

PADRÕES E ASPIRAÇÕES DE CRESCIMENTO DAS PEQUENAS EMPRESAS: UM ESTUDO EMPÍRICO COMPARATIVO

João Ferreira, Universidade da Beira Interior

João Leitão, Universidade da Beira Interior

Susana Azevedo, Universidade da Beira Interior

RESUMEN

La necesidad en aportar investigación acerca del proceso de crecimiento de la pequeña empresa parece evidente y es evidenciada por varios investigadores. En algunas áreas los teóricos dieron ya una gran contribución para la comprensión de las pequeñas empresas, pero en otras áreas sus contribuciones se revelan muy débiles - como en el caso del crecimiento y de la muerte de las pequeñas empresas. Todavía la capacidad de predecir el crecimiento de las pequeñas empresas está limitada. Explicar las diferencias de patrones de crecimiento entre empresas con bajo crecimiento y empresas con alto crecimiento e identificar algunos de los factores del crecimiento, es parte de los objetivos de esta investigación. Para alcanzar esos objetivos, la investigación se apoya en evidencias empíricas obtenidas a partir de una muestra estratificada de pequeñas empresas industriales portuguesas.

PALAVRAS-CLAVE: Crecimiento de Empresas, Pequeña Empresa, Empresario

RESUMO

A necessidade em abordar a investigação acerca do processo de crescimento da pequena empresa parece evidente e é sugerida por vários investigadores. Em algumas áreas os teóricos deram já uma grande contribuição para a compreensão das pequenas empresas, mas em outras áreas as suas contribuições revelam-se muito débeis – como no caso do crescimento e da morte das pequenas empresas. A capacidade para prever o crescimento das pequenas empresas é ainda limitada. Explicar as diferenças de padrões de crescimento entre empresas de baixo crescimento e empresas de elevado crescimento e identificar alguns dos factores que influenciam o crescimento, faz parte dos objectivos da presente investigação. Para alcançar tais objectivos, a investigação apoia-se em evidências empíricas obtidas a partir de uma amostra estratificada de pequenas empresas portuguesas, pertencentes à indústria transformadora.

PALAVRAS-CHAVE: Crescimento de Empresas, Pequena Empresa, Empresário.

1. INTRODUÇÃO

Por que razão, algumas pequenas empresas continuam a crescer e a apresentar um bom desempenho enquanto outras permanecem pequenas e se comportam de forma conservadora? Que factores influenciam o processo de crescimento? São estas as principais questões de base de análise desta investigação.

É geralmente aceite que as empresas - e em particular as pequenas - são o motor de uma economia e que o sucesso desta depende da criação e vitalidade das mesmas. Ao longo dos últimos anos, a economia de vários países tem sido caracterizada pelo fraco crescimento económico e pela ocorrência de altas taxas de desemprego. Um número crescente de investigadores defende, como factores essenciais à resolução de tais indicadores, a necessidade de um elevado nível empreendedor associado a um crescimento das pequenas empresas.

Neste sentido, tem-se assistido a uma situação de viragem quanto ao modo como são abordadas as pequenas empresas: anteriormente tratadas com algum desinteresse e/ou aversão, são agora vistas, como factor chave para combater o desemprego e outros problemas de desenvolvimento futuro (Kirchhoff & Phillips, 1988; Storey, 1994a, 1994b). Esta situação tem levado à necessidade de um maior e mais sustentado conhecimento sobre as pequenas empresas (Davidsson, 1989) e a uma maior aposta, por parte da comunidade científica, sobre esta temática (Delmar, 1996).

O interesse manifestado sobre as pequenas empresas prende-se, também, com a necessidade de renovação do sistema económico. De facto, torna-se imprescindível para um desenvolvimento económico saudável a introdução quer de novas ideias, quer a substituição dos produtos, serviços e processos antigos por outros mais eficazes e mais adequados. Aliás, já Schumpeter (1934), na sua definição clássica de empreendedorismo¹, acentua que o empreendedorismo se prende com novas formas de combinação de recursos que vão criar um desequilíbrio no sistema económico. Por outras palavras, as empresas empreendedoras são de tal forma inovadoras que têm um impacto bastante significativo no mercado.

Várias investigações (Storey, 1994b; Davidsson & Delmar, 1997, 1999) têm revelado o impacto das pequenas e novas empresas na criação de novos empregos. Segundo Davidsson e Delmar (1999) o número de empregos criados pela expansão das pequenas empresas é maior do que o número de empregos criados, quer pelas novas pequenas empresas (durante o seu primeiro ano de operação), quer pelas grandes empresas.

As pequenas empresas não só contribuem para a criação de emprego, como também são a máquina económica que guia a qualidade global de vida dos países (Brytting, 1991; Barkham et al., 1996). Storey (1994a) sublinha mesmo que, independentemente do modo como as pequenas empresas sejam definidas, detêm um peso significativo em todas as economias do mundo. Para Timmons *et al.* (1987) e Davidsson (1989) as pequenas empresas desempenham, indubitavelmente, um papel primordial na economia mundial. Isto não significa que a maior parte delas cresça.

Por outro lado, segundo Davidsson (1989), várias investigações têm demonstrado que os empresários da pequena empresa, aquando estabelecidos no mercado, revelam pouca ou nenhuma vontade em seguir um crescimento continuado das suas empresas. Apesar desta aparente renúncia ao crescimento parecer ser significativa, a

¹ Schumpeter refere-se ao desenvolvimento económico como novas combinações, à empresa como o processo de alcançar as novas combinações, e aos empresários como as pessoas que realizam as novas combinações. Para outros, estes três conceitos juntos têm sido referidos como empreendedorismo.

população das pequenas empresas é vasta e o efeito agregado das empresas em crescimento torna-se substancial no mercado (Davidsson, 1989; Delmar, 1996).

À medida que as pequenas empresas ganham uma importância cada vez maior nas economias globais, os investigadores procuram cada vez mais compreender as práticas e actividades dessas empresas. Neste contexto, existem razões para conhecer melhor os factores que promovem e “inibem” o processo de crescimento das pequenas empresas. Este conhecimento torna-se necessário para fortalecer as bases empíricas das chamadas teorias e/ou abordagens do crescimento da empresa.

2. PROCESSO DE CRESCIMENTO DAS PEQUENAS EMPRESAS

A necessidade em abordar a investigação acerca do processo de crescimento da pequena empresa parece evidente e é sugerida por vários investigadores (Davidsson, 1989; Hofer & Bygrave, 1992; Bygrave, 1993; Gibb, 1993; Delmar, 1996; Hill & McGowan, 1999; Davidsson *et al.*, 2000). O crescimento é, acima de tudo, um processo de mudança de tamanho. É possível usar diferentes indicadores para o crescimento de uma empresa. Um processo de crescimento será dirigido, provavelmente, por uma procura crescente dos produtos ou serviços que a empresa fornece para o mercado. Assiste-se, em primeiro lugar, a um aumento das vendas que consequentemente vai permitir à empresa a aquisição de recursos adicionais como, por exemplo, empregados ou tecnologia (Davidsson, 1989). Parece improvável que o crescimento possa repercutir-se noutras áreas, sem primeiro se verificar um aumento das vendas. O termo “crescimento” refere-se à mudança em tamanho ou magnitude que ocorre de um período de tempo para outro.

O crescimento da empresa é nitidamente influenciado por um extenso leque de factores. Alguns destes factores são externos e dizem respeito ao meio envolvente macroeconómico e apresentam-se fora do controlo do empresário, tais como o crescimento da procura do produto da empresa, os preços dos produtos dos concorrentes, as taxas de juro e os custos de materiais e/ou de mão-de-obra. Outros factores são internos, e tentar controlá-los ou pelo menos influenciá-los faz parte do âmbito de actuação do empresário (Davidsson, 1989).

Davidsson (1989) avalia o impacto de vários factores externos (tais como o crescimento do mercado, a estrutura do cliente, a estrutura da indústria) no crescimento da pequena empresa e os resultados mostram, quer quanto ao crescimento passado, quer quanto às aspirações de crescimento futuro, influências tanto positivas como negativas. A investigação de Stuart e Abetti (1987) mostra que enquanto um mercado atractivo (razoavelmente grande e em crescimento) facilita o sucesso inicial, um mercado altamente dinâmico (caótico) não.

Outras investigações mostram diferenças bastante consistentes entre as indústrias. Por exemplo, as investigações de Dunkelberg *et al.* (1987) e Doutriaux (1992) demonstraram taxas de declínio mais altas e taxas de crescimento mais baixas nas indústrias a retalho e de serviços do que na indústria transformadora, especialmente nas empresas de alta-tecnologia. Constata-se também que, as empresas de elevado crescimento não se encontram concentradas em indústrias específicas. Storey (1994b) e Smallbone *et al.* (1995) afirmam que, contrariamente

ao que se poderia pensar, este tipo de empresas pode ser encontrado quer em indústrias de mão-de-obra intensiva, quer em indústrias de conhecimento, quer em sectores industriais ou quer, ainda, na área dos serviços.

Sandberg e Hofer (1987) incluem, na sua investigação, várias medidas relativas às características da indústria e estabelecem uma relação positiva entre o crescimento de mercado, as barreiras à entrada e a heterogeneidade de mercado, por um lado e o desempenho, por outro. Davidsson (1989) e Ferreira (2003) também apontaram uma relação positiva entre o potencial de crescimento do mercado e as aspirações de crescimento. Várias investigações sugerem que factores como a estrutura da indústria, o crescimento do mercado, a localização geográfica, o acesso a capital, os impostos e outra legislação afectam provavelmente o comportamento empreendedor (Davidsson, 1989; Storey, 1994b).

