

# Um estudo internacional sobre os fatores que explicam a expectativa de alto crescimento em novos empreendimentos: uma perspectiva de gênero

**Matilde Ruiz Arroyo**

*Universidade de Granada, Departamento de Administração de Empresas  
Melilla, Espanha*

**María del Mar Fuentes Fuentes**

*Universidade de Granada, Departamento de Administração de Empresas  
Granada, Espanha*

**Jenny María Ruiz Jiménez**

*Universidade de Granada, Departamento de Administração de Empresas  
Granada, Espanha*

**Recebido em**

04/02/2014

**Aprovado em**

09/06/2016

**Editor responsável:**

Prof. Dr. João Maurício Gama  
Boaventura

**Processo de Avaliação:**

*Double Blind Review*

## Resumo

**Objetivo** – Considerando a importância do empreendedorismo de alto impacto para o crescimento econômico e o notável potencial que as mulheres empreendedoras ainda têm para contribuir para a atividade econômica, neste estudo propomos um modelo para explicar a expectativa de alto crescimento de um empreendedor com base em variáveis estratégicas relevantes, também abordando a identificação de possíveis diferenças de gênero nos prognosticadores da expectativa de alto crescimento de um empreendedor.

**Metodologia** – Utilizamos os dados do Global Entrepreneurship Monitor (GEM) 2009, trabalhando com uma amostra de 8.641 empreendedores em estágio inicial em 49 países. Realizamos regressões logísticas binomiais hierárquicas, incluindo uma análise segmentada para comparar o modelo entre mulheres e homens empreendedores.

**Resultados** – Com base em nossos resultados, confirmamos o gênero como uma forte variável explanatória para as aspirações de crescimento, com as mulheres mostrando níveis inferiores de expectativa de alto crescimento de seus empreendimentos. Além disso, na comparação entre os determinantes da expectativa de alto crescimento por gênero, podemos concluir que o conjunto de prognosticadores significativos não é o mesmo para homens e mulheres empreendedores. Esses resultados sugerem um efeito moderador do gênero na configuração dos fatores que determinam a propensão do empreendedor para o alto crescimento.

**Contribuições** – Esta pesquisa contribui para uma melhor compreensão dos fatores que motivam a expectativa de alto crescimento, ajudando assim a avançar o conhecimento na área de empreendedorismo estratégico, bem como a literatura sobre empreendedorismo feminino. Com relação à implicação prática, nossos resultados apontam para a necessidade de conceber políticas específicas para homens e mulheres, de modo a promover o empreendedorismo de alto crescimento.

**Palavras-chave** – Expectativa de alto crescimento da empresa; gênero; visão baseada em recursos; fatores organizacionais.



**Revista Brasileira de Gestão e Negócios**

DOI: 10.7819/rbgn.v18i60.1947

## I Introdução

Dada a importante contribuição do crescimento das empresas para o desenvolvimento socioeconômico, especialmente através da criação de empregos e da receita fiscal (Douglas, 2013; Lichtenstein, 2000), o interesse no crescimento das empresas e seus determinantes surge das esferas política e acadêmica. Embora o crescimento das empresas tenha sido estudado de diferentes perspectivas e em diferentes disciplinas – a saber, economia, organização industrial e empreendedorismo (Stam, 2010) –, um desenvolvimento mais completo em empreendedorismo (Davidsson, Achtenhagen & Naldi, 2006) ocorreu nos últimos anos, particularmente como parte da corrente de pesquisa dedicada ao estudo da estratégia e do empreendedorismo (Montiel Campos, Solé Parellada & Palma, 2012). Especificamente, o empreendedorismo de alto crescimento emerge como um fenômeno crucial em razão de seu impacto notadamente positivo na criação de empregos, no sustentável e, em última instância, no desenvolvimento econômico (Capelleras, Contín-Pilart, Larraza-Kintana & Martin-Sanchez, 2016). Nessa corrente de pesquisa, as aspirações e expectativas do fundador provaram ser contribuintes importantes para o crescimento da empresa (por exemplo, Baum & Locke, 2004; Cassar, 2006; Davidsson, 1989; Delmar & Wiklund, 2008; Wiklund & Shepherd, 2003). Considerando que toda a empresa de alto impacto começou como uma *startup* (Davis & Shaver, 2012), o estudo sobre a expectativa de alto crescimento em novos empreendimentos é relevante para compreender o fenômeno do empreendedorismo de alto crescimento.

