

Crescimento e diversificação em pequenas empresas: uma revisão sistemática de literatura

Growth and diversification in small firms: a systematic literature review

Crecimiento y diversificación en las pequeñas empresas: una revisión sistemática de la literatura

Recebido: 05/07/2022 | Revisado: 22/07/2022 | Aceito: 12/08/2022 | Publicado: 21/08/2022

Gabriel Bellon

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4534-3651>

Instituto Presbiteriano Mackenzie, Brasil

E-mail: gabrielbellon@gmail.com

Dimária Silva e Meirelles

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2755-5570>

Instituto Presbiteriano Mackenzie, Brasil

E-mail: gabrielbellon@gmail.com

Resumo

Não se faz necessária uma minuciosa e abrangente busca nas bases de dados para se constatar que os estudos seminais acerca do crescimento da firma são focados e orientados pela ótica da grande empresa, portadora de estrutura organizada e hierarquia definida. Este contexto reforça a necessidade de ampliação do olhar acadêmico para a pequena empresa, a qual tem se tornado importante figura nas economias mundo afora. Composta em linhas gerais por gestões conservadoras no processo de crescimento, pequenos empreendedores diversificam seu portfólio de produtos e serviços com base em sua experiência e aprendizados prévios para garantir a subsistência de famílias, vidas. Desta forma, a presente Revisão Sistemática tem por finalidade viabilizar e fomentar o estudo de pequenas empresas buscando entender o que a literatura debate e apresenta acerca do crescimento de pequenas empresas com base na diversificação corporativa. Deste modo, pela utilização de palavras-chave em duas grandes bases de dados, foi possível verificar a evolução do conceito de crescimento ao longo do tempo, identificar diferentes componentes que influenciam o crescimento de pequenas empresas, bem como identificar diversos aspectos abordados pela literatura em relação à pequena empresa e sua respectiva expansão.

Palavras-chave: Crescimento; Diversificação; Pequena empresa.

Abstract

It is not necessary a thorough and comprehensive search in databases to see that the seminal studies on the growth of the firm are focused on and guided by the viewpoint of the large company, the bearer of an organized structure and a defined hierarchy. This context reinforces the need to broaden the academic view of the small company, which has become an important figure in economies worldwide. Generally composed of conservative management in the growth process, small entrepreneurs diversify their product and service portfolio based on their previous experience and learning to ensure the subsistence of families and lives. Thus, this Systematic Review aims to enable and foster the study of small businesses seeking to understand what the literature discusses and presents about the growth of small businesses based on corporate diversification. Thus, by using keywords in two major databases, it was possible to verify the evolution of the concept of growth over time, identify different components that influence the growth of small businesses, as well as identify several aspects addressed by the literature in relation to the small business and its respective expansion.

Keywords: Growth; Diversification; Small business.

Resumen

No es necesario realizar una búsqueda exhaustiva y completa en las bases de datos para comprobar que los estudios seminales sobre el crecimiento de la empresa se centran y se guían por el punto de vista de la gran empresa, portadora de una estructura organizada y una jerarquía definida. Este contexto refuerza la necesidad de ampliar la visión académica de la pequeña empresa, que se ha convertido en una figura importante en las economías de todo el mundo. Compuesta generalmente por una gestión conservadora en el proceso de crecimiento, los pequeños empresarios diversifican su cartera de productos y servicios a partir de su experiencia y aprendizaje previos para garantizar la subsistencia de las familias y de las vidas. Así, esta Revisión Sistemática tiene como objetivo posibilitar y fomentar el estudio de las pequeñas empresas buscando entender lo que la literatura discute y presenta sobre el crecimiento de las pequeñas empresas basado en la diversificación empresarial. Así, a través de la utilización de palabras clave en dos grandes bases de datos, fue posible verificar la evolución del concepto de crecimiento a lo largo del tiempo, identificar diferentes

componentes que influen en el crecimiento de las pequeñas empresas, así como identificar varios aspectos abordados por la literatura en relación a la pequeña empresa y su respectiva expansión.

Palabras clave: Crecimiento; Diversificación; Pequeña empresa.

1. Introdução

Em 1959, Edith Penrose apresentou trabalho seminal sobre o crescimento, tema central e relevante para a literatura de estratégia. Em onze capítulos, no contexto de observação do vasto crescimento da General Motors à época, mencionada autora disserta sobre o comportamento, estruturas organizacionais e os problemas administrativos das firmas. Ela propõe na construção de sua teoria do crescimento, que a firma cresce pela utilização de seus recursos combinada com a capacidade do gestor de enxergar oportunidades produtivas a serem exploradas, sempre considerando os limites internos de crescimento e as possibilidades que surgem a partir da diversificação da produção.

Contudo, diante de um cenário precário sobre o crescimento de pequenas empresas tendo em vista conceitos, estudos e entendimentos voltados para a grande empresa, notadamente consolidados por Penrose (1959) nos termos acima, Webster (1977) buscou a implementação de um programa de diversificação de produtos. Para ele, trata-se de um aumento da heterogeneidade da oferta inicial de produtos da firma, realizada através de um ou mais conjuntos de estratégias alternativas.

Na prática, estratégias alternativas destacam a utilidade do modelo pelo qual é evidenciado ao gestor o curso de ação mais vantajoso a seguir, dado o cálculo e verificação dos pontos fortes e fracos da firma. Neste sentido, Webster (1977) entende que as estratégias consistem na imitação do produto; desenvolvimento de novo produto; aquisição vertical; e aquisição horizontal. Porém, pode-se afirmar que tais estratégias não eram tão revolucionárias assim. Isto porque, de um modo geral, referidas estratégias tinham como cerne o desenvolvimento de recursos internos das firmas, inovações e o aperfeiçoamento de característica empreendedora que possibilitasse a identificação de oportunidade produtiva. Ou seja, todos fatores condicionantes do crescimento elencados por Penrose (1959).

Naturalmente, o crescimento pela diversificação corporativa pressupõe a ocorrência e verificação de mudanças nas firmas (Webster, 1977). Assim, Webster (1977) reconhece que as mudanças dentro da empresa ocorrem por meio da sequência de fases da estratégia adotada durante o curso do planejamento e implementação do programa sugerido e escolhido pelos gestores. Estas mudanças, segundo referido autor, são o resultado de pressões que aumentam tanto de dentro quanto de fora da atividade da firma. Em essência, as mudanças resultam da interação natural entre as forças de oferta e demanda vistas por trás da decisão de adição de produtos tomadas pelos gestores.