Um modo comum de considerar a influência dos factores externos é usar uma ou mais variáveis de controlo da empresa que incluem uma gama de influências externas. Davidsson (1989) e Storey (1994b) propõem a localização e a indústria. Para Davidsson (1989), a localização capta alguma da influência de variações locais na procura do produto, custos de produção, ajuda do governo e outros factores geograficamente específicos. Quanto à indústria, capta as influências que variam sistematicamente entre as indústrias como a procura e os custos.

Porém, no contexto desta investigação, as diferenças quer entre países, quer ao nível nacional e regional não são consideradas. Assim, os factores internos à empresa surgem como os factores de maior interesse, não querendo com isto negar a importância dos factores externos. A abordagem adoptada é centrada, principalmente, nos factores que causam diferenças de crescimento em empresas que desenvolvem a sua actividade dentro de um único país durante o mesmo período de tempo.

Uma questão importante que surge da revisão da literatura prende-se com o impacto que diferentes factores podem ter sobre o crescimento das empresas. Como tem sido evidenciado por vários autores, não existe uma teoria única que explique adequadamente o crescimento da pequena empresa e existe pouca probabilidade de que tal teoria seja desenvolvida no futuro (Davidsson, 1989; Barkham *et al.*, 1996). Este facto deve-se, em parte, à heterogeneidade que existe nos vários tipos de pequenas e médias empresas e também ao leque de factores que pode afectar o seu crescimento e que pode interagir com cada um dos outros em formas e circunstâncias diferentes.

A maioria das empresas nunca cresce muito. Um exame à dimensão média das empresas com dados sobre a taxa de entrada ou a idade média das empresas poderia evidenciar esse facto (Davidsson, 1989). De acordo com Cooper *et al.* (1988), aproximadamente 79% de todas as empresas nos Estados Unidos da América (EUA) têm menos do que 5 empregados. Reynolds (1986) caracteriza 61% da sua amostra como empresas que começam pequenas e permanecem desse modo. Dunkelberg *et al.* (1987) refere que uma maioria clara das empresas da sua amostra evidencia um aumento muito modesto ou nenhum, no número de empregados.

Em Portugal, e segundo um estudo efectuado pelo IAPMEI (2001), o segmento da Pequena e Média Empresa (PME) representa 99,5% das empresas, sendo responsável por mais de 73% do emprego e 56% do volume de

negócios realizado. Mesmo as muito pequenas empresas - até 20 trabalhadores - representam mais de 85% do total das sociedades e cerca de 24% dos empregos. A estrutura empresarial portuguesa tem evidenciado um aumento do peso relativo das empresas de muito pequena dimensão em detrimento das restantes dimensões. É, assim, inegável a importância das PME na vida económica portuguesa.

Porém, segundo um estudo realizado pelo departamento de marketing e comunicações do grupo MOPE (2001), as falências continuam a crescer em Portugal, seguindo a tendência do resto da Europa. Em 2001 faliram mais 3% das empresas que em 2000. Estas falências verificaram-se, em maior percentagem, nas empresas de maior dimensão e de maior idade.

Mas, algumas empresas crescem e crescem a taxas diferentes. Por exemplo, Davidsson (1989) refere várias investigações que evidenciam que a idade e a dimensão da empresa estão relacionados negativamente com as taxas de crescimento. Estes resultados são confirmados em outras investigações. Doutriaux (1992) mostra uma relação negativa entre a idade da empresa e o crescimento. Davidsson (1989) revela que as empresas mais jovens tendem a ser mais orientadas para o crescimento e, também, que a idade da empresa está negativamente correlacionada com a inovação, enquanto o tamanho da empresa não.

Numa revisão da literatura sobre o crescimento da pequena empresa, Storey (1994b) conclui que o processo de crescimento nas pequenas empresas resulta de uma combinação de três componentes básicos, a saber: (1) as características do empresário; (2) as características da pequena empresa e (3) as estratégias de desenvolvimento da empresa. Estes três componentes não são mutuamente exclusivos e influenciam o crescimento das pequenas empresas de forma combinada. Storey (1994b) confirma necessidade de incluir em qualquer investigação de crescimento da pequena empresa variáveis que reflectam as características internas da empresa. A necessidade de compreender o impacto relativo de cada um destes três componentes, para obter um quadro completo de crescimento da pequena empresa, é testemunhado por vários investigadores (Barkham et al., 1996; Lang, 1996; Hynes, 2000; Jennings & Illes, 2000).

3. METODOLOGIA DE INVESTIGAÇÃO

O estudo sobre o crescimento da pequena empresa exige que sejam feitas algumas considerações relativas a diferentes padrões de crescimento. Uma empresa é uma entidade que poderá ser "manipulada" pelo(s) dono(s). As actividades empresariais poderão estar circunscritas apenas a uma única ou a mais empresas. Assim, o crescimento de uma empresa relaciona-se, até certo ponto, com o modo como as actividades empresariais são circunscritas. Outros investigadores têm mostrado os riscos associados com o centrar o crescimento da empresa numa única entidade. Scott e Rosa (1996) acentuam a importância de estudar o crescimento das actividades de negócio do empresário em vez de estudar uma única empresa. Segundo estes investigadores, os resultados sobre o crescimento podem surgir enviesados se tais actividades forem negligenciadas.