Como o potencial de crescimento econômico na maioria dos países industrializados depende do gênero (Arenius & Kovalainen, 2006), a análise do empreendedorismo de alto crescimento da perspectiva do gênero é necessária e relevante, já que mais mulheres empreendedoras que busquem o crescimento contribuirão mais para a criação de empregos e o desenvolvimento econômico. A literatura anterior sugere que as empresas pertencentes a mulheres tendem não

somente a ser menores que as dos homens mas também a crescer mais lentamente. Alguns acadêmicos argumentam que as mulheres enfrentam restrições na disponibilidade de recursos, como capital humano ou acesso a recursos financeiros, o que condiciona o tamanho e as opções para crescer de suas empresas (Brush, Carter, Gatewood, Green & Hart, 2004). Outros estudos indicam, no entanto, que as diferenças no crescimento podem também derivar de diferentes intenções de crescimento. Pesquisa sobre as atitudes de crescimento das mulheres sugere que muitas delas decidem deliberadamente não deixar sua empresa crescer, mas mantê-la pequena (Geoffee & Scase, 1983), mostrando expectativas conservadoras de crescimento (Chaganti, 1986; Cliff, 1998) e expectativas menores em comparação aos homens (Rosa, Carter & Hamilton, 1996). Sendo assim, esperamos que o gênero desempenhe um papel na determinação das expectativas de alto crescimento. Há muitos anos, Starr e Yudkin (1996) alegaram a necessidade de mais estudos para ajudar a definir as precondições para o crescimento dos negócios pertencentes a mulheres, e mais recentemente Morris, Miyasaki, Watters e Coombes (2006) destacaram a atenção insuficiente dada para a compreensão das aspirações de crescimento das mulheres empreendedoras, considerando a sua baixa representatividade na proporção das empresas com alto crescimento. De modo similar, Davis e Shaver (2012) indicam que a participação das mulheres em empresas de alto crescimento constitui uma demanda de pesquisa recente e necessária. Entretanto, no melhor do nosso conhecimento, a pesquisa sobre empreendedorismo com expectativa de alto crescimento da perspectiva do gênero é escassa (por ex., Davis & Shaver, 2012; Estrin & Mickiewicz, 2011).

Em outro filão, nossa pesquisa foca novos empreendimentos, dadas suas distintas características relacionadas ao crescimento (Gilbert, McDougall & Audretsch, 2006) e suas aspirações de crescimento (Schøtt & Bager, 2004). Embora o crescimento de empresas estabelecidas foque na manutenção da viabilidade alcançada, o crescimento do novo empreendimento diz respeito à obtenção dessa viabilidade, já que os novos

empreendimentos sofrem o risco da novidade. (Gilbert et al., 2006). Por outro lado, focamos as PMEs, em razão de sua grande representatividade entre as populações empreendedoras nacionais (Comissão Europeia, 2004; Comissão de Comércio Internacional dos Estados Unidos [USITC], 2010). O crescimento das PMEs é assim de significativa importância para a economia, particularmente na solução do desemprego e da recessão econômica através da criação de novos empregos (Reynolds, Bygrave & Autio, 2003; Tominc & Rebernik, 2007) e através da geração de inovação e da mudança tecnológica (Pagano & Shivardi, 2003).

O presente estudo tenta desenvolver uma compreensão mais aprofundada dos fatores que determinam a expectativa de alto crescimento em novos empreendimentos, com relação à questão do gênero do empreendedor em uma visão dupla. Em primeiro lugar, com base em um modelo que integra os fatores estratégicos relacionados aos recursos e competências da empresa resultantes de uma revisão da literatura relevante, avaliamos o papel do gênero na expectativa de alto crescimento do empreendedor, avaