



## **ANÁLISE DO CRESCIMENTO DA FIRMA VINCULADO À CAPACITAÇÃO, APRENDIZAGEM E CONHECIMENTO. ESTUDO DE CASO DA EMPRESA CRISTÓFOLI EQUIPAMENTOS DE BIOSSEGURANÇA**

Me. Tito Jerónimo Adalberto Alfaro Serrano, PG, Ciências Econômicas, Fecilcam  
[talfa5@hotmail.com](mailto:talfa5@hotmail.com)

Me. Sergio Luiz Maybuk, PG, Ciências Econômicas, Fecilcam,  
[sergiomaybuk@yahoo.com.br](mailto:sergiomaybuk@yahoo.com.br)

### **1. Introdução**

O presente artigo tem como propósito analisar o percurso do crescimento da firma Cristófoli equipamentos de Biossegurança no segmento da saúde. A firma selecionada para o estudo está localizada na cidade de Campo Mourão, Estado do Paraná. Escolheu-se essa firma como base para a pesquisa, em função das características peculiares de sua atividade econômica, num ambiente pouco favorável na região, pela escassez de recursos humanos qualificados com domínio em tecnologias para atender as necessidades da firma. A problemática da presente pesquisa é identificar de que maneira o crescimento da firma está vinculado à capacitação, aprendizagem e conhecimento.

O objetivo principal deste artigo é apresentar o processo de formação e crescimento da firma de Equipamentos de Biossegurança, tendo como fundamento uma visão econômica evolucionária, que contempla a concepção teórica baseada em recursos, em aprendizagem e conhecimento, articulados com a inovação e a tecnologia.

O procedimento metodológico adotado como processo investigativo de relatos foi por meio de entrevistas aos dirigentes da firma, as quais forneceram os dados que foram utilizados para a formulação complementar dos questionários, para análises do processo de crescimento da firma.

O artigo apresenta no referencial teórico as diversas teorias que foram utilizadas para o desenvolvimento da pesquisa, estruturadas em três partes: a primeira compreende o crescimento da firma; a firma como um conjunto de recursos produtivos; oportunidades produtivas; o perfil do empresário; limites do crescimento da firma e aprendizagem e finalmente a interpretação dos resultados oriundos da aplicação de questionários, encerrando o artigo com as conclusões do trabalho. O artigo é decorrente da pesquisa utilizada para elaborar uma dissertação de mestrado.

## 2. Referencial Teórico

A teoria do crescimento da firma é uma das linhas de investigação que tem surgido como objeto de estudo um tanto interdisciplinar. Neste estudo, a firma difere da visão sustentada pela economia neoclássica ou teoria econômica do equilíbrio geral, onde se entendia a firma como o local de produção que verificava a entrada de insumos sob a forma de *inputs* e a saída de produtos sob a forma de *outputs*, mantendo-se os aspectos organizacionais e fenômenos tecnológicos na “caixa preta” durante muito tempo (ROSENBERG, 2006).

A visão de firma que se pretende nesta pesquisa é a de deixar várias idéias de empresa como “caixa preta”<sup>1</sup> para assim, justificar a sua existência, “como entidade que existe no tempo”, como uma organização, pelo, seu funcionamento interno, seu processo de planejamento, e pelas, relações e comportamentos com os agentes econômicos do entorno, para isso, quando aplica seus recursos produtivos, estará acumulando conhecimentos em virtude do aprendizado organizacional. Isto faz aparecer a heterogeneidade entre as firmas, tendo em vista, as diferentes formas de utilizar esses recursos. Sendo assim, fica claro que a teoria dos recursos e a existência do empresário se complementam (NELSON & WINTER, 1982).

Os trabalhos sobre o crescimento das firmas surgiram na década de 50 do século XX, proveniente das diferentes correntes do pensamento econômico, que buscavam explicar, em termos gerais, o que influenciava o crescimento das mesmas. Kaleki (1945), no contexto da economia industrial e da teoria gerencial, explicou que o comportamento das firmas poderia ser influenciado por fatores como os financeiros e de demanda, capital para expansão, mercados, produção, custos unitários, assim como, de efeitos proporcionais (RABETINO & CAPELLERAS, 2005, p. 14).

