

Trabalho de Conclusão de Curso

ESTUDO DE CASO - A PRAXEOLOGIA APLICADA À TEORIA DA ADMINISTRAÇÃO

MBA EM ADMINISTRAÇÃO, FINANÇAS E GERAÇÃO DE VALOR

ALUNO: Douglas Bertoni Volcato

ORIENTADOR: Ricardo Minotto

Sumário

1.222

2.88S CASOS8

3.1212...12

4. REFERÊNCIAS.....13

1. INTRODUÇÃO

Segue a introdução deste estudo.

1.1. Introdução ao Estudo

Levando em conta as mudanças ocorridas dentro da teoria da Administração desde o seu surgimento, pode-se notar como problema uma certa dificuldade em manter a mesma teoria por muito tempo. Dificuldade essa que ocorre principalmente devido às mudanças sociais, econômicas e tecnológicas, tornando necessário reescrever e adaptar a teoria para a realidade de cada época.

Administração ainda é planejar, organizar, dirigir, liderar e controlar, só que essas funções estão passando por mudanças incríveis, dentro do cenário que vivemos hoje [...] (Informação verbal).¹

Em 1949, o economista Ludwig von Mises lançou seu livro *Ação Humana: Um tratado de Economia* (MISES, 1949) que, apesar da Economia já ser vista por alguns estudiosos da época como uma ciência objetiva baseada em pressupostos necessários do próprio comportamento humano, tudo ficou mais claro com a revolução que esse livro trouxe para a época². O livro em si apresenta a *Praxeologia* (do grego *praxis* + *logos*, significando “estudo da ação humana”), um estudo do comportamento humano, uma demonstração de

¹ Fala do professor Idalberto Chiavenato na disciplina de Administração de pessoas e teoria geral da Administração. PUCRS, 2021.

² As opiniões de Menger, Böhm-Bawerk e Wieser, predecessores de Mises, eram iguais: Eles também definiam a ciência econômica como uma disciplina em que as proposições – em contraste com as das ciências naturais – podem receber alguma justificação definitiva. No entanto, eles novamente fazem isto sem empregar a mesma terminologia usada por Mises. [...] E finalmente, a caracterização epistemológica da ciência econômica feita por Mises também foi considerada bastante ortodoxa – e com certeza nada exclusiva, como Blaug a teria considerado – após ter sido explicitamente formulada por Mises. O livro de Lionel Robbins *The Nature and Significance of Economic Science*, que foi lançado em 1932, nada mais é do que uma versão de certa forma suavizada da descrição que Mises faz da ciência econômica como praxeologia. Não obstante ele foi respeitado pelos economistas profissionais como a estrela guia metodológica por quase vinte anos (HOPPE, 2010, p.13).

pressupostos objetivos e autoevidentes necessários para a ação de cada indivíduo, pressupostos *a priori* que Mises utilizou para a dedução completa da teoria econômica.

Suas afirmativas e proposições não derivam da experiência (dentro da Ciência Econômica). São, como a lógica e a matemática, aprioristas. Não estão sujeitas a verificação com base na experiência e nos fatos. São tanto lógica como temporalmente anteriores a qualquer compreensão de fatos históricos. São um requisito necessário para qualquer percepção intelectual de eventos históricos (MISES, 2010, p.59).

Com base nisso, o seguinte estudo foi criado com o intuito de ser tanto explicativo quanto exploratório, de modo a servir como uma reflexão acerca da Praxeologia e oferecer *insights* sobre as mudanças que ocorrem na teoria da Administração – principalmente relacionadas ao aumento cada vez maior do foco nos colaboradores e nos clientes. Deste modo, o objetivo geral desta pesquisa está em revisar a aplicação da Praxeologia à teoria da Administração, propondo uma base objetiva e, principalmente, atemporal para o embasamento de novas pesquisas e estudos dentro do escopo da teoria da Administração e áreas relacionadas – algo possivelmente relevante para o meio acadêmico e para a sociedade visto que poderá auxiliar na abertura de novas linhas de raciocínio.

