, especialmente, quando estão próximos da etapa final de consumo. Sendo que se as circunstâncias alterarem, e o agente mudar de opinião é possível que os bens de capital elaborados sejam inutilizados, a menos que passem por uma custosa reconversão (SOTO, 2010).

Para que seja possível a produção dos bens de capital, e conseqüentemente do desenvolvimento do processo produtivo, é necessário que exista a poupança, isto é, abstenção de consumo presente. Em outras palavras o “agente apenas poderá alcançar sucessivas etapas intermediárias de um processo de ação cada vez mais afastadas no tempo se, previamente, tiver renunciado à consecução de fins que satisfazem antes necessidades humanas e que, portanto, são temporalmente mais imediatos (consumo)” (SOTO, 2010, p.73). Entretanto, como destacou Böhm-Bawerk *apud* Soto (2010), os agentes econômicos valorizam mais os bens presentes do que os bens futuros com características semelhantes, a lei da preferência

intertemporal. Por isso, os agentes que se abstém do consumo presente recebem uma recompensa ou prêmio pela espera, denominada juros. Quanto maior a disponibilidade dos agentes em se absterem do consumo presente menor será a taxa de juros de recompensa aos poupadores, ao passo que quanto menor for abstenção do consumo presente maior a taxa de juros. Deste modo, a taxa de juros possui um importante papel de coordenação intertemporal entre os planos dos agentes. De modo que um crescimento sustentável se dá através da acumulação de capital provocada pelas realocações possibilitadas pela mudança das preferências intertemporais no sentido de aumentar a poupança (IORIO, 2011).

Após a definição e compreensão do conceito de bem de capital é possível elaborar o conceito de capital. Na visão da escola austríaca, capital pode ser definido como o valor a preços de mercado dos bens de capital, valor que é estimado pelos agentes individuais que compram e vendem bens de capital num mercado livre. Nesse sentido, o capital é simplesmente um conceito abstrato utilizado no cálculo econômico, sendo uma estimativa subjetiva sobre o valor de mercado que os empresários creem que os bens de capital terão. Se não fosse através dos preços de mercado e da estimação subjetiva do valor capital dos bens que integram as etapas intermediárias dos processos produtivos, seria impossível estimar ou calcular se o valor final dos bens que se pretende produzir com os bens de capital compensam ou não o custo em que se incorre nos processos produtivos (SOTO, 2010). Por isso, “o capital é uma estrutura diversificada de elementos heterogêneos e complementares, utilizados nos diversos estágios da produção” (IORIO, 2011, p.117).

Os ciclos econômicos se desencadeiam a partir dos distúrbios monetários que provocam uma descoordenação intertemporal nas atividades econômicas, e quando essas faltas de coordenação são descobertas, provocam recessões e ajustamentos visando a reestruturação da economia (SOTO, 2010). Neste sentido, a tese fundamental é que eles são causados por fatores monetários, mas constituídos por fatores reais (IORIO, 2011).

Na primeira fase do ciclo econômico, os agentes não percebem que o crescimento no investimento planejado não é lastreado em poupança genuína, mas apenas em um excesso de oferta do crédito, via inflação ou reservas fracionadas, por isso os agentes econômicos investem na produção de bens de capital afastados do consumo, alargando a estrutura de produção (SOTO, 2010). Devido ao aumento das margens de lucros, ocasionadas pela queda artificial das taxas de juros, a demanda por bens de ordem superior é elevada, ocasionando uma realocação dos recursos na estrutura de produção. O maior emprego dos recursos nos

novos estágios lucrativos aumenta a renda dos fatores de produção utilizados naqueles que resultam conseqüentemente no aumento do consumo (IORIO, 2011).

Esse crescimento dos gastos com bens de consumo gera uma disputa entre os setores produtores que eleva tanto os preços dos bens de capital quanto da taxa de juros, tendendo a ocorrer uma escassez de capital nos estágios cuja expansão se iniciou posteriormente. Neste ponto, o crescimento transforma-se em retração, em que projetos são abandonados, ordens de compra são canceladas, trabalhadores são demitidos, os estoques aumentam, a renda e os preços nas indústrias de ordens mais elevadas caem. Quando os preços das indústrias de bens de capital param de cair, elas entram em colapso ao passo que o consumo também diminui devido às quedas nas rendas desses setores (IORIO, 2011).

4. As implicações da escola austríaca para o ensino de administração

A abordagem essencialmente microeconômica da Escola Austríaca permite analisar a economia de uma forma mais realista do que a análise agregada utilizada pelos modelos macroeconômicos (IORIO, 2011), possibilitando uma melhor compreensão da influência que a economia possui sobre as organizações, que vai além da indicação de tendências de crescimento ou redução do consumo e taxas de emprego. Ao apontar que as expansões monetárias realizadas pelo governo, através da inflação, ou pelo sistema fracionário (SOTO, 2010) geram uma descoordenação intertemporal entre poupança e investimentos que acarretam em distúrbios alocativos que se manifestam no alongamento insustentável da estrutura de produção. De modo que, no longo prazo esses investimentos que se apresentavam sustentáveis se revelam maus investimentos devido a artificialidade do crédito que o propiciou. Nesse sentido, a variável econômica não influencia apenas as condições nas quais as empresas desenvolvem as suas atividades, como postulam Stoner e Freeman (1999) e Barney e Hesterly (2007), ela influencia diretamente as operações da empresa na medida em que induz alterações na estrutura de capital da empresa que no longo prazo pode se apresentar insustentável.