O empresário (empreendedor) é um importante elemento de análise dentro do estudo do crescimento da firma, por ele ter uma série de atributos capazes de influenciar no comportamento dos outros, despertando a tolerância, autoconfiança, perseverança, independência, relacionamento, risco e criatividade.

Schumpeter (1982) descreve a figura do empresário como sendo o centro do processo produtivo, inovador, capaz de pôr em marcha uma nova combinação de recursos produtivos, criador de novos produtos, novas formas de organização e novos mercados que são as funções diferenciadoras das decisões em atividades de rotinas. Ele atua em razão da

---

<sup>1</sup> Caixa Preta: Entende-se como um mecanismo exercendo alguma função, cujo funcionamento interno é secreto, enigmático porque seu funcionamento não pode ser visto ou é incompreensível.

competência como ação básica do empresário, o que significa investir suas habilidades em vantagens e domínio competitivo.

O empresário schumpeteriano age em função da concorrência, não em termos de concorrência de Preço, mas sim, a concorrência que traz consigo “O aparecimento de novos produtos, novas técnicas, novas fontes de fornecimento, novos tipos de organização, ou seja, a concorrência representada por uma vantagem decisiva de custo ou da qualidade” (SCHUMPETER, 1982, p. 122).

Para Keynes (1883 – 1946), os termos empresa e empresário eram utilizados indistintamente, porém, o empresário estava dotado de uma capacidade intuitiva em aproveitar as oportunidades de negócios. Essa intuição o levava a comportar-se como *animal spirits*<sup>2</sup> que reflete os impulsos registrados pelos protagonistas da economia de mercados. No marco da teoria keynesiana, o principal motivo que orienta as decisões empresariais é a necessidade de obtenção de benefícios.

Na abordagem do conhecimento empresarial como parte integrante deste trabalho, PENROSE (2006) salienta que esse conhecimento é o que determina os limites na capacidade de gestão e na capacidade de aproveitamento pleno dos serviços que se podem oferecer, mas os recursos tangíveis necessários aos negócios se adquirem no mercado. Já o conhecimento necessário para o controle, gestão e crescimento são gerados no interior da empresa e, portanto, estabelece a velocidade de crescimento, ressaltando a importância do empresário como recurso chave da firma. Essa visão reforça que é pela aprendizagem que se melhoram as habilidades e conseqüentemente geram determinados conhecimentos.

Frank Knight (1885 – 1972) entendeu que diante da incerteza da firma, na medida em que evolui, simultaneamente a administração também o faz, sendo o empresário quem tem o papel fundamental de tomar as decisões diante dessa incerteza, e por outro lado, desenvolver as capacidades de decisão nos outros.

Alfred Marshall (1842–1924), reconhecendo a importância do conhecimento no processo de produção, afirma que o conhecimento é a mais potente máquina de produção e nos habilita a submeter a natureza a força-la para satisfazer nossas necessidades”. Desta forma, para Marshall, o recurso fundamental da empresa é o conhecimento que compreende o conhecimento técnico e o conhecimento tácito dos empregados, o conhecimento das necessidades dos consumidores e dos provedores (MARSHALL, 1982, p. 183 - 193).

Fritz Machlup (1962), citado por LENHARY & QUADOS (2002) em seu trabalho sobre a economia do conhecimento e a informação, concluiu que a grande transformação

---

<sup>2</sup> *Animal Spirits*: Espírito Animal, a força ou a essência animal que temos internamente, o instinto de sobrevivência, otimismo sem base em fatos, base racional sobre o que Keynes baseava o espírito empreendedor.



nas economias industrializadas deu-se pelo aumento de participação dos departamentos onde se desenvolve intensivamente o conhecimento. Para o autor, a produção e distribuição do conhecimento passaram a se constituir em uma atividade econômica, ocupando-se também dos temas de pesquisa básica de P&D aplicadas a educação, levando em conta os tipos de conhecimento que poderiam ser tratados como investimentos, uma vez que resultariam em incremento na produtividade (LENHARY & QUADROS, 2002).

### **3. Crescimento da firma**

A análise dos fatores determinantes que explicam o crescimento da firma dentro do enfoque econômico está caracterizada pela visão empresarial e pelo importante aumento da competência interna e da coordenação eficaz em relação ao uso dos recursos, portanto, qualquer posicionamento que seja adotado como política de crescimento é um desafio, já que nem todas as firmas encontram o caminho que conduz ao crescimento.

Incluem-se neste estudo, as competências, por serem consideradas como um marco referencial na teoria do crescimento da firma, e por trazerem esclarecimento sobre quais são os aportes nessa dinâmica organizacional, que aborda um conjunto de conhecimentos num enfoque evolucionista que emprega a noção de competências das firmas, a fim de estudar a evolução organizacional como resposta a solicitações de mercados ou de transformações internas e externas (NELSON & WINTER, 1982).

### **4. A Firma como um conjunto de recursos produtivos**

Conforme esclarece Penrose (2006), as empresas com maior tamanho oferecem maiores vantagens, salientando que o poder de explorar economias de escala não é apenas técnico, mas também, administrativo, o que provoca o aumento na produção e no conhecimento de seus funcionários, garantindo assim, uma gestão mais eficiente que eventualmente leva a custos e preços mais baixos para o consumidor, porém, podem ocorrer desvantagens internas elevando os custos em administração. A autora, analisa de forma ampla que a firma deve usar os recursos produtivos de uma forma mais eficiente de como estão sendo utilizados. Se essa é a razão que leva a empresa a expandir-se, este crescimento não só deveria resultar em uma utilização mais eficiente dos recursos para a empresa, mas também, para a sociedade como um todo. Como resultado deste processo, as empresas tendem a crescer cada vez mais. Na sua teoria do crescimento da firma, desenvolve uma teoria de crescimento interno, visto como um processo sustentado

pelos recursos da firma e dos serviços provenientes destes recursos. Assim, os incentivos e limites da firma devem ser buscados internamente e não em seu entorno.

Na teoria de recursos, a explicação de Penrose (2006) sobre o crescimento da firma e as razões da diferenciação e competências entre elas, é demarcada em sua abordagem as causas internas que geram e limitam o crescimento, ou seja, uma teoria de crescimento sem considerar os eventos externos acidentais. Defende, ainda, que as empresas podem criar valor econômico, não pela posse de recursos, mas devido a eficazes e inovadoras gestões de recursos.

Os recursos produtivos com que conta a empresa são tangíveis, intangíveis e humanos, este último, em termos específicos “nunca são recursos em si que constituem os insumos do processo produtivo, mas apenas os serviços que podem prestar” (PENROSE, 2006, p. 62). “Os serviços proporcionados pelos recursos são função do modo pela qual eles são utilizados, com exatamente o mesmo recurso para diversos fins, ou de modos diferentes, e em combinação com tipos ou várias quantidades de outros”, produzindo serviços diferentes. Desta forma, os recursos consistem num conjunto de serviços potenciais, sendo justamente esta a distinção básica de recursos e serviços onde radica o caráter único de firma individual (PENROSE, 2006, p. 62-63).

## **5. Oportunidades produtivas**

A união das partes com que uma administração conta, são recursos físicos (tangíveis) como instalações, equipamentos, recursos naturais, matérias-primas, bens semiprocessados, refugos, subprodutos e produtos acabados que correspondem aos ativos mais líquidos, alguns deles são rápida e completamente absorvidos pelo processo produtivo. Já os outros recursos denominados (intangíveis) podem ser usados inclusive, simultaneamente por várias pessoas sem problemas de esgotamento, ao contrário do que ocorre com os bens materiais o consumo de informação e conhecimento não os destrói, não são esgotáveis e não são deterioráveis (PENROSE, 2006, p. 61- 62).

## **6. O perfil do empresário**

Os serviços empresariais são as diversas contribuições aportadas para a firma tais como, a introdução e aceitação de novas idéias, produção, localização, mudanças tecnológicas, aquisição de novo pessoal, alterações de capital e elaboração de planos de expansão, incluindo a seleção do método de fazer, *know-how*.





Para Penrose (2006) a função empresarial é um dos serviços produtivos que alimentam os limites do crescimento da firma. Ela faz uma distinção entre dois tipos de empresários.

uns [...] interessados na lucratividade e crescimento de suas firmas como organizações para a produção e distribuição de bens e serviços que podem ser chamados de 'empresários' 'produtivistas' ou em formação ou de 'construtores de ativos', que pela orientação em termos de qualidade de produtos, redução de custos ou desenvolvimento tecnológico, acreditam que dispõem de "vantagens produtivas e distributivas (...) Outros empresários chamados de "construtores de impérios" interessados na ampliação do escopo (entendido como a produção de mais de um produto. (PENROSE 2006, p. 82).

Na abordagem sobre os recursos, capacidades e competências, onde a estrutura e os limites da firma se associam com a existência de competências individuais ou coletivas e que são geradas pelas competências e conhecimentos tácitos são os que promovem e preservam a firma. Esses argumentos possuem semelhanças entre autores como Penrose (2006), Nelson & Winter (1982) e Teece (1982), para os quais a firma é o depositário de conhecimentos ou habilidades específicas (incluindo as técnicas e as organizacionais).

Para PENROSE (2006, p. 74), o crescimento da firma também depende de características subjetivas do empreendedor (ou empresário), segundo ela, o "espírito empreendedor" se refere a uma "predisposição psicológica que leva os indivíduos a arriscarem-se com a esperança de obter algum lucro", determinando os "serviços empresariais" de que a empresa dispõe, sendo eles, a versatilidade, habilidade para obter fundos, ambição, bom juízo. Portanto, esse espírito empreendedor é que irá determinar o aproveitamento de oportunidades pela empresa.

## **7. Os limites de crescimento da firma**

O pressuposto teórico relacionado aos limites do crescimento da firma, segundo PENROSE (2006), está nos recursos internos que a firma possui, incluindo a capacidade e conhecimento para uso desses recursos. Dessa forma, o crescimento rentável da firma poderá ser ampliado ou limitado em função do gerenciamento desses recursos, tendo como aspecto fundamental o trabalho em conjunto, a experiência e o conhecimento dos participantes.

Penrose (2006) salienta que, a necessidade de crescer, é dada por uma série de recursos ociosos existentes, recursos estes, que poderiam ser utilizados em novas áreas de atividades para gerar mais riqueza para a firma.



Para Schumpeter (1982) o empresário é um revolucionário convencional e habitual, que introduz uma novidade no sistema produtivo, e exerce a função de reformar e revolucionar o ritmo normal de produção por meio da exploração de algo completamente novo, um invento, ou seja, a possibilidade técnica ou tecnológica que não foi utilizada por alguém na produção de bens, ou seja, um bem completamente novo.

## **8. Aprendizagem organizacional**

A aprendizagem resultante da atividade de P&D conduz a reforçar a dupla capacidade de gerar invenções e de absorver novos conhecimentos tecnológicos externos. Esta última capacidade, analisada por (COHEN E LEVINTHAL 1989, p. 569. in Furtado & Freitas, 2004), representa a propensão da empresa ou unidade econômica em absorver o estoque de conhecimentos externos para aplicá-los em melhorias produtivas.

Segundo esses autores, a aprendizagem está estreitamente relacionada com o montante do esforço de P&D realizado pela empresa: “argumentamos que enquanto a P&D evidentemente gera inovações, também desenvolve a capacidade da empresa para identificar, assimilar e explorar o conhecimento do ambiente - o que chamamos uma empresa de "aprendizagem" ou " capacidade de absorção” .

A teoria da aprendizagem está vinculada a temática das competências e se usa a teoria sobre a aprendizagem dentro da firma. A aquisição de competências, sua transformação e desenvolvimento são objeto do processo de aprendizagem. As competências das firmas são acumuladas por meio de investimentos materiais e imateriais. Os processos dinâmicos postos em marcha na construção das competências estão ligados aos efeitos de acumulação e a capacidade de absorção da firma (NELSON Y WINTER, 1982; COHEN Y LEVINTHAL, 1990).