Primeiramente, há uma breve introdução ao estudo da Praxeologia, que serve como base teórica para a análise dos casos. Para a pesquisa foram selecionados dois casos que demonstram de maneira mais clara a relação da Praxeologia à teoria da Administração. O conjunto de informações apresentadas durante a formulação dos casos foi coletado de acordo com a bibliografia consultada.

1.2. Introdução à Praxeologia

Segue uma breve introdução ao estudo da Praxeologia sem aprofundar deduções acerca da teoria econômica, como Mises o fez. Procura-se demonstrar, assim, a parte básica da teoria para auxiliar o entendimento da análise dos casos a seguir.

Pode-se analisar em que objetivamente se constitui o comportamento humano: o uso de um meio para se atingir um determinado fim. Meio esse que pode ser tanto o próprio corpo do indivíduo quanto qualquer outro recurso externo ou objeto que o mesmo decida usar.³

Considerando que existem várias opções de fins os quais o indivíduo pode escolher buscar a cada momento e, do mesmo modo, diversas opções de meios os quais o indivíduo pode escolher usar para buscar esses fins, pode-se deduzir que, para a realização de sua ação, sempre será escolhido o meio e o fim que mais agrada cada indivíduo. Dependendo das informações que o indivíduo possui, nem sempre o meio escolhido pode ser, de maneira prática, o melhor para se atingir o fim que o mesmo está se propondo a atingir, mas ainda assim é claro o fato de a ação humana se constituir do uso de um meio preferido para a busca de um fim preferido visando uma melhora em sua atual situação.⁴

A partir dessa busca por uma situação melhor, deduz-se a preferência que as pessoas possuem em se unirem em sociedades⁵, se engajarem em sistemas de divisões de trabalho voltados para a especialização em determinada tarefa e, por fim, trocas voluntárias com outras pessoas. Tudo isso pelo fato de que, em um regime de subsistência, um indivíduo deveria produzir tudo o que precisa. Regime de subsistência esse que acaba por manter o indivíduo sem tempo, sem conhecimento e sem acesso aos recursos necessários para se produzir bens mais complexos. Regime de subsistência esse que é contrário a toda a qualidade de vida existente hoje na sociedade que é voltada para a divisão de trabalho e que se desencontra do principal

³ [...] o agente homem escolhe, determina e tenta alcançar um fim. Entre duas coisas, não podendo ter ambas, seleciona uma e desiste da outra. Ação, portanto, sempre implica tanto obter como renunciar. [...] Ação significa o emprego de meios para atingir fins (MISES, 2010, p. 37).

⁴ Chamamos contentamento ou satisfação aquele estado de um ser humano que não resulta, nem pode resultar, em alguma ação. O agente homem está ansioso para substituir uma situação menos satisfatória, por outra mais satisfatória. (MISES, 2010, p. 38)

⁵ A sociedade é a consequência do comportamento propositado e consciente. Isso não significa que os indivíduos tenham firmado contratos por meio dos quais teria sido formada a sociedade. As ações que deram origem à cooperação social, e que diariamente se renovam, visavam apenas à cooperação e à ajuda mútua, a fim de atingir objetivos específicos e individuais. Esse complexo de relações mútuas criadas por tais ações concertadas é o que se denomina sociedade. Substitui, pela colaboração, uma existência isolada – ainda que apenas imaginável – de indivíduos. Sociedade é divisão de trabalho e combinação de esforços. Por ser um animal que age, o homem torna-se um animal social (MISES, 2010, p. 183).

objetivo da ação humana: buscar uma condição melhor, buscar a felicidade.⁶

Importante refletir sobre a causa do surgimento de organizações dentro de grupos de pessoas: como todos buscam uma melhora em suas vidas, e o dinheiro possui essa capacidade por ter seu valor representado em todos os produtos e serviços que podem ser comprados com ele, é natural que surjam empreendedores para suprir demandas que o resto das pessoas possuem de modo a lucrar com isso. Lucro esse que só pode ser recebido de maneira voluntária pelos empreendedores, sendo uma forma de incentivo para essa solução de problemas que acaba por ajudar os outros.⁷