O objectivo desta investigação prende-se com a identificação e caracterização de diferentes padrões de crescimento da pequena empresa e detectar possíveis diferenças entre esses padrões. Deste modo, tem-se em conta dois tipos diferentes de medidas de crescimento: (1) crescimento de emprego e (2) crescimento de vendas.

O crescimento é medido tendo por base dados relativos aos anos de 2001 a 2002 e calculado em conformidade com a equação do modelo adoptado². O crescimento referir-se-á não apenas ao aumento de tamanho das empresas individuais mas também à multiplicação do número de empresas controladas por um ou mais indivíduos. Este facto envolve um ponto de vista multidimensional do conceito de crescimento, algo que é sugerido como necessário por outros investigadores (Delmar, 1996; Davidsson, 1989), mas que a maior parte da investigação não tem reflectido (Birley & Westhead, 1990).

3.1 composição e estratificação da amostra

A amostra foi constituída a partir de uma base de dados cedida pelo Grupo Coface³. A base de dados compreende um total de 1470 pequenas empresas portuguesas da indústria transformadora. O tipo de amostra seleccionada foi uma amostra estratificada (que é uma amostra de probabilidade). Este tipo de amostra tem a vantagem de permitir inferência à população por uso de testes estatísticos. De acordo com Malhotra (1996) uma amostra estratificada permite: (i) controlar a variação da amostra; (ii) assegurar que todas as sub-populações importantes estejam representadas na amostra e (iii) alcançar uma maior precisão das estimativas, ou seja menores erros-padrão.

Tendo em linha de conta tais argumentos, os critérios de estratificação usados foram utilizados para as três seguintes variáveis: (1) crescimento; (2) sector industrial e (3) tamanho da empresa.

(1) Estratificação do crescimento: Para evitar problemas de enviesamento da amostra, procedeu-se à estratificação da amostra em três escalões de crescimento baseados no volume de vendas de dois anos consecutivos (anos 1999 e 2000): (1) [até 5%]; (2) [6 – 25%]; e (3) [> 25%]. Esses três escalões foram designados por empresas de não-crescimento, baixo-crescimento e elevado-crescimento respectivamente. Como resultado, é provável que a amostra inclua uma maior variedade nas taxas de crescimento.

(2) Estratificação do sector industrial: O sector industrial e a dimensão das empresas foram usados na estratificação da amostra para um controlo adicional da amostra. O problema do tamanho variar entre os sectores industriais pode ser superado até certo ponto confinando o estudo a um número limitado de sectores. Se são feitas análises a sectores industriais específicos, é importante ter um grande número de escalões dentro de cada sector. Neste caso, é preferível incluir só um ou poucos sectores.

(3) Estratificação da dimensão da empresa: Dado se ter adaptado o critério de pequena empresa definido pela União Europeia, apenas se teve em conta as empresas até 49 trabalhadores. Para seleccionar o número total de empresas da amostra foram identificados três intervalos relativos ao tamanho da empresa: (1) [0 – 9] trabalhadores; (2) [10 – 19] trabalhadores; e (3) [20 – 49] trabalhadores. A cada um dos intervalos fez-se

² Taxa de crescimento de emprego = (número total de empregados do ano 2002 - número total de empregados do ano 2001) / o número total de empregados do ano 2001)x100;

Taxa de crescimento das vendas = (volume total das vendas do ano 2002 - volume total das vendas do ano 2001) / volume total das vendas do ano 2001)x100.

³ A Coface Mope é uma subsidiária do Grupo empresarial francês COFACE. Detentora de uma base de dados com mais de 1.800.000 entidades nacionais.

corresponder um número de empresas proporcional ao peso global que têm em relação ao número total da população das empresas.

Atendendo à natureza desta investigação, optou-se pelo método de questionários por correio como forma de recolha dos dados. Obtiveram-se um total de 168 questionários, correspondendo a uma taxa de resposta total de 20,4%.

4. ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Os testes estatísticos, que sustentam as análises estatísticas efectuadas, assentam numa análise estatística suportada: (i) no teste *t* para diferença nas médias, para variáveis ordinais; e (ii) no teste não-paramétrico de significância *Qui-quadrado* ou de *Pearson*⁴, para as variáveis categóricas.

Para verificar a igualdade da variância das médias, recorreu-se ao teste de *Levene*⁵. Os critérios de selecção das diferenças significativas encontradas são os seguintes⁶: (i) as diferenças estandardizadas menores que 0.25 são consideradas muito pequenas e devem ser rejeitadas; (ii) as diferenças compreendidas entre 0.5 e 1 são consideradas como diferenças médias; (iii) as diferenças maiores que 1 são consideradas diferenças elevadas. Dada a dimensão da amostra ser relativamente grande⁷, todas as diferenças que se encontram acima de 0.50 se serão consideradas significativas.

4.1 – Análise comparativa: empresas de baixo-crescimento e de elevado-crescimento

Pretende-se, nesta investigação, identificar possíveis diferenças nos padrões de crescimento das pequenas empresas. Para tal, as empresas da amostra são divididas, em duas sub-amostras (dois grupos) com base nas taxas de aumento anual das vendas e do número de empregados durante os anos de 2000 e 2001. As empresas que apresentam um aumento na taxa de emprego anual superior a 25% e/ou um aumento da taxa das vendas⁸ superior a 25% são classificadas no grupo das empresas de “elevado-crescimento”. Abaixo destes valores estão as empresas do grupo designado por empresas de “baixo-crescimento”. Aplicando estes critérios de crescimento, a amostra das empresas apresenta-se (Quadro 1) subdividida do seguinte modo:

Quadro 1 -Distribuição das empresas da amostra segundo os critérios de crescimento

	Baixo-Crescimento	Elevado-Crescimento	Total
[1 - 9] Empregados	7	6	13
[10-19] Empregados	30	26	56
[20-49] Empregados	53	46	99
Total	90	78	168

Constata-se que ambas as sub-amostras de empresas estão distribuídas pelos três escalões relativos ao número de empregados. A sub-amostra das empresas de "baixo-crescimento" tem no total um maior número de empresas e

⁴ O teste Qui-quadrado compara as categorias de uma variável nominal, em dois ou mais grupos independentes. Quando apresenta significância estatística, revela a existência de diferenças entre os grupos (Pestana & Gageiro, 2000).

⁵ Sempre que o nível de significância do teste de *Levene* rejeita a hipótese da igualdade das variâncias (valores de $p < 0.05$) são considerados os valores do teste *t* da igualdade de variâncias não assumida (*equal variances not assumed*) (Bryman & Crammer, 1992).

⁶ Os critérios de selecção das diferenças entre as médias foram adaptados de Harper (1996).

⁷ Para Bryman e Cramer (1992) uma amostra até 15 observações é considerada pequena.

⁸ Não foi tida em conta a inflação (os valores não foram deflacionados).

está representada também em maior número nos três escalões. Em ambas as amostras, é o escalão de [20-49] empregados que possui maior número de empresas.

4.1.1 – Dimensão, crescimento e aspirações de crescimento

Neste item, procede-se à análise dos dois grupos de empresas, em termos do crescimento. Para analisar comparativamente as diferenças das médias, são avaliados dois grupos seguintes de variáveis: (1) tamanho, crescimento e aspirações de crescimento; e (2) propriedade, subsidiárias e empresas múltiplas.

Para avaliar as diferenças relativas ao tamanho, crescimento e aspirações de crescimento, um conjunto de indicadores foi submetido à análise estatística. O Quadro 2 evidencia os resultados das diferenças médias encontradas entre os dois grupos de empresas.

Quadro 2 – Crescimento da empresa: tamanho e aspirações de crescimento

	Baixo Crescimento	Elevado Crescimento	Teste t
Número de empregados 2001	23	26	0,5
Número de empregados 2002	25	33	1,5
Aumento anual (emprego)	9%	27%	3,1
Volume de vendas 2001 (10 ⁶ Euros)	3,6	4,3	n.s
Volume de vendas 2002 (10 ⁶ Euros)	3,8	6,4	1,2
Aumento anual (vendas)	6%	27%	2,7
Idade da empresa (anos)	23	19	-0,6
Aspirações de crescimento futuro das vendas (no prazo de 5 anos)	96%	171%	2,5
Aspirações de crescimento futuro do emprego (no prazo de 5 anos)	40%	98%	3,5

n.s - não significativo

De sublinhar que as empresas de elevado-crescimento são, em média, um pouco mais jovens e apresentam um maior aumento do número de empregados e volume de vendas.

Quando as aspirações de crescimento futuro são consideradas, é também este tipo de empresas que apresenta um desejo de crescimento futuro significativamente mais elevado, quer em termos de volume de vendas quer em termos de número de empregados. Parece que ambos os grupos de empresas tencionam ficar no mesmo padrão de crescimento, ou seja, as empresas de elevado-crescimento esforçam-se para manter a sua expansão também no futuro. Se as empresas com aspirações futuras de crescimento elevadas irão, na realidade, continuar a crescer é obviamente uma outra questão e cai fora do âmbito desta investigação. Deste modo, é prematuro concluir que as aspirações de crescimento levam a resultados efectivos de crescimento.

Porém, poder-se-á retirar desta análise que o nível de crescimento passado pode ser perspectivado para o futuro, ou seja as empresas que tiveram um maior crescimento são as que manifestam também um maior crescimento futuro.

Deste modo, poder-se-á talvez assumir ou sugerir que as empresas de elevado-crescimento têm uma trajetória de desenvolvimento provavelmente estável ao longo do tempo, tal como é sustentado por outros investigadores na literatura sobre o processo de crescimento (Davidsson, 1989; Storey, 1994b).