O aspecto de não aleatoriedade, contemporâneo aos preceitos de Webster (1977), encontra-se formalmente documentado em estudos empíricos que apontam evidências de que firmas tendem a diversificar de forma coerente ao se valerem das equivalências em termos de logística, publicidade e Pesquisa e Desenvolvimento existentes entre a atividade original e o novo negócio (Lemelin, 1982; Scott, 1983; e Macdonald, 1985).

Segundo Singh e Montgomery (1987) a firma pode crescer interna ou externamente, com base em um processo de diversificação. No primeiro caso, deve ser observado pela firma a construção e o desenvolvimento de mercados com o fim de preservação da cultura organizacional. Externamente, os autores mencionam as operações de fusão ou aquisição de novas empresas.

Entretanto, no início dos anos de 1990, Teece et al. (1994) elaboram estudo que contempla os parâmetros, informações e pormenores acima apresentados para consolidar o conceito seminal de diversificação corporativa. Segundo referidos autores, diversificação corporativa corresponde ao fenômeno pelo qual a firma pode adicionar novos negócios, produtos ou serviços ou se desfazer destes com intuito de crescimento, inovação e modernização de sua estrutura e portfólio oferecidos aos clientes.

Ante o exposto, emergiu a seguinte questão: o que a literatura debate acerca do crescimento de pequenas empresas com base na diversificação corporativa? Com o fim de viabilizar o estudo e buscar a resposta para a pergunta em questão, foi realizada a Revisão Sistemática de Literatura a seguir apresentada.

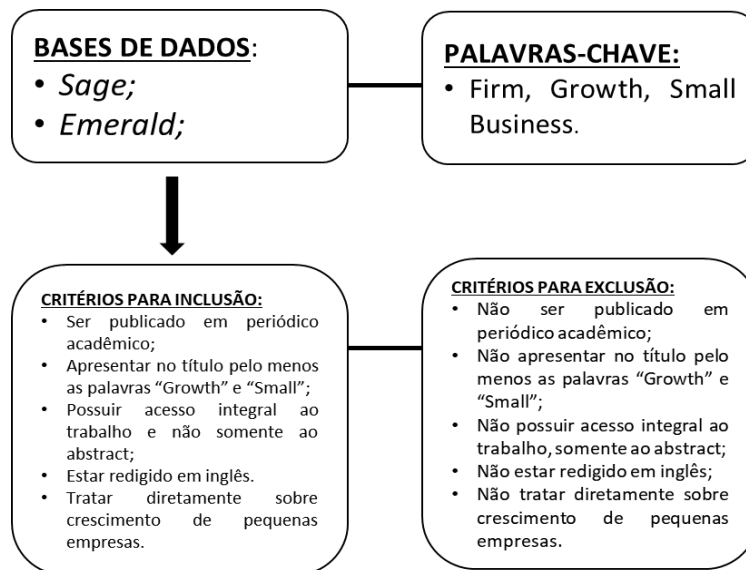
2. Revisão Sistemática de Literatura (RSL)

O presente estudo segue e observa para realização dos procedimentos da Revisão Sistemática de Literatura as referências e diretrizes apresentadas por Creswell (2010), como, por exemplo, identificar os trabalhos relativos aos temas aqui tratados, bem como estudos com fins de aplicação e aperfeiçoamento da pesquisa, identificando tópicos e palavras-chave imprescindíveis ao conteúdo desta pesquisa.

Neste sentido, a Revisão Sistemática de Literatura (RSL) aqui evidenciada foi realizada entre os dias 27 de agosto de 2021 e 28 de outubro de 2021. Consultas simples e pontuais foram feitas de forma subsequente a este período com o intuito apenas de reforçar determinados conceitos.

Deve-se ressaltar que a RSL contou com o Emerald e Sage Journals como base de dados, em razão de terem sido estas as bases que mais resultados apresentaram em comparação com outras. Assim, a partir do desejo de se identificar o que a literatura debate acerca do crescimento de pequenas empresas com base na diversificação corporativa, as palavras-chave inseridas na aba pesquisa das bases foram: Firm; Growth; Small Business. Neste sentido, a Figura, mostra como os artigos foram selecionados.

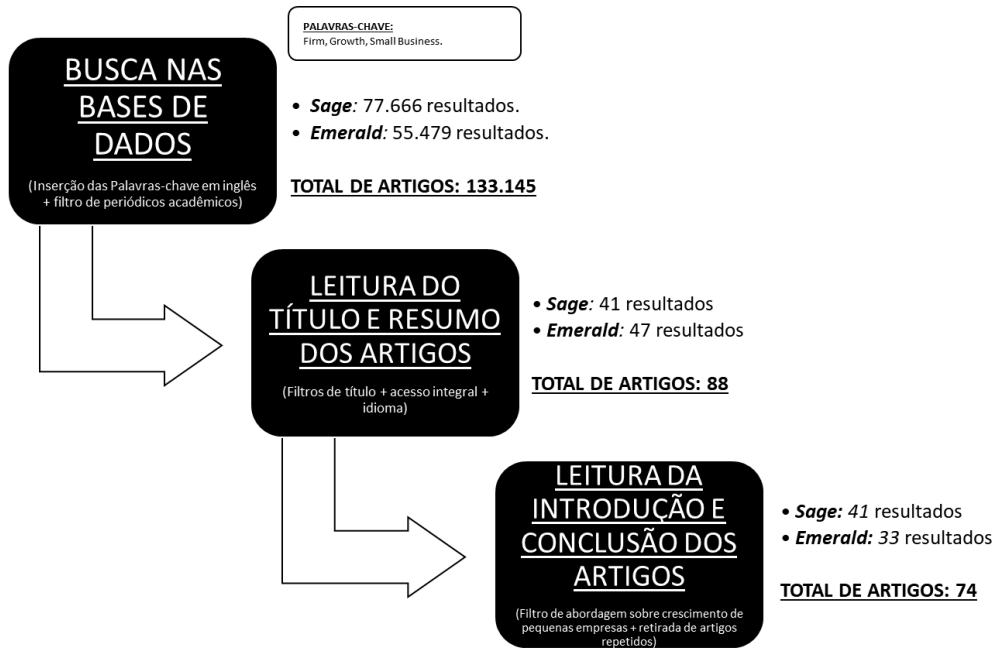
Figura 1: Estruturação da RSL.



Fonte: Autores.

Nesta RSL, como ilustrado pela Figura 2, os filtros foram aplicados em três etapas até a última que consistia na leitura da introdução e conclusão dos artigos com o fim de selecionar aqueles que abordavam o crescimento de pequenas empresas, com a exclusão de eventuais trabalhos que fossem encontrados em repetição nas bases de dados. Em razão do número de palavras-chave e da escolha de apenas duas bases de dados, o número de trabalhos encontrados foi consideravelmente alto e a variação dos periódicos acadêmicos e dos anos de publicação também se mostrou significativa.