Salienta-se que, ao passo de que as necessidades básicas do ser humano são supridas com êxito, o mesmo acaba por buscar outros tipos de desejos como, por exemplo, constituir uma família, buscar segurança ou até mesmo definir conceitos de certo e errado. Algo perfeitamente representado na Pirâmide de Abraham H. Maslow (MASLOW, 1954) e que Mises deu o nome de *preferência temporal* (MISES, 1966). Um indivíduo, por exemplo, com uma alta preferência temporal (como em nossos antepassados primitivos) precisa urgentemente de comida e busca isso desenfreadamente, ao contrário de um indivíduo com uma baixa preferência temporal que já possui comida suficiente, uma moradia, uma família e agora investe seu dinheiro em um negócio ou no mercado de ações buscando um retorno no longo prazo.⁸

⁶ A praxeologia é indiferente aos objetivos finais da ação. Suas conclusões são válidas para todos os tipos de ação. Independentemente dos objetivos pretendidos. É uma ciência de meios e não de fins. Emprega o termo felicidade no sentido meramente formal. Na terminologia praxeológica, a proposição “o único objetivo do homem é alcançar a felicidade” é tautológica. Não implica nenhuma afirmação sobre a situação da qual o homem espera obter felicidade. O conceito segundo o qual o incentivo da atividade humana (MISES, 2010, p. 39).

⁷ Os indivíduos mais empreendedores e mais previdentes procuram obter lucro ajustando constantemente as atividades de produção, de forma a atender, da melhor maneira possível, às necessidades dos consumidores, tanto as conscientes como as latentes que ainda nem tenham sido sequer cogitadas. Essas atividades especulativas dos promotores alteram, permanentemente, todos os dias, a estrutura de preços e, conseqüentemente, também, o nível da taxa bruta de juro de mercado (MISES, 2010, p. 622).

⁸ A preferência temporal é um requisito categorial da ação humana. É impossível imaginar uma ação na qual a satisfação mais próxima não seja preferida – desde que sejam iguais as demais circunstâncias – à satisfação mais distante. O próprio ato de satisfazer um desejo implica em que seja preferível satisfazê-lo agora a mais tarde. Quem consome um bem não perecível, em vez de adiar o seu consumo indefinidamente, está atribuindo mais valor à satisfação presente do que à diferida. Se não preferisse a satisfação num futuro mais próximo ao invés de num futuro mais distante, jamais consumiria, nem satisfaria as suas necessidades. Acumularia sem cessar bens que jamais iria consumir e desfrutar. Não consumiria hoje, mas também não consumiria amanhã, porque o amanhã o confrontaria com a mesma alternativa. A preferência temporal guia não só o primeiro passo, em direção à satisfação de uma necessidade, mas também, todos os passos posteriores. Uma vez satisfeito o desejo *a*, colocado em primeiro lugar na escala de valores, é preciso escolher entre o desejo *b*, que está em segundo lugar, e um desejo futuro *c*, que – na ausência da preferência temporal – ocuparia o primeiro lugar. Se *b* é preferido a *c*, a escolha envolve claramente uma preferência temporal. O empenho consciente no sentido de satisfazer necessidades é imperiosamente orientado pelo fato de ser preferível satisfazê-las no futuro mais próximo do que no futuro mais remoto (MISES, 2010, p. 560).

Ao fazer sua escolha, o homem escolhe não apenas entre diversos bens materiais e serviços. Todos os valores humanos são oferecidos para opção. Todos os fins e todos os meios, tanto os resultados materiais como os ideais, o sublime e o básico, o nobre e o ignóbil são ordenados numa sequência e submetidos a uma decisão que escolhe um e rejeita outro [...] (MISES, 2010, p. 23).