4.1.2 - Propriedade, subsidiárias e empresas múltiplas

A fim de explorar a possibilidade de alternativas de expansão de uma empresa, são examinados outros padrões de crescimento como a existência de subsidiárias e/ou de várias empresas. O Quadro 3 apresenta os resultados das variáveis relativas aos diferentes padrões de crescimento.

Quadro 3 – Crescimento da empresa: percentagem de subsidiárias, arranque e aquisições de empresas

	Baixo Crescimento (%)	Elevado Crescimento (%)	Teste χ^2
Empresas proprietárias de subsidiárias			
Empresas que têm subsidiárias	6,8	20	n.s
Subsidiárias fundadas pela empresa	87,5	87,5	n.s
Empresas subsidiárias			
Empresas que são subsidiárias	5,1	7,5	n.s
Criação e aquisição de novas empresas			
Criação de empresas nos últimos 3 anos	12,5	25	0,043*
Aquisição de empresas nos últimos 12 meses	0	10	n.a
Desinvestimento			
Desinvestimentos das operações	10,1	0	n.a
Envolvimento em várias actividades: subsidiárias, aquisições e criação			
Em nenhum tipo de actividades	91,5	75	0,017*
Em 1 actividade	6,8	22,5	n.s
Em 2 ou mais actividades	1,7	2,5	n.s

n.a: não aplicável.

n.s: não significativo

* = $p < .05$

Quanto à opção de crescimento através de subsidiárias, apenas uma minoria de empresas, de ambos os grupos, tem subsidiárias e têm adquirido e criado mais subsidiárias. Todas as diferenças relativas às subsidiárias são não-significativas entre os dois grupos de empresas. Porém, entre as empresas que têm subsidiárias, é o grupo das empresas de elevado-crescimento que apresentam uma percentagem mais significativa de subsidiárias.

De um ponto de vista teórico, parece plausível considerar que o arranque de subsidiárias possa ser uma alternativa à expansão da empresa-mãe. Para Scott e Rosa (1996) a diversificação organizacional poderá ser uma alternativa à expansão de processos existentes, quando uma empresa já apresenta quer uma dimensão consistente, quer uma eficiência no mercado. Os resultados empíricos, da presente investigação, embora não suportem este ponto de vista também não o contrariam. Porém, parece ser outro mecanismo que explica o arranque de subsidiárias das pequenas empresas. Pois, se as subsidiárias foram concebidas para desenvolver produtos e processos existentes, seria de esperar uma larga percentagem de subsidiárias o que não é o caso nesta

investigação. Sustentar a ideia de que a expansão das empresas de elevado-crescimento resulta do facto de possuírem empresas subsidiárias não parece razoável perante o número insignificante que estas apresentam. Deste modo, não se poderá afirmar que as empresas que têm subsidiárias se expandem mais que as outras empresas.

Diferenças estatisticamente significativas são evidenciadas, entre as empresas de baixo e de elevado crescimento, quanto ao envolvimento na criação de alguma empresa nos últimos anos. Apenas os empresários/gestores das empresas de elevado-crescimento revelam ter adquirido alguma empresa nos últimos doze meses, embora tenha sido uma ínfima parte. Porém mais relevante parece ser o envolvimento pessoal na criação de uma nova empresa, nos últimos três anos, em que 25% das empresas de elevado-crescimento respondem afirmativamente.

As razões normalmente apontadas como estando na origem da criação de novas empresas são: a independência e/ou desenvolvimento de novas ideias (Cooper *et al.*, 1988). O facto de os inquiridos da amostra terem efectivamente iniciado a criação de novas empresas poderá levar à conclusão de que o motivo de independência não é particularmente forte na influência da criação de novas empresas. É mais provável que a oportunidade para desenvolver novas ideias seja a principal razão para começar novas empresas. Porém, esta incidência apenas é verificada nos inquiridos das empresas de elevado-crescimento. Uma pequena diferença percentual no número de empresas que são subsidiárias distingue as empresas de elevado-crescimento, das empresas de baixo-crescimento. A grande maioria das empresas dos dois grupos são empresas independentes e a percentagem das empresas que são subsidiárias é idêntica entre as empresas de baixo e elevado crescimento.

Várias transacções de propriedade poderão afectar as taxas de crescimento das empresas estudadas. É possível aumentar as vendas e o emprego pela fusão com outras empresas mas também diminuir as vendas e perder empregados pelo desinvestimento. Tanto as empresas de elevado-crescimento como as de baixo-crescimento não demonstraram crescer pela aquisição e integração de outras empresas. De facto, o crescimento interno é igualmente comum para as duas categorias de empresas. As empresas de elevado-crescimento não apresentam qualquer valor percentual de desinvestimento, o que não é nada surpreendente.