Figura 2: Aplicação dos Filtros e Estrutura da RSL.



Fonte: Autores.

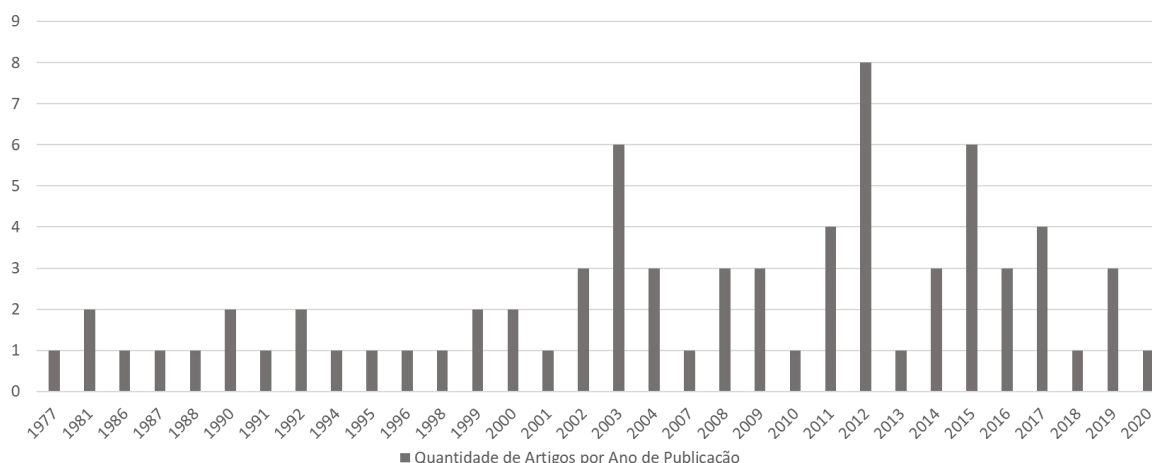
Tabela 1: Periódicos dos artigos encontrados na RSL.

PERIÓDICO	ANO
Entrepreneurship Theory and Practice	2002, 2003, 2008
International Small Business Journal	1987, 1990 (2), 1991, 1992, 2003, 2008, 2011 (2), 2012 (3)
Environment and Planning C: Government and Policy	1999, 2003 (3)
Simulation & Gaming – Sage Publications	2000
Industry & Higher Education	2011, 2012
South Asian Survey – Sage Publications	2015, 2017
Environment and Planning A	1988
Management and Labour Studies	2014
American Journal of Small Business	1977, 1981 (2), 1986
The Journal of Entrepreneurship	2007, 2008
Entrepreneurship Education and Pedagogy	2019
Journal of General Management	2012
The International Journal of Entrepreneurship and Innovation	2016
Tourism Economics	2010, 2016

Political Studies (Political Studies Association, 2004)	2004
SEDME (Small Enterprises Development, Management & Extension Journal)	2019
Local Economy	2015
Urban Studies	1995
Entrepreneurial Growth: Individual, Firm, and Region	2015
International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research	1996, 1998, 2003, 2001, 2009, 2017,
Management Research News	1992, 2009
Managerial Auditing Journal	2000
Journal of Business Strategy	2015
Corporate Communications: An International Journal	2004
Journal of Management Development	2002, 2009
Creating Entrepreneurial Space: Talking Through Multi-Voices, Reflections on Emerging Debates	2018
Journal of Small Business and Enterprise Development	1994, 2002, 2012, 2014, 2017, 2019
International Journal of Organizational Analysis	2020
European Business Review	2011
Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies	2015, 2017
Tourism Review	2004
Qualitative Market Research: An International Journal	1999
International Journal of Commerce and Management	2015
Journal of Organizational Change Management	2016
Management Decision	2012, 2014
Journal of Systems and Information Technology	2012
Journal of Strategy and Management	2013

Fonte: Autores.

Gráfico 1: Quantidade de artigos por ano de publicação na RSL.



Fonte: Autores.

Após filtragem integral, chegou ao número final de 74 (setenta e quatro) artigos analisados, com significativa concentração de trabalhos recentes, conforme demonstra o Gráfico 1.

Além disso, os estudos sobre crescimento descobertos e analisados pela RSL possuem inúmeros pontos de vista e abordagens, em que cidades, estados e países diversos são utilizados como referências para os estudos (Gill & Biger, 2012; Serrasqueiro & Nunes, 2014; Zheng, 2012; Wang & Altinay, 2012; Wang, Ahmed, & Farquhar, 2007; Ross, Adams, & Crossan, 2015; Moktan, 2007; Marlow, 1992; Hart & Gudgin, 1999; Friedman, 1995; Culkin, Murzacheva, & Davis, 2016; PECHLANER, RAICH, ZEHRER, & PETERS, 2004; PANDA, 2015; Mboniyane, & Ladzani, 2011; Lau, & Snell, 1996; Eijdenberg, Paas, & Masurel, 2015; Gürbüz, & Aykol, 2009; Obeng, Robson, & Haugh, 2012; Keen, & Etemad, 2012). Este fato amplia o leque de fatos e percepções acerca do crescimento.

Foi possível constatar, ainda, que as pequenas empresas são estudadas sob perspectivas de diversas naturezas, como estratégias de crescimento com princípios e estudos de caso (Perry, 1987), análise das características de alto e baixo crescimento (Macrae, 1992), abordagem de mapa cognitivo para se entender o desenvolvimento delas (Jenkins, 1994), análise das atitudes dos gestores de pequenas empresas direcionadas ao crescimento (Wiklund et al., 2003); empreendedorismo estratégico para pequenas empresas (Obeng et al., 2012) e, ainda, casos de rápido crescimento e rápida internacionalização (Keen, & Etemad, 2012)

Destaca-se também que os conceitos sobre crescimento podem variar de acordo com o ponto de vista estudado pelo autor e uma grande quantidade de estudos que relacionam o crescimento de pequenas empresas com tecnologias e políticas públicas e financeiras (Soufani, 2003; Tibbetts, 2001; Oakey, 1991; Hart & Gudgin, 1999).

Como dito anteriormente e, seguindo as instruções de Creswell (2010), a RSL foi de de suma importância para a seleção de termos e palavras-chave que compõem a estrutura, construção e desenvolvimento deste estudo. Esse conjunto de fatores levou a elaboração do roteiro argumentativo da Figura 3, o qual ilustra a evolução dos conceitos, dos estudos e das perspectivas da literatura no que tange ao crescimento e a diversificação para pequenas empresas.