Cohen & Levintal (1990) criaram o construto da capacidade de absorção com a intenção de diferenciar a informação genérica, daquela aplicada no campo da aprendizagem organizacional, formação estratégica, inovação, dinâmica de transição e crescimento sustentável em longo prazo.

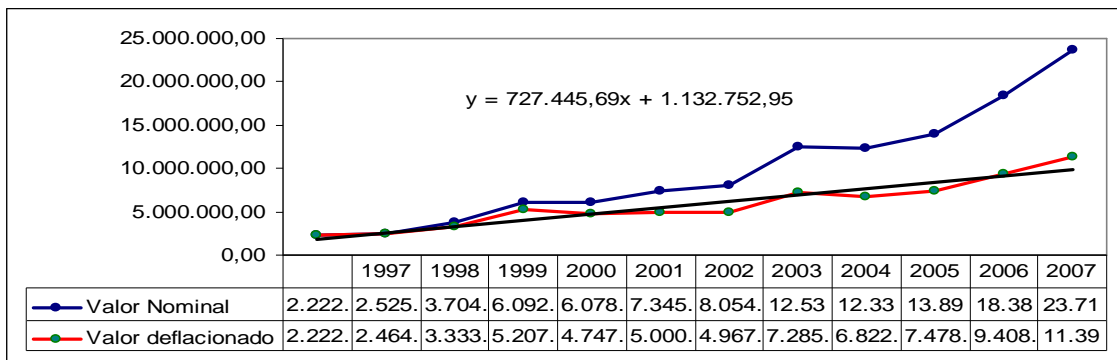
O enfoque de capacidade de absorção dado por Linsu Kim (1998) é a habilidade de aprender e solucionar problemas, com a intenção de analisar a evolução das organizações nas seguintes dimensões: base do conhecimento prévio e a intenção do esforço.

## 9. Apresentação e descrição dos dados

A partir dos dados fornecidos pela firma com relação ao faturamento do ano de 1997 a 2008, em valores nominais, foram deflacionados utilizando o INPC (Índice nacional de preço ao consumidor) do IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística). A equação abaixo demonstra a metodologia adotada para deflacionar os índices onde o valor real  $V_r$  é igual a divisão entre o fator do INPC no período passado  $I_{t-1}$  e o fator do INPC no período presente  $I_t$  multiplicados pelo valor presente (nominal)  $V_t$ .

$$V_r = \frac{I_{t-1}}{I_t} V_t$$

Gráfico 1 – Evolução das vendas de 1997 a 2008



Fonte: Cristófoli E Biossegurança - Departamento de finanças

O gráfico 01 permite ver o crescimento real observado pela linha de tendência da firma no período de 1997 a 2008, podendo ser atribuído tanto a administração estratégica, como pelo espírito empreendedor de seu proprietário. Para o cálculo do valor real de crescimento da para esse período na ordem de 412,54 %, foi utilizada a metodologia dos índices em cadeia descrito a seguir.

Utilizando  $P_1, P_2, e P_3, \dots$  para os valores das vendas nos períodos. Assim utilizando a formula seguinte procedemos ao cálculo do percentual.

$$I\left(\frac{P_3}{P_1}\right) = \frac{P_3}{P_1} = \left(\frac{P_3}{P_1}\right)\left(\frac{P_2}{P_1}\right) = I\left(\frac{P_3}{P_2}\right)I\left(\frac{P_2}{P_1}\right)$$

Isto é, o preço relativo no último período 3, com base no período 1, é igual ao produto do preço relativo no período 3, com base no período 2, pelo preço relativo no período 2, com base no período 1 (HOFFMANN 1998. p. 325).