Apesar de fatos horríveis como desastres naturais e guerras elevarem a preferência temporal das pessoas vítimas deles, levando em conta o constante avanço tecnológico e o aumento da riqueza geral das pessoas, pode-se dizer que a preferência temporal da sociedade está diminuindo cada vez mais⁹. Ao perceber isso, fica claro o porquê de cada vez mais haver a preocupação do público com problemas mais complexos como, por exemplo, questões éticas, igualdade de gêneros e preservação ambiental – havendo, juntamente a essa mudança de mentalidade, uma tendência cada vez maior ao financiamento de figuras e organizações que apoiam essas questões e um “cancelamento” de outras que as rejeitam.

Importante esclarecer que esse estudo não possui o objetivo de aprofundamento em teorias de explicação subjetiva ou psicológica sobre o porquê de o indivíduo decidir escolher esse ou aquele meio, esse ou aquele fim, mas sim demonstrar características objetivas que constituem a ação que o indivíduo toma. Para demonstrar a clareza dessas proposições acerca da ação humana, pode-se considerar proposições que as contrariem: “a ação humana não se constitui no uso de um meio para se atingir um fim”, ou “um indivíduo,

⁹ No entanto, mais importante do que isso, uma vez que as vítimas reais e potenciais estão autorizadas a se defenderem, a se protegerem e a se garantirem contra ambos os desastres sociais – os crimes e as catástrofes naturais –, o efeito destes sobre a preferência temporal são temporários e não sistemáticos. As vítimas reais pouparão ou investirão uma quantidade menor de bens em função do fato de estarem mais pobres. E as diferentes percepções dos riscos entre vítimas reais e potenciais moldam a direção (o sentido) das suas ações futuras. Porém, enquanto a proteção física e a defesa forem permitidas, a existência de desastres sociais ou de catástrofes naturais não implica que o grau de preferência temporal das vítimas reais ou potenciais – o grau da sua visão de longo prazo, da sua orientação para o futuro – será sistematicamente alterado. 12 Depois de os prejuízos serem verificados e depois de as atividades serem redirecionadas, a tendência à queda da taxa de preferência temporal e o processo civilizatório retomarão o seu percurso anterior. Nesse ínterim, pode-se esperar que a proteção contra o crime e contra os desastres naturais receberá contínuo aperfeiçoamento (HOPPE, 2014, p. 43).

dentre as várias opções de meio e fins disponíveis, escolhe aqueles que menos o agrada”.

Se “a ação humana não se constitui no uso de um meio para se atingir um fim” então o que exatamente ela seria? Ou como se poderia provar que “um indivíduo, dentre as várias opções de meio e fins disponíveis, escolhe aqueles que menos o agrada”? De fato, a própria tentativa de provar essas afirmações contrárias seria um problema lógico - uma *contradição performativa*, como proposto pelo filósofo Karl-Otto Apel (APEL, 2004) - uma contradição entre aquilo que se está fazendo e aquilo que se está tentando provar visto que a própria tentativa de provar o contrário já seria o uso de um meio para se atingir o fim de tentar refutar a Praxeologia - ou seja, um absurdo¹⁰. Estando isso finalizado, são apresentados os casos.

¹⁰ A tentativa de refutar o axioma da ação seria ela mesma uma ação que visa um objetivo, que requer meios, que exclui outros cursos de ação, que incorre em custos, que sujeita o agente a possibilidade de alcançar ou não alcançar o objetivo desejado e assim conduzindo a um lucro ou a um prejuízo. E o simples fato de possuir este conhecimento jamais pode ser contestado, e a validade destes conceitos jamais pode ser refutada por nenhuma experiência contingente, pois contestar ou refutar alguma coisa já iria pressupor suas próprias existências. Na verdade, uma situação em que estas categorias da ação deixassem de ter uma existência real nunca poderia ser observada, pois fazer uma observação também é uma ação (HOPPE, 2010, p. 22).

2. DESCRIÇÃO E ANÁLISE DOS CASOS

Segue a apresentação dos casos estudados, ambos foram selecionados por conveniência do próprio autor por representarem casos clássicos em dois momentos distintos da história. O primeiro como representativo da origem da produção em série e da mudança de pensamento nas organizações relacionada à preocupação maior que passou a ser dada aos colaboradores, fato que contribuiu para a teoria moderna da Administração. O segundo, mais atual, como representativo da tendência existente à criação de produtos e serviços cada vez mais personalizados – apresentando uma organização que surgiu para preencher essa lacuna existente no mercado cervejas.

2.1. A Revolução Trabalhista de Henry Ford

Ao criar o famoso “Modelo T”, em 1908, Henry Ford possuía o principal objetivo de produzir um carro que fosse acessível a maioria das pessoas, além de possuir fácil dirigibilidade (devido à transmissão que facilitava a troca de marchas), fácil manutenção, confiabilidade e suportasse tipos diferentes de combustível (como, por exemplo, gasolina, querosene e etanol, esses dois últimos bastante utilizados na época por moradores das áreas rurais do país).¹¹ Estando todos esses objetivos concluídos com satisfação, Ford se concentrara em diminuir os custos de produção, com isso as linhas de montagem fizeram aumentar tremendamente a velocidade na qual se produzia os veículos.¹²

¹¹ O carro universal tinha que ter os seguintes atributos: [...] (1) Qualidade no material [...] (2) Simplicidade na operação - porque as massas não são mecânicas. (3) Potência em quantidade suficiente [...] (4) Confiabilidade absoluta [...] (5) Leveza [...] (6) Controle [...]

O desenho que escolhi chamava-se "Modelo T". [...] Havia apenas quatro unidades de construção no carro - a usina, o chassi, o eixo dianteiro e o eixo traseiro. Todos eles eram de fácil acesso e foram projetados para que nenhuma habilidade especial fosse necessária para seu reparo ou substituição. Eu acreditei então [...] que deveria ser possível ter peças tão simples e tão baratas que a ameaça de trabalhos caros de reparo manual seria totalmente eliminada. As peças podiam ser feitas de forma tão barata que seria mais barato comprar peças novas do que consertar as antigas. Eles podem ser transportados em lojas de ferragens da mesma forma que pregos ou parafusos são transportados. Eu pensei que cabia a mim como designer fazer o carro tão completamente simples que ninguém poderia deixar de entendê-lo (FORD, 1922, p. 40).

¹² O pensamento por trás da maior padronização é ser capaz de obter um lucro maior. O resultado é que com as economias que são inevitáveis se você fizer apenas uma coisa, um lucro cada vez maior é continuamente obtido pelo fabricante. Sua produção também se torna maior - suas instalações produzem mais - e antes que ele perceba, seus mercados estão transbordando de mercadorias que não serão vendidas. E esses bens seriam vendidos se o fabricante aceitasse um preço mais baixo por eles. [...] Assim, a padronização pode parecer um mau negócio, a menos que traga consigo o plano de reduzir constantemente o preço pelo

Na montagem do chassi, há quarenta e cinco estações separadas. [...] O homem que coloca uma peça não a prende. [...] O homem que põe um parafuso não põe a porca; o homem que põe uma porca não a aperta (FORD, 1922, p.83).

A principal dificuldade vista por Ford na época era a alta rotatividade de funcionários devido ao trabalho monótono e aos salários relativamente normais para a época (cerca de US\$ 2,30 por dia), semelhantes aos salários oferecidos pelos concorrentes para trabalhos menos monótonos¹³. Sendo assim, em 1914, Henry Ford elevou o salário mínimo de suas indústrias para US\$ 5,00 por dia, acrescentando também dezoito dias de folga remunerada para os trabalhadores de férias, ou em caso de estarem doentes.

A atenção dada pelo público a esta “revolução” de Ford, acabou por pressionar outras empresas, até mesmo aquelas de outros setores, a adotarem medidas semelhantes: aumento de salários, diminuição da carga horária e folga remunerada. Além disso, a Ford Motor Company também passou a pagar os mesmos salários aos trabalhadores afrodescendentes, o que contribuiu para incentivar indiretamente a diminuição da capacidade de outras organizações de praticarem uma cultura de discriminação racial (CALTON, 2020).

Neste caso, relacionando a Praxeologia, levando em conta que as organizações buscam o lucro, que os trabalhadores fazem parte do processo de produção e que a única fonte de lucro pode vir apenas por meio do pagamento voluntário dos consumidores, pode-se perceber que faz sentido, para que o objetivo seja alcançado, não apenas a empresa se preocupar com o bem estar de seus colaboradores para aumentar a eficiência de sua produção,

qual o artigo é vendido. E o preço tem que ser reduzido (isso é muito importante) porque se diminuíram os gastos de produção e não porque a diminuição da demanda pareça indicar o descontentamento do público. O público sempre se admirará de como pode ser bem servido com pouco dinheiro. A estatística de nossas vendas justifica esses princípios (FORD, 1922, p. 20).

¹³ [...] Em 1915 tivemos que contratar apenas 6.508 homens, e a maioria destes novos homens foram contratados devido ao crescimento do negócio. Com a antiga rotatividade de mão-de-obra e nossa força atual, teríamos que contratar cerca de 200.000 homens por ano – o que seria uma proposta quase impossível. [...] Fizemos mudanças no sistema, mas não nos desviamos deste princípio: se você espera que um homem doe seu tempo e energia, fixe seu salário para que ele não tenha preocupações financeiras. [...] Nossos lucros, depois de pagar bons salários e um bônus - que costumava ser cerca de dez milhões por ano antes de mudarmos o sistema - mostram que pagar bons salários é a maneira mais lucrativa de fazer negócios (FORD, 1922, p. 76).

mas também buscar manter uma boa imagem para o público e fidelizá-lo, pensando no longo prazo. Apesar de isso estar mais evidente hoje em dia, poderia se ter descoberto (e “explorado”) isso muito antes seguindo essa exata linha de raciocínio.

2.2. IntelligentX e sua cerveja personalizada

Em parceria com outras empresas (Intelligent Layer e 10x) a startup britânica IntelligentX Brewing CO oferece aos seus clientes cervejas que melhoram constantemente sua fórmula. Ao todo são 4 tipos diferentes de cervejas para agradar aos diferentes gostos: Black AI, Golden AI, Pale Ale AI e Amber AI.

Por meio de um código impresso nas garrafas, os clientes são direcionados a uma inteligência artificial que realiza uma série de perguntas com respostas de múltipla escolha. A partir da intermediação dessas informações por meio de um software inteligente, a fórmula das bebidas é modificada a cada lote de mil litros (GLOBO, 2016).

Desde a abertura do negócio, em 2016, a IntelligentX já apareceu em centenas de veículos de comunicação e foi eleita como uma das maiores inovações de software do ano pela Popular Science Magazine, à frente do Whatsapp e Snapchat. Além disso, a receptividade dos consumidores pelo produto foi tão boa, e numerosa, que o negócio está atualmente se expandindo para o mercado internacional (10X, 2016).

Esse crescente foco nos clientes por parte das empresas, que necessitam adaptar-se a novas demandas e exigências dos consumidores, vem proporcionando a criação de produtos e serviços cada vez mais personalizados. Visto que empreendedores buscam suprir as demandas dos consumidores, e que os consumidores estão cada vez mais exigentes, é natural que mais e mais empresas, de variados setores, entrem nessa tendência de personalização dos produtos e dos serviços e busquem inovações para não ficarem para trás da concorrência e terem seu lugar no mercado ameaçado. Para complementar a explicação, em seu livro *Estratégia Competitiva*, algo similar foi explicado por Michael Porter referente a sua famosa teoria das cinco forças: a exigência dos clientes, a concorrência no mercado e a ameaça de novos produtos substitutos

são os principais motivadores do empenho para a produção de produtos cada vez melhores e diferenciados (PORTER, 1996).