Deste modo, de maneira geral, pode-se observar que o interesse pelo estudo da firma e seu crescimento não é novo. Penrose (1959) inicia esta caminhada analisando e estudando uma empresa de grande porte de determinado setor, a qual não se compara com os objetos de estudo da presente pesquisa. Neste contexto, basta singela atenção à Figura 3 para se constatar que o conceito de crescimento trazido por Penrose (1959) sofre ligeiros ajustes de entendimento na medida em que a literatura considera crescimento como indicador de sucesso (Pitelis, 1991), ou, ainda, um movimento em direção ao tamanho ideal (Geroski, 1998).

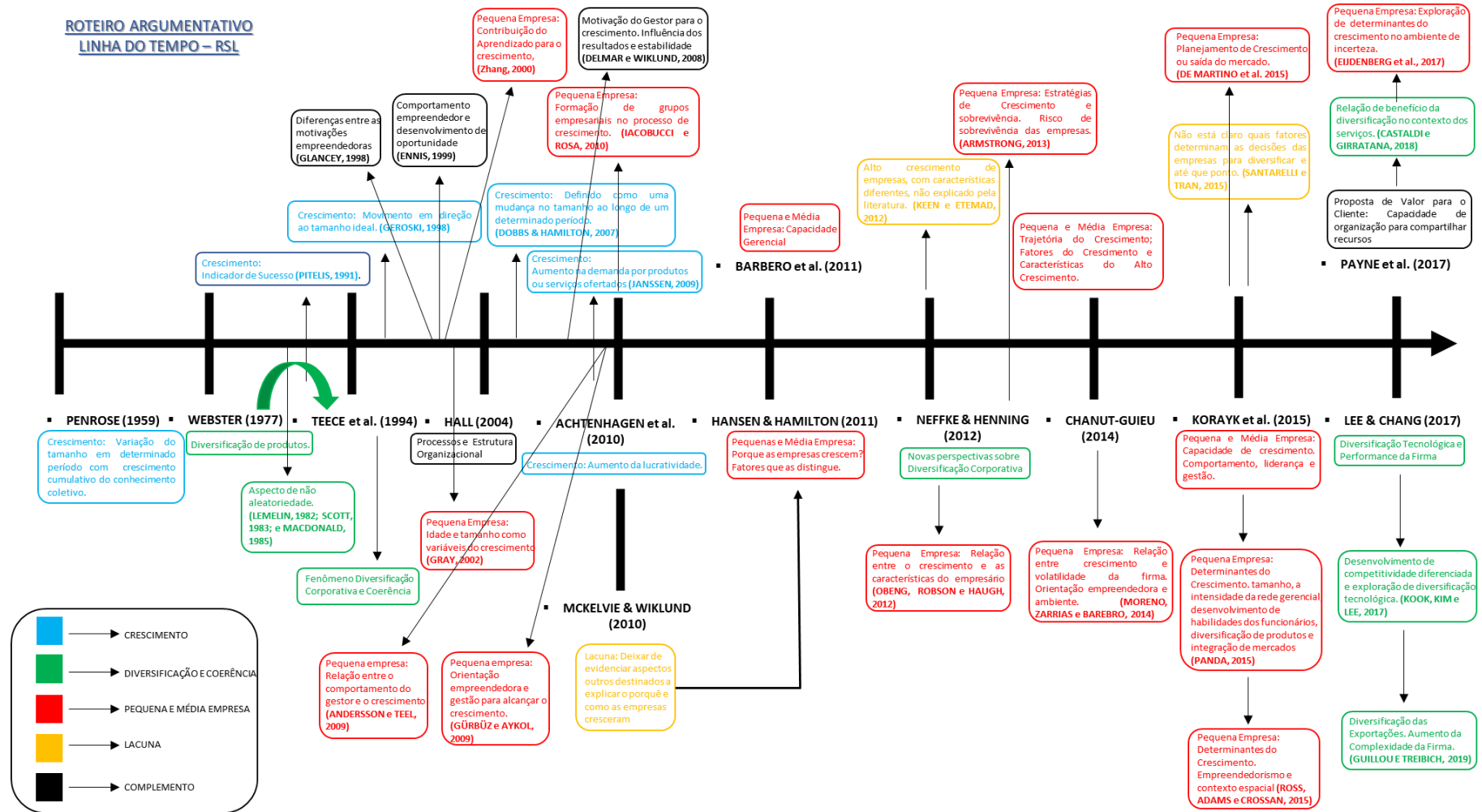
Contemporaneamente, a literatura mantém a essência de Penrose (1959) entendendo crescimento como uma mudança no tamanho ao longo de um determinado período (Dobbs & Hamilton, 2007), aumento na demanda por produtos ou serviços ofertados (Janssen, 2009) ou aumento da lucratividade (Achtenhagen et al., 2010)

A evolução do estudo da empresa em geral e suas percepções se alteram com a adoção de olhares mais complexos e detalhados da firma (Glancey, 1998; ENNIS, 1999, Hall, 2004; Delmar & Wiklund, 2008). Porém, verifica-se que os estudos com foco específico na pequena empresa se destacam a partir dos anos 2000 (Zhang, 2000; Gray, 2002; Andersson & Tell, 2009; Gürbüz & Aykol, 2009; Iacobucci & Rosa, 2010; Mckelvie & Wiklund, 2010; Barbero et al., 2011; Hansen & Hamilton, 2011; Obeng et al., 2012; Armstrong, 2013; Chanut-Guieu, 2014; Moreno et al., 2014; Korayk et al., 2015; De Martino et al. 2015; Panda, 2015; Ross et al., 2015; Eijdenberg et al., , 2017), verificando a contribuição do aprendizado para o crescimento (Zhang, 2000), sem se esquecer da idade e tamanho como variáveis do crescimento (Gray, 2002).

Mais à frente, outros trabalhos renovam os olhares para a pequena empresa e buscam maiores detalhes sobre a relação entre o comportamento do gestor e o crescimento (Andersson e Tell, 2009), relação entre o crescimento e as características do empresário (Obeng, Robson e Haugh, 2012), a necessidade de Planejamento de Crescimento sob pena de saída forçada do mercado (De Martino et al. 2015) até a exploração de determinantes do crescimento no ambiente de incerteza (Eijdenberg et al., 2017).

Ademais, pesquisas atinentes à diversificação e a coerência corporativa são tratadas desde o final dos anos 1970 até os dias mais atuais, sendo certo que as pesquisas acerca destes temas evoluíram em sincronia com a evolução da sociedade (Webster, 1977; Lemelin, 1982; Scott, 1983; Macdonald, 1985; Neffke & Henning, 2012; Lee & Chang, 2017; Kook et al., 2017; Castaldi e Girratana, 2018; Guillou e Treibich, 2019).