Tabela 1 – Valores Deflacionados do Faturamento de 1997 a 2008 da CEBS

Ano	Faturamento de 1997 a 2008 em R\$	INPC (%)	IPC (índice)	Fator INPC	Valor Deflacionado			Índice	Fator
					Em R\$ de 2008	Em R\$ de 1997	Variância Real		
1997	2.222.980,00	4,34	1,0434	1,0000	4.626.373,04	2.222.980,00	-		1,0000
1998	2.525.508,00	2,49	1,0249	1,0249	5.128.287,32	2.464.150,65	10,85	1,108489797	1,10848980
1999	3.704.717,00	8,43	1,0843	1,1113	6.937.918,29	3.333.681,36	35,29	1,352872385	1,49964523
2000	6.092.464,17	5,27	1,0527	1,1699	10.838.333,33	5.207.837,33	56,22	1,562188091	2,34272793
2001	6.078.461,72	9,44	1,0944	1,2803	9.880.686,53	4.747.686,43	-8,84	0,911642614	2,13573061
2002	7.345.581,19	14,7	1,1474	1,4690	10.406.501,55	5.000.341,43	5,32	1,053216445	2,24938660
2003	8.054.915,90	10,4	1,1038	1,6215	10.338.301,90	4.967.571,39	-0,66	0,993446439	2,23464511
2004	12.538.192,41	6,13	1,0613	1,7209	15.162.994,10	7.285.844,07	46,67	1,466681303	3,27751220
2005	12.334.033,13	5,05	1,0505	1,8078	14.199.043,50	6.822.664,19	-6,36	0,936427424	3,06915231
2006	13.899.985,57	2,81	1,0281	1,8586	15.564.420,99	7.478.730,37	9,62	1,096159822	3,36428145
2007	18.388.978,02	5,16	1,0516	1,9545	19.580.583,80	9.408.503,32	25,80	1,258034835	4,23238325
2008	23.712.317,62	6,48	1,0648	2,0812	23.712.317,62	11.393.808,35	21,10	1,211011779	5,12546597

Fonte: Cristófoli E Biossegurança – Departamento de finanças

## 10. Conclusão

Nesta pesquisa foram analisados os principais fatores que explicam o crescimento da firma, e nesse sentido, as informações dos dirigentes da firma analisada, permitindo captar uma maior compreensão do fenômeno em questão. A análise fundamentou-se no estudo das variáveis do problema, as quais foram agrupadas no seguinte conjunto: firma; recursos; empresário; capacitação e conhecimento. A partir da escolha dessas variáveis vinculadas ao objetivo geral proposto, foi possível compreender como elas se articularam na obtenção dos resultados que levaram ao crescimento da firma.

Com relação ao crescimento da firma em estudo, percebeu-se que a capacitação, o conhecimento e o aprendizado desempenham um papel fundamental no processo, bem como, a participação de idéias evolucionárias do empresário, que resultou numa gradativa e eficiente administração dos recursos ao longo do tempo. Por outro lado, importantes qualidades foram atribuídas ao empresário, que foram relatados nas entrevistas e que merecem ser destacadas, diante do sucesso alcançado.

Com as evoluções tecnológicas, provenientes dos investimentos em recursos humanos e materiais, a firma gradativamente conseguiu produzir produtos inovadores que envolvem alta tecnologia. Isso representa avanços significativos em termos concorrenciais, alcançadas pelas diferentes estratégias adotadas, o que levou a ascensão da firma.

A análise deste estudo foi feita sobre o ponto de vista micro e regional, e no contexto do conjunto dos acontecimentos centrou-se a investigação na trajetória de crescimento da firma, para descobrir como ela recombina seus recursos em busca do lucro e, conseqüentemente, a contribuição para seu entorno.



No enfoque do crescimento da firma, foi envolvido um dos elementos importantes, a figura do empresário, que nas suas decisões entre a escolha do local e do mercado, traçou o fluxo de estratégias que pudessem ajudá-lo a atingir seus objetivos como um todo. Ele entendeu o ambiente do negócio e passou a administrar recursos e as capacidades para agregar valor aos produtos, que o levou ao crescimento da firma e que forneceu uma interface dinâmica em que formas de produção e de conhecimento vieram a contribuir para o desenvolvimento técnico e institucional.