3. CONCLUSÕES DO ESTUDO

Conclui-se que o aumento do foco na felicidade dos colaboradores por parte da administração das empresas faz parte de um processo natural de evolução das mesmas, a tendência de uma atividade que, independentemente de qualquer bondade presente nos próprios administradores, sempre visou gerar lucros e perpetuar os negócios. A questão em destaque é que, pela característica de certa forma primitiva presente nas empresas de antigamente, ainda não estava claro que o foco nos colaboradores era de extrema importância para que o objetivo das organizações fosse cumprido com melhor êxito. Fato esse que vêm sendo constatado ao longo do tempo a partir de diversos processos de tentativa e erro feitos por empreendedores e suas organizações e copiados por outros que percebem sua eficiência e não querem ficar atrás da concorrência.

Do mesmo modo, a atenção aos interesses do consumidor, mostrado no caso da empresa IntelligentX, e a adaptação constante de suas cervejas, vêm se mostrando importante. Essa exigência cada vez maior dos consumidores pode ser explicada tanto por conta da diminuição da preferência temporal das pessoas, que abre espaço para novas linhas de pensamento e necessidades, quanto pela constante busca de empreendedores por suprir demandas que, auxiliados pela evolução tecnológica, acabam por criar, através de processos de tentativa e erro, novas formas de resolver problemas e promover o bem estar das pessoas. Exigências essas que obrigam, indiretamente, a mudança nas empresas e deixam claro o que sempre foi uma verdade absoluta: não importa o tamanho de uma empresa, o consumidor sempre será soberano visto que ele é o único meio pelo qual a empresa pode ser financiada, e uma mudança no sentimento do consumidor em relação a mesma pode ser fatal.

Por fim, a partir da análise dos casos apresentados, entende-se que a revisão da aplicação da Praxeologia à teoria da Administração foi feita. A partir disso, a mesma poderá servir como uma porta para o embasamento de novos estudos no campo da Administração e de áreas relacionadas.

4. REFERÊNCIAS

10X. **Weare 10x**, 2016. Portfolio Page – IntelligentX. Disponível em: <https://weare10x.com/portfolio_page/intelligentx/>. Acesso em: 20 de janeiro de 2022.

APEL, Karl-Otto. et al. Com Habermas, contra Habermas. Direito, Discurso e Democracia. São Paulo: Landy, 2004.

CALTON, Chris. Henry Ford Did More for Workers than Unions Did. **Mises Institute**, 2020. Disponível em: <<https://mises.org/wire/henry-ford-did-more-workers-unions-did>>. Acesso em: 20 de janeiro de 2022.

FORD, Henry. My Life and Work. [s.n.], 1922.

GLOBO. **G1**, 2016. Reino Unido tem cerveja feita com ajuda de inteligência artificial. Disponível em: <<https://g1.globo.com/tecnologia/noticia/reino-unido-tem-cerveja-feita-com-ajuda-de-inteligencia-artificial.ghtml>>. Acesso em: 20 de janeiro de 2022.

HOPPE, Hans-Hermann. A Ciência Econômica e o Método Austríaco. São Paulo: Instituto Ludwig von Mises Brasil, 2010.

HOPPE, Hans-Hermann. Democracia o Deus que Falhou, São Paulo: Instituto Ludwig von Mises Brasil, 2014.

MASLOW, Abraham. Motivation and Personality. Nova York: HarperCollins, 1954.

MISES, Ludwig Von. Ação Humana, Um Tratado de Economia. 3.1ª Ed. São Paulo: Instituto Ludwig von Mises Brasil, 2010.

PORTER, Michael. Estratégia competitiva. 3ª Ed. São Paulo: Elsevier, 2004.