Figura 3: Ilustração do Roteiro Argumentativo com base na Linha do Tempo do Referencial Teórico.



Fonte: Autores, pelo quanto acima exposto, dúvidas não pairam acerca da importância da pequena empresa no círculo de interesse dos estudos. O grande número de artigos encontrados, os quais serão expostos ao longo deste estudo nos tópicos seguintes, confirma o quanto a literatura se interessa pelo tema, ainda que determinados aspectos estejam lacunosos.

3. Discussão

No início da década de 1930, em trabalho de observação de uma fábrica francesa, Robert Gibrat (1931), desenvolveu a chamada Lei do Efeito Proporcional, que consiste no desenho aleatório de uma destruição de taxas de crescimento. Segundo este autor, o crescimento da firma seria independente de seu tamanho.

Barnard (1938), na mesma década, considerava que o crescimento nada mais seria do que a capacidade de subsistência da firma, ou seja, de sobreviver em meio ao mercado e seus concorrentes, devendo-se neste contexto, segundo o autor, considerar a perfeita distinção entre a simples existência bem-sucedida de mera subsistência.

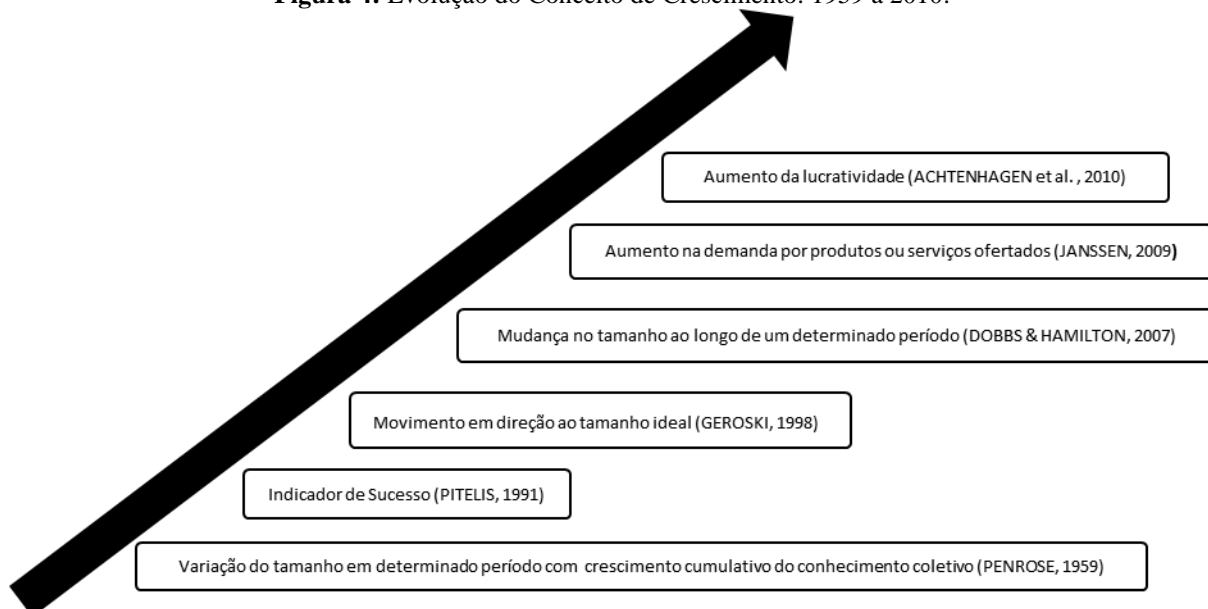
Já ao final dos anos de 1950, mais precisamente em 1959, Edith Penrose, em seu livro clássico denominado *The Theory of the Growth of the Firm*, traz elementos de maior impacto para a pesquisa sobre estratégia de gestão, notadamente no que se refere ao contexto da visão baseada em recursos da empresa. Os efeitos das ideias e conceitos de Penrose (1959) continuam a se desdobrar até a presente data em várias disciplinas, conceitos, definições e constructos diferentes.

De acordo com o Whetten (1987), tamanho é uma medida absoluta, enquanto crescimento seria medida relativa de tamanho em determinado período. Foss (2002) complementa esta ideia ao enxergar crescimento como parte do ajuste do tamanho da firma ao seu equilíbrio

Porém, observar o crescimento e o desenvolvimento de um negócio está longe de ser algo simples. Requer tempo, motivação e minúcia na análise de dados, atos e circunstâncias que os concretizam. Além disso, o processo de crescimento pode ser estudado e avaliado sob diferentes aspectos e pontos de vista. Tanto é assim que não há consenso ou unicidade quanto ao seu próprio conceito (Delmar et al., 2003).

Conforme apontam Delmar et al. (2003), não há um consenso da própria definição de crescimento. As palavras que compõem as explicações dos autores, conforme demonstra a Figura 4, variam em razão do período histórico de estudo do(s) autor(es) e de acordo com seus vieses de pesquisa.

Figura 4: Evolução do Conceito de Crescimento: 1959 a 2010.



Fonte: Autores.

Nota-se que o conceito de crescimento evolui como uma construção da expansão e desenvolvimento de uma empresa. Para se chegar ao aumento da lucratividade percebido por Achtenhagen et al. (2010), se faz necessário encontrar um indicador de sucesso (Pitelis, 1991) que norteie a firma durante o movimento que vai em direção ao tamanho ideal (Geroski, 1998). Com

isso, a mudança no tamanho ao longo de um determinado período (Dobbs & Hamilton, 2007) pode ser representada e ilustrada pelo aumento na demanda por produtos ou serviços ofertados (Janssen, 2009).

Assim, torna-se possível constatar que a essência do conceito fundamental trazido por Penrose (1959) permanece, ainda que definições mais contemporâneas tragam percepções diversas sob o olhar do crescimento. Ou seja, a ideia de tamanho encontra-se intrinsecamente ligada ao crescimento.

É certo que Penrose (1959) pretendia entender a natureza da firma que favorecia ou restringia o ritmo do seu crescimento, esse interpretado, de acordo com suas palavras, simplesmente como acréscimo na produção ou no tamanho da firma. Penrose (1959) sustenta, ainda, que firmas não-empendedoras interrompem seus crescimentos pela queda das oportunidades e condições favoráveis. Por outro lado, a firma empreendedora, caso seja de porte grande, designará de forma permanente uma parcela dos recursos para investigar possíveis fontes de recurso rentáveis. Assevera a autora que as firmas devem observar as barreiras ou óbices ao crescimento durante seu curso. Neste aspecto, Penrose (1959) considera que as firmas não empreendedoras se distanciam das características necessárias ao crescimento. Para além disso, a não adaptação da estrutura administrativa, bem como as limitações das habilidades empresariais do empreendedor, aliadas às incertezas futuras do mercado, podem ser consideradas como barreiras ao crescimento.