Os diferentes tipos de propriedade são complementares? Ou seja, alguém que inicia uma empresa adicional não estabelece subsidiárias nem se funde com outra empresa? Ou será que são as mesmas pessoas que estão envolvidas em todas estas actividades? Os resultados mostram que 91,5% e 75% dos empresários das empresas de baixo-crescimento e elevado-crescimento, respectivamente, não estão envolvidos em nenhuma das actividades apresentadas. Ou seja, não são proprietários de várias empresas, não adquiriram ou integraram outras empresas nem tão pouco controlam ou gerem subsidiárias. Pois, apenas 1,7% e 2,5% das respectivas empresas estão envolvidas em duas ou mais dessas actividades. A partir destas constatações, poder-se-á concluir que as alternativas ao crescimento orgânico não são práticas comuns em nenhum dos grupos de empresas.

Existem algumas diferenças significativas entre as empresas de baixo e elevado crescimento. Em particular, a criação e a aquisição de empresas adicionais são mais comuns nas empresas da sub-amostra de elevado-crescimento. Estas diferenças sugerem fundamentalmente que as empresas de elevado-crescimento são mais

empreendedoras, e que a criação de mais que uma empresa é, em si mesmo, uma estratégia de expansão, possivelmente, viável.

5. CONCLUSÕES

A questão fundamental colocada, nesta investigação, pretendia conhecer a existência (ou não) de diferenças significativas entre as empresas que exibem um elevado crescimento e aquelas que não exibem. A resposta a esta questão é indubitavelmente afirmativa, pois uma vez standardizadas as diferenças, verifica-se a existência de diferenças significativas entre estes dois grupos de empresas.

As diferenças não parecem ser casuais ou causadas por forças fora do controlo dos empresários. Os empresários das empresas de elevado-crescimento usam uma estratégia de crescimento através de subsidiárias, embora esta opção de crescimento apenas seja sustentada por uma minoria de empresas de elevado-crescimento. As actividades de criação de novas empresas parecem ser mais frequentes nas empresas de elevado-crescimento. Consequentemente, pelo menos a nível agregado, a criação e o subsequente crescimento parecem ser resultado de processos similares. Também são os empresários deste tipo de empresas que apresentam maiores aspirações de crescimento futuro, sugerindo uma maior capacidade empreendedora.

Em conclusão, parece haver uma associação entre o processo empreendedor e o crescimento em diversos aspectos. Variáveis que, em diferentes formas, relatam a orientação estratégica empreendedora da empresa, tal como as aspirações de crescimento futuro e criação de novas empresas, distinguem as empresas de elevado-crescimento das empresas de baixo-crescimento.

Esta constatação responde à questão, como podem as empresas reconhecer e tirar vantagem das oportunidades. Porém, nem todas as empresas procuram oportunidades. Uma explicação, possível, poderá prender-se com a motivação face às atitudes do empresário, isto é, o desejo de ser independente e criativo no trabalho e esforçar-se no crescimento da empresa.

Em primeiro lugar, as limitações da recolha dos dados não permitem a inclusão de todos os factores explicativos importantes no estudo empírico. Informações relativas ao comportamento actual da empresa associadas a uma possível investigação directa (entrevistas ou estudos de casos) teriam sido de valor particular, caso fosse essa a metodologia adoptada. Porém, é obviamente uma limitação. Considerando que a abordagem básica escolhida foi, forçosamente, uma análise cross-section e métodos de análise quantitativos, existem, por conseguinte, várias limitações inevitáveis: (i) a amostra utilizada na investigação, de apenas 168 empresas (taxa de resposta de 20,4%), não é representativa da população total das pequenas empresas; (ii) o período de tempo (de um ano) considerado na recolha de informação, servindo de base à determinação das variáveis de análise, é relativamente curto. Provavelmente, os dados demonstrariam resultados diferenciados entre as empresas se fossem estudados períodos de tempo mais alargados (estudos longitudinais).

BIBLIOGRAFIA

Barkham, R. J., Gudgin, G., Hart, M., e Hanvey, E. (1996): "The Determinants of Small Firm Growth", Gateshead, Tyne and Wear, UK: Athenaeum Press.