Dessa maneira, a compreensão das teorias do capital e dos ciclos econômicos austríacos possibilita ao futuro administrador uma avaliação acurada da variável econômica evitando maus investimentos em períodos ditos de prosperidade que podem inviabilizar a sobrevivência organizacional no longo prazo, especialmente, nos períodos de reajuste de coordenação intertemporal das recessões.

No tocante as contribuições da teoria do processo de mercado ao ensino de administração, o seu emprego na análise estratégica possibilita a compreensão que mesmo estratégias que possibilitem uma vantagem competitiva insustentável no longo prazo possuem seu valor, uma vez que a até sua imitação ela possibilita lucros acima do normal. Além disso, todo lucro supranormal se dissolve gradualmente na medida em que mais e mais empreendedores descobrem o conhecimento necessário para sua imitação (JACOBSON, 1992). Por isso, independentemente da “suposta” estrutura de mercado no qual a organização esteja inserida é somente através da inovação contínua que ela poderá alcançar lucros acima do normal ou vantagem competitiva, pois os mercados não são estáticos e nem se encontram em equilíbrio, de modo que os atores econômicos estão em aprendizado constante e buscando oportunidades ainda não descobertas.

Dentro da perspectiva da escola austríaca os preços são definidos de acordo com as expectativas subjetivas dos clientes, estando alinhada a visão da formulação do preço de acordo com a proposta de precificação do valor percebido (KOTLER, 2008) e oposta à abordagem balizada nos custos fixos e variáveis de produção, que corresponde às expectativas do produtor. De modo oposto, a precificação baseada nas estruturas de mercado que enfatiza a concorrência e os consumidores de modo estático, na abordagem austríaca do processo de mercado os preços representam informações que possibilitam a coordenação entre os planos de ação dos agentes, pois com o transcorrer do tempo os agentes envolvidos adquirem um maior conhecimento das transações e das expectativas um dos outros.

A partir disso é possível elaborar algumas hipóteses partindo de uma situação na qual exista uma descoordenação entre as expectativas dos consumidores e produtores. Para o presente momento interessa-nos a situação em que as expectativas de preço de um produtor, baseadas em seus custos, estão acima do preço que os consumidores estão dispostos a pagar. Nesta situação os produtores teriam as seguintes possibilidades: primeiro, melhorar a produtividade do processo de produção reduzindo os custos; segundo, incorporar benefícios complementares na visão dos clientes e cobrar um valor adicional por ele; ou terceiro, desistir de atuar nesse mercado.

5. Considerações finais

Muito embora, exista um movimento para discutir a escola austríaca no âmbito da teoria das organizações e do empreendedorismo, promovida por autores como Peter Klein, Nicolai Foss, Todd Chiles, Robert Jacobson entre outros, a escola austríaca ainda se mantém distante do ensino de administração e da formação dos novos administradores. Diante desse

contexto, o presente trabalho apresentou, ainda que de maneira introdutória, algumas contribuições que a visão das teorias austríacas do processo de mercado, do capital e dos ciclos econômicos fornece na formação dos administradores, propiciando novos conhecimentos para análise dos efeitos que a economia possui sobre a organização, da função dos preços e da competição na escolha das estratégias e da precificação dos produtos e serviços.

6. Referências

BARNEY, J.B.; HESTERLY, W.S. *Administração estratégica e vantagem competitiva*. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

DAFT, R.L. WEICK, K.E. Toward a model of organizations as interpretation systems. *Academy of Management Review*, 9, 2, 1984.

DRUCKER, P.F. *Administração, tarefas, responsabilidades, práticas*. São Paulo: Pioneira, 1975.

GEORGE JR., C.S. *História do pensamento administrativo*. São Paulo: Cultrix, 1972.

IORIO, U.J. *Ação, tempo e conhecimento: a escola austríaca de economia*. São Paulo: IMB, 2011.

JACOBSON, R. The “Austrian” School of Strategy. *Academy of Management Review*, 17, 4, 1992.

KIRZNER, I.M. *Competição e atividade empresarial*. Rio de Janeiro: Instituto Liberal, 1986.

KOTLER, P.; ARMSTRONG, G. *Principles of Marketing*. London: Pearson Prentice Hall, 2008.

PORTER, M. *Estratégia competitiva: técnicas para análise de indústrias e da concorrência*. Rio de Janeiro: Campus, 1986.

ROBBINS, S.P. *Administração: mudanças e perspectivas*. São Paulo: Saraiva, 2005.

SOTO, J.H. *A escola austríaca*. São Paulo: IMB, 2010.

STONER, J.A.F.; FREEMAN, R.E. *Administração*. Rio de Janeiro: LTC, 1999.

URDAN, F.T.; URDAN, A.T. *Gestão do Composto de Marketing*. São Paulo: Atlas, 2006.

VASCONCELLOS, M.A.S.; GARCIA, M.E. *Fundamentos de economia*. São Paulo: Saraiva, 2012.