Crescimento como dimensão do constructo desempenho e necessidade de respeito pela comunidade também são visões da literatura (Combs et al., 2005; Orser et al., 2006), a qual sustenta que empresas mais antigas e de grande porte tendem a apresentar taxas de crescimento mais baixas devido a terem menos imperativos de crescimento, sendo mais provável que sua expansão seja realizada por fusões e aquisições (Davidsson et al., 2006), estritamente relacionadas à diversificação, sobre a qual abordaremos com mais detalhes em tópico próprio. Mas, os adeptos desse ideal, assim como outros autores e estudos, não explicam as razões e motivos para a ocorrência em si do crescimento, somando forças aos estudos relacionados aos níveis e períodos de desenvolvimento da firma e seu ciclo de vida (Phelps et al., 2007).

A multidimensionalidade vista se deve em grande parte ao fato de que as empresas crescem de maneira diferente. Janssen (2009), na busca pela identificação de diferentes perfis de crescimento, destaca os dois critérios mais utilizados na aferição do crescimento: funcionários e vendas, sendo o primeiro de interesse social e o segundo de interesse gerencial. Ainda, o crescimento pode ser verificado, como visto acima, pela percepção de ampliação da demanda de serviços oferecidos ou produtos fabricados pela empresa, os quais, conseqüentemente, causarão acréscimo de vendas aliado aos investimentos no alargamento da produção. (Janssen, 2009).

Em contrapartida, Achtenhagen et al. (2010), defendem que o crescimento pode ser constatado e verificado pelos altos lucros obtidos, incremento do valor da empresa, crescimento dos ativos e aperfeiçoamento de competências internas, sempre respeitando as peculiaridades de cada firma. Isto porque, resultados sugerem que diferentes dimensões de crescimento podem ser relevantes para diferentes empresas em configurações diferentes (Achtenhagen et al., 2010).

Estudos relativamente recentes buscam inovar conceitos ao trazerem o “crescimento dos negócios”. Nesta esteira, 83% (oitenta e três por cento) das pesquisas utilizam vendas (ou receitas) como conceito ou referência para o crescimento, e quase três quartos desses estudos utilizam as vendas única medida do crescimento. Por outro lado, os números referentes à quantidade de funcionários foram usados como medida de crescimento em 17% (dezessete por cento). Cumpre salientar que apenas 22 (vinte e dois) dos 35 (trinta e cinco) estudos incluídos na revisão relataram uma fórmula identificável para sua medida de crescimento (Achtenhagen et al., 2010).

Porém, para Achtenhagen et al. (2010) pesquisadores e formuladores de políticas precisam repensar e explicitar o que querem dizer com "crescimento dos negócios", pois não se pode simplesmente assumir que se trata dos mesmos entendimentos sobre crescimento. Assim, identificam lacuna no que tange à necessidade de mais pesquisas qualitativas que gerem melhor compreensão de aspectos do crescimento que até aquele momento eram, na visão dos autores, largamente negligenciados, mas também como forma de ganhar novos conhecimentos sobre aspectos de crescimento.

Em sua pesquisa, McKelvie e Wiklund (2010) revelam o crescimento como elemento determinante. O trabalho dos autores encontra-se voltado para o estudo das transformações internas da firma em função do crescimento, em especial, no que concerne aos desafios relacionados à gestão de firmas cuja característica marcante é o porte cada vez maior.

Deve-se notar que, em linhas gerais, estudos tendem a realçar o crescimento de uma companhia como sinônimo de transformação em quantidade considerando-o como uma variável dependente, que detém enfoque no resultado (Leitch, Hill, & Harrison, 2010), como decorrência de fatores de diferentes naturezas.

Referidos estudos demonstram em que medida as companhias cresceram. Mas, deixam de evidenciar aspectos outros destinados a explicar o porquê e como as empresas cresceram (Mckelvie & Wiklund, 2010). Vale dizer, que a literatura também observa lacuna entre a forma como o crescimento é discutido e medido em estudos de empreendedorismo e como é percebido pelos próprios empreendedores (Achtenhagen et al., 2010).

Para se chegar à compreensão destes dois aspectos deve-se de maneira imprescindível considerar que o crescimento não reproduz em sua essência, frisa-se, necessariamente, uma trajetória linear e homogênea (Davidsson et al., 2010; Mckelvie & Wiklund, 2010).

Chanut-Guieu e Guieu (2014) entendem alto crescimento como manifestação de uma empresa segura, geograficamente baseada em sua origem, sem se esquecerem, entretanto, do desconforto causado pela necessidade de mudança geográfica para locais desconhecidos ou pouco explorados por seus gestores, consequência do patamar de crescimento atingido pela firma.

Neste contexto, em 2016, Sebrae e Endeavor, organização para o fomento do empreendedorismo no mundo, reuniram informações para orientação de decisões estratégicas de um gestor na busca pela “expansão” de seu negócio, termo tratado pelos autores como sinônimo de crescimento. De acordo com as mencionadas instituições, antes de buscar o crescimento, medido pela ampliação da operação e pela diversificação de seus produtos e/ou serviços da firma, alguns indicadores de mercado devem ser observados, como forma de precaução, devendo-se analisar potências e fraquezas internas, oportunidades de mercado e ameaças externas.

Interessante notar, por fim, que para Penrose (1959) as empresas são criadas por pessoas para servir seus propósitos. Neste aspecto, os gerentes são motivados pela luta para a sobrevivência firme e no contexto da necessidade de realização e reconhecimento que geram inovações criativas como respostas pelas combinações de recursos (Kor et al., 2016).

4. Considerações Finais

O presente estudo teve como escopo identificar o que a literatura debate acerca do crescimento de pequenas empresas com base na diversificação corporativa. Reforça-se que este estudo como finalidade viabilizar e fomentar o olhar acadêmico sobre a pequena empresa. Para tanto, foi realizada ampla Revisão Sistemática de Literatura em duas grandes bases de dados que trouxeram alto número de artigos em um primeiro momento de busca. Com os filtros, selecionou-se os mais relevantes que pudessem atender aos anseios dos autores.