- Birley, S. e Westhead, P. (1990): "Growth and Performance Contrasts Between 'Types' of Small Firms", *Strategic Management Journal*, Vol. 11, pp. 535-557.
- Bryman, A. e Cramer, D. (1992): "Análise de Dados em Ciências Sociais", Celta Editora, Segunda Edição, Portugal.
- Brytting, T. (1991): "Organizing in the Small Growing Firm: A Grounded Theory Approach", The Economic Research institute, Stockholm School of Economics: Stockholm.
- Bygrave, W. (1993): "Theory Building in the Entrepreneurship Paradigm", *Journal of Business Venturing*, Vol. 8, pp. 255-280.
- Cooper, A. C., Gimeno-Gascon, F. J. e Woo, C. Y. (1994): "Initial Human and Financial Capital as Predictors of New Venture Performance", *Journal of Business Venturing*, Vol. 9, pp. 371-395.
- Cooper, A. C., Dunkelberg, U., William C., Woo, C. Y. (1988): "Survival and Failure: A Longitudinal Study", In P. D. Reynolds, W. D. Bygrave, N. M. Carter, P. Davidsson, W. B. Gartner, C. M. Mason, & P. P. McDougall (Eds.), *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Wellesley, MA: Babson College, pp. 225-237.
- Davidsson, P. (1989): "Continued Entrepreneurship and Small Firm Growth". Stockholm: Stockholm School of Economics.
- Davidsson, P., Kirchhoff, B., Hatemi, A. e Gustavsson, H. (2000): "Factors Underlying Business Growth in Sweden, ICSB, <http://www.sbaer.uca.edu/DOCS/2000icsb/index.html>, acedido em 2000-04-22.
- Delmar, F. (1996): "Entrepreneurial Behavior & Business Performance", The Economic Research Institute, Stockholm School of Economics: Stockholm.
- Doutriaux, J. (1992): "Emerging High-Tech Firms: How Durable Are Their Comparative Start-Up Advantage", *Journal of Business Venturing*, Vol. 7, pp. 303-322.
- Dunkelberg, W. C., Cooper, A. C., Woo, C. Y. e Dennis, W. J. (1987): "New Firm Growth and Performance", in P. D. Reynolds, S. Birley, J. E. Butler, W. D. Bygrave, P. Davidsson, W. B. Gartner e P. P. McDougall (Eds.), *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Wellesley, MA: Babson College.
- Ferreira, J. (2003): *Estudo do Crescimento e Desempenho das Pequenas Empresas: A Influência da Orientação Estratégica Empreendedora*. Tese de Doutoramento de gestão, pela Universidade da Beira Interior, Covilhã, Portugal.
- Gibb, A. A. (1993): "Key Factors in the Design of Policy Support for the Small and Medium Enterprise Development Process: an Overview", *Entrepreneurship & Regional Development*, Vol. 5, pp. 1-24.
- Harper, D. A. (1996): "Entrepreneurship and the Market process: An Enquiry into the Growth of Knowledge", Routledge, London.
- Hill, J. e McGowan, P. (1999): "Small Business and Enterprise Development: Questions About Research Methodology", *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, Vol. 5, Nº 1, pp. 5-18.
- Hofer e Bygrave (1992): "Theorizing About Entrepreneurship", *Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol. 16, Nº 2, pp. 13-22.
- Hynes, B. (2000): "Meeting the Challenges of the Celtic Tiger and Beyond -issues for Small Firm Growth, proceedings da 23rd ISBA – National Small Firms Policy & Research Conference Small Firms: Adding the Spark, 15-17 de Novembro.
- IAPMEI – Instituto de Apoio às Pequenas e Médias Empresas e ao Investimento (2001): "PME com mais Qualidade", <http://www.iapmei.pt/resources/download/analise PME2001.pdf>, acedido em 2003-04-23.

- Jennings, P. e Illes, K. (2000): "Entrepreneurial Actions: Tactics for Survival", proceedings da 23rd ISBA – National Small Firms Policy & Research Conference Small Firms: Adding the Spark, 15-17 de Novembro.
- Kirchhoff, B. e Phillips, B. (1988): "The Effect of Firm Formation and Growth on Job Creation in the United State", *Journal of Business Venturing*, Vol. 3, pp. 261-272.
- Lang, L. (1996): "Leverage, Investment and Firm growth", *Journal of Financial Economics*, Vol. 40, pp. 3-29.
- Malhotra, N. K. (1996): *"Marketing Research: An Applied Orientation"*, Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall, Second Edition.
- Pestana, M. H. e Gageiro, J. N. (2000): "Análise de Dados para Ciências Sociais: Uma Complementariedade do SPSS", Segunda Edição, Edições Sílabo, Lisboa, Portugal.
- Sandberg, W. R. e Hofer, C. W. (1987): "Improving New Venture Performance: The Role of Strategy, Industry Structure and the Entrepreneur", *Journal of Business Venturing*, Vol. 2, pp. 5-28.
- Scott, M. e Rosa, P. (1996): "Opinion: Has Firm Level Analysis Reached its Limits? Time for a Rethink", *International Small Business Journal*, Vol. 14, Nº 4, pp. 81-89.
- Schumpeter, J. (1934): "The Theory of Economic Development", Cambridge: MA: Harvard University Press.
- Smallbone, D., Leigh, R., e North, D. (1995): "The Characteristics and Strategies of High Growth SMEs", *Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, Vol. 1, Nº 3, pp. 44-62.
- Storey, D.J. (1994a): "The Role of Legal Status in Influencing Bank Financing and New Firm Growth", *Applied Economics*, Vol. 26, Nº 2, pp.129-136.
- Storey, D. J. (1994b): "Understanding the Small Business Sector". London: Routledge.
- Stuart, R. e Abetti, P. A. (1987): "Start-up Ventures: Towards the Prediction of Initial Success", *Journal of Business Venturing*, Vol. 2, pp. 215-230.
- Timmons, J. et al. (1987): "Opportunity Recognition: The Core of Entrepreneurship", In J. A. Hornaday, J. A. timmons, & K. H. Vesper (Eds.), *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Wellesley, Ma: Babson College.