A pesquisa apontou importantes resultados para compreender o fenômeno complexo e multidimensional do crescimento das firmas. Os resultados encontrados poderão converter-se em ferramentas de análise para novas pesquisas sobre o assunto. De acordo com esses resultados, o crescimento da firma, concentrou-se nos aspectos relevantes do empresário, da combinação de recursos, da capacitação, da aprendizagem e do conhecimento.

Nesta visão, talvez a melhor estratégia que possa ser utilizada pelas firmas seja a de criar as bases para melhorar as habilidades dos empresários para aprender a partir do processo empreendedor, incrementar o conhecimento e as capacidades individuais destinadas ao desenvolvimento do capital humano.

### Referências Bibliográficas

COHEN, Wesley M; LEVINTHAL Daniel A. **Absorptive Capacity: A New Perspective on Learning and Innovation**. Carnegie Mellon University University of Pennsylvania, 1990.

FURTADO, A. (coord.). **Capacitação Tecnológica, Competitividade e Política Industrial: uma Abordagem Setorial e por Empresas Líderes**, texto para Discussão nº 348, IPEA, setembro, Brasília, 1994.

FURTADO, André Tosi, MARZANI, Bianca Santos. **Avaliação de Competências dos Fornecedores locais da Indústria do Petróleo**. 2º Congresso Brasileiro de P&D em Petróleo & Gás. Campinas: São Paulo, 2004.

FURTADO, André Tosi; FREITAS, Adriana Gomes. **Nacionalismo e Aprendizado no Programa de águas profundas da Petrobras**. Departamento de Política Científica e Tecnológica / Instituto de Geociências / UNICAMP. Faculdade de Engenharia Mecânica. Revista Brasileira de inovação, vol 3 n. 1. Jan /Jun 2004.

HOFFMANN, Rodolfo. **Estatística para Economistas**. 3. Ed. São Paulo. Pioneira, 1998. IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. [www.ibge.gov.br](http://www.ibge.gov.br)

KEYNES, J.M. **Teoría general de la ocupación, el interés y el dinero**, Fondo de Cultura Económica, 8ª reimp. 1974.

KIM, Linsu. **Da Imitação à Inovação**. A dinâmica do aprendizado tecnológico da Coréia. Campinas: Editora da Unicamp, 2005.



KIM, Linsu. **Crisis Construction and Organizational Learning**: Capability building in catching-up ay Hyundai Motors, Organization science. 1998.

LENHARY, Luciana C; QUADROS Ruy. **Recursos humanos Baseados em Conhecimentos**. Departamento de Política Científica e Tecnológica, Universidade Estadual de Campinas, UNICAMP. Revista Inteligência Empresarial, n.12, Julho 2002.

MARSHALL, Alfred. **Princípios de Economia, tratado introdutório** V.I. 3. Ed. São Paulo: Nova Cultural, 1988.

MARSHALL, Alfred. **Princípios de Economia, tratado introdutório** V.II. 3. Ed. São Paulo: Nova Cultural, 1982.

NELSON, Richard R. & WINTER, Sidney G. **An Evolutionary Theory of Economic Change**. EUA: The Belknap Press of Harvard University Press, 1982.

PENROSE, Edith. **A Teoria do Crescimento da Firma**. Campinas, SP: Editora da Unicamp, 2006.

RABETINO, Rodrigo; CAPELLERAS, Joan L. **Factores determinantes del Crecimiento en el Empleo de las nuevas empresas en Latinoamérica**. Barcelona España. 1995

ROSENBERG, Natan. **Por Dentro da Caixa-Preta**. Tecnologia e Economia. Campinas, SP: Editora da Unicamp, 2006.

SCHUMPETER, J.A. **Capitalismo, socialismo y democracia**, Ediciones Orbis, 1983.

SCHUMPETER, J.A. **Teoria do Desenvolvimento Econômico** Uma investigação sobre Lucros, Capital, Crédito, Juro e o Ciclo Econômico. São Paulo: Abril Cultural, 1982.

TEECE, D. **Towards an Economic Theory of The Multiproduct Firm** en Journal of Economic Behavior and Organization, núm 3, p.39-63. 1982