Neste sentido, foi possível verificar o avanço da literatura no que tange aos estudos da pequena empresa. Diversos aspectos foram explorados ao longo tempo tornando possível olhar e considerar inúmeros indicadores que influenciam no crescimento de uma pequena empresa. O conceito de crescimento, embora trabalhado na literatura mais recente com outras palavras, demonstra que sua essência ainda se vincula aos elementos seminais trazidos por Penrose em 1959.

Por fim, novos levantamentos poderão trazer aspectos mais específicos e informações complementares para o presente estudo, notadamente em relação a outros temas e perspectivas que envolvam a pequena empresa. Pesquisas avançadas também podem ser realizadas com a finalidade de trazer visões diferentes em relação aos gestores e sua forma de gestão nas pequenas empresas, demonstrando evidências e dados de regiões economicamente relevantes do planeta.

Referências

- Achtenhagen, leona; naldi, lucia; melin, leif (2010). Business growth – do practitioners and scholars really talk about the same thing? *Entrepreneurship theory & practice*, 34(2), 289-316.
- Andersson, svante; tell, joakim, (2009). "the relationship between the manager and growth in small firms", *journal of small business and enterprise development*, vol. 16 iss 4 pp. 586 – 598.
- Barbero, josé. L.; casillas, josé. C.; feldman, howard. D. (2011). Managerial capabilities and paths to growth as determinants of high-growth small and medium-sized enterprises. *International small business journal*, 29(6), 671–694.
- Barnard, chester. (1938) *The functions of the executive*. Cambridge, ma: harvard university press.
- Castaldi, carolina; giarratana, marco. (2018). Diversification, branding, and performance of professional service firms. *Journal of service research*, 21(3), 353–364.
- Chanut-guieu, cécile; c. Guieu, gilles. (2014). High growth trajectories in small and medium sized enterprises: a comparative study. *Journal of small business and enterprise development*, 21(4), 623–637.
- Combs, j. G., crook, t. R., & shook, c. L. (n.d.). The dimensionality of organizational performance and its implications for strategic management research. *Research methodology in strategy and management*, 259–286. Doi:10.1016/s1479-8387(05)02011-4.
- Creswell, john. W. (2010) *Projeto de pesquisa: métodos qualitativo, quantitativo e misto*. 3. Ed. Porto alegre: artmed.
- Culkin, nigel; murzacheva, ekaterina; davis, andrew. (2016). Critical innovations in the uk peer-to-peer (p2p) and equity alternative finance markets for small firm growth. *The international journal of entrepreneurship and innovation*, 17(3), 194–202.
- Davidsson, per, delmar, frédéric; wiklund johan. (2006). *Entrepreneurship and the growth of firms*. Cheltenham, uk: edward elgar.
- Delmar, frédéric; davidsson, per; gartner, william b., (2003). "arriving at the high-growth firm", *journal of business venturing*, vol. 18 no. 2, pp. 189-216.
- Delmar, frédéric; wiklund, johan. (2008). The effect of small business managers' growth motivation on firm growth: a longitudinal study. *New perspectives on firm growth*, 82–111.
- Demartino, r., sriramachandramurthy, r., miller, j. C., & angelis, j. N. (2015). Looking inside the black box of growth efforts in declining small firms: the role of growth factors, planning, and implementation. *Advances in entrepreneurship, firm emergence and growth*, 265–296. Doi:10.1108/s1074-754020150000017015
- Doobs, matthew; hamilton, r. T. (2007). Small business growth: recent evidence and new directions. *International journal of entrepreneurial behavior & research*, 13(5), 296–322.
- E. Armstrong, c. (2013). Competence or flexibility? Survival and growth implications of competitive strategy preferences among small us businesses. *Journal of strategy and management*, 6(4), 377–398. Doi:10.1108/jsma-06-2012-0034
- Eijdenberg, emiel l.; paas, leonard. J.; masurel, enno. (2015). Entrepreneurial motivation and small business growth in rwanda. *Journal of entrepreneurship in emerging economies*, 7(3), 212–240
- Endeavor; sebrae. (2016) *E-book. O que sua empresa quer ser quando crescer? Como conduzir a expansão do seu negócio*. Disponível em <https://www.sebrae.com.br/sites/portalsebrae/bis/o-que-e-necessario-para-expandir-um-negocio,d3ff6c8419e55510vgnvcm1000004c00210arcrd>. Acesso em 29 de novembro de 2021, 15h07.
- Ennis, s. (1999). Growth and the small firm: using causal mapping to assess the decision-making process - a case study. *Qualitative market research: an international journal*, 2(2), 147–160. Doi:10.1108/13522759910270052.
- Foss, n. (2002) *edith penrose: economics and strategic management*. In: pitelis, c. (org.) *The growth of the firm: the legacy of edith penrose*. Oxford: oxford u.p.
- Friedman, j. Judith. (1995). The effects of industrial structure and resources upon the distribution of fast-growing small firms among us urbanised areas. *Urban studies*, 32(6), 863–883.
- Geroski, p. (1998). *The growth of firms in theory and in practice*. Londres: london business school.
- Gibrat, r. (1931). *les inkgalitks economiques*, paris, librairie du recueil sirey.
- Gill, amarjit; biger, nahum. (2012). Barriers to small business growth in canada. *Journal of small business and enterprise development*, 19(4), 656–668.
- Glancey, keith (1998). "determinants of growth and profitability in small entrepreneurial firms ", *international journal of entrepreneurial behavior & research*, vol. 4 iss 1 pp. 18 – 27
- Gray, colin. (2002) *Entrepreneurship, resistance to change and growth in small firms*. *Journal of small business and enterprise development*, 9(1), 61–72.
- Guillou, s., & treibich, t. (2019). Firm export diversification and change in workforce composition. *Review of world economics*, 155(4), 645–676. <https://doi.org/10.1007/s10290-019-00356-z>
- Gürbüz, gülrüh, & aykol, sinem (2009). Entrepreneurial management, entrepreneurial orientation and turkish small firm growth. *Management research news*, 32(4), 321–336.
- Hall, richard h. (2004). *Organizações – estruturas, processos e resultados*. 8ª ed. Rio de janeiro: prentice-hall.

- Hansen, b., & hamilton, r. T. (2011). Factors distinguishing small firm growers and non-growers. *International small business journal*, 29(3), 278–294. Doi:10.1177/0266242610381846
- Hart, m., & gudgin, g. (1999). Small-firm growth and public policy in northern ireland: making the difference? *Environment and planning c: government and policy*, 17(5), 511–525.
- Hart, m., & gudgin, g. (1999) Small-firm growth and public policy in northern ireland: making the difference? *Environment and planning c: government and policy*, 17(5), 511–525.
- Iacobucci, d., & rosa, p. (2010). The growth of business groups by habitual entrepreneurs: the role of entrepreneurial teams. *Entrepreneurship theory and practice*, 34(2), 351–377. Doi:10.1111/j.1540-6520.2010.00378.x
- Janssen, frank. (2009). The conceptualization of growth: are employment and turnover interchangeable criteria? *Journal of entrepreneurship*, 18(1), 21–45.
- Keen, christian; etemad, hamid. (2012). Rapid growth and rapid internationalization: the case of smaller enterprises from canada. *Management decision*, 50(4), 569–590.
- Kook, sang; kim, ki hong; lee, chulung. (2017). Dynamic technological diversification and its impact on firms' performance: an empirical analysis of korean it firms. *Sustainability*, 9(7), 1239.
- Kor, yasemin. Y.; mahoney, joseph. T.; siemsen, enno; tan, danchi. (2016). Penrose'sthe theory of the growth of the firm:an exemplar of engaged scholarship. *Production and operations management*, 25(10), 1727–1744.
- Koryak, o., mole, k. F., lockett, a., hayton, j. C., ucbasaran, d., & hodgkinson, g. P. (2015). Entrepreneurial leadership, capabilities and firm growth. *International small business journal*, 33(1), 89–105. Doi:10.1177/0266242614558315.
- Lau, agnes; snell, robin. (1996). Structure and growth in small hong kong enterprises. *International journal of entrepreneurial behavior & research*, 2(3), 29–47.
- Lee, cheng-yu; huang, yen-chih; chang, chia-chi. (2017). Factors influencing the alignment of technological diversification and firm performance. *Management research review*, 40(4), 451–470.
- Lemelin, andre. (1982). Relatedness in the patterns of interindustry diversification. *Review of economics and statistics*, v. 64, p. 645-657.
- Macdonald, james. (1985). R&d and the directions of diversification. *The review of economics and statistics*, v. 4, p. 351-374.
- Macrae, donald. (1992). Characteristics of high and low growth small & medium sized businesses. *Management research news*, 15(4), 11–17.
- Maria moreno, a., a. Zarrias, j., & l. Barbero, j. (2014). The relationship between growth and volatility in small firms. *Management decision*, 52(8), 1516–1532. Doi:10.1108/md-10-2013-0509
- Marlow, susan. (1992). The take-up of business growth training schemes by ethnic minority-owned: small firms in britain. *International small business journal: researching entrepreneurship*, 10(4), 34–46.
- Mbonyane, boysana; ladzani, watson. (2011). Factors that hinder the growth of small businesses in south african townships. *European business review*, 23(6), 550–560.
- Mckelvie, alexander; wiklund, johan. (2010). Advancing firm growth research: a focus on growth mode instead of growth rate. *Entrepreneurship theory & practice*, 34(2), 261-288.
- Moktan, suresh. (2007). Development of small and medium enterprises in bhutan. *South asian survey*, 14(2), 251–282.
- Neffke, frank; henning, martin. (2012). Skill relatedness and firm diversification. *Strategic management journal*, 34(3), 297–316.
- Oakey, ray. (1991). High technology small firms: their potential for rapid industrial growth. *International small business journal: researching entrepreneurship*, 9(4), 30–42.
- Obeng, bernard; robson, paul; haugh, helen. (2012). Strategic entrepreneurship and small firm growth in ghana. *International small business journal*, 32(5), 501–524.
- Orser, barbara; riding, allan; manley, kathryn. (2006). Women entrepreneurs and financial capital. *Entrepreneurship theory and practice*, 30(5), 643–665.
- Panda, debadutta. (2015). Growth determinants in small firms: drawing evidence from the indian agro-industry. *International journal of commerce and management*, 25(1), 52–66.
- Pechlaner, herald; raich, frieda; zehrer, anita; peters, mike. (2004). Growth perceptions of small and medium-sized enterprises (sme's) — the case of south tyrol. *Tourism review*, 59(4), 7–13.
- Penrose, edith. (1959). *The theory of the growth of the firm*. New york: wiley.
- Perry, c. (1987), 'growth strategies: principles and case studies', *international small business journal*, vol. 5, pp. 17-25
- Phelps, robert; adams, richards; bessant, john. (2007). Life cycles of growing organizations: a review with implications for knowledge and learning. *International journal of management reviews*, 9(1), 1–30.
- Pitelis, c. (1991). *Market and non-market hierarchies: theory of institutional failure*. Oxford: basil blackwell.

- Ross, andrew; adams, john; crossan, kenny. (2015). Entrepreneurship and the spatial context: a panel data study into regional determinants of small growing firms in scotland. *Local economy*, 30(6), 672–688.
- Scott, john. (1983). *Purposive diversification and economic performance*. Cambridge: cambridge university press.
- Serrasqueiro, zélia; nunes, paulo maças. (2014). Determinants of growth in portuguese small and medium-sized hotels: empirical evidence using panel data models. *Tourism economics*, 22(2), 375–396.
- Singh, harbir; montgomery, cynthia. (1987). Corporate acquisitions strategies and economic performance. *Strategic management journal*, v. 8, n. 4, p. 377- 386.
- Soufani, khaled. (2003). Small business growth and tax policy in canada—a theoretical model. *Environment and planning c: government and policy*, 21(4), 567–578.
- Teece, david; rumelt, richard; dosi, giovanni; winter, sidney. (1994). Understanding corporate coherence: theory and evidence. *Journal of economic behavior and organization*, 23(1), 1-30.
- Tibbetts, roland, (2001). the importance of small high-technology firms to economic growth, industry and higher education, 15(1), 24–32.
- Wang, catherine; altinay, levent. (2012). Social embeddedness, entrepreneurial orientation and firm growth in ethnic minority small businesses in the uk. *International small business journal*, 30(1), 3–23.
- Wang, yong; ahmed, pervaiz; farquhar, stuart. (2007). Founders versus descendants. *The journal of entrepreneurship*, 16(2), 173–195.
- Webster, frederick. (1977). A long-run product diversification growth model for small business management. *American journal of small business*, 1(4), 20–27.
- Whetten, david. (1987). Organizational growth and decline processes. *Annual review of sociology*, 13, 335–358.
- Wiklund, johan; davidsson, per; delmar, frédéric. (2003). What do you think and feel about growth? An expectancy-value approach to small business managers' attitudes toward growth. *Entrepreneurship theory and practice* 27(3): 247–70.
- Zhang, y. (2000). Learning function and small business growth. *Managerial auditing journal*, 15(5), 228–232. Doi:10.1108/02686900010339355.
- Zheng, ping. (2012). Entrepreneurial growth and ownership under market socialism in china: a longitudinal case study of small business growth. *Journal of general management*, 38(2), 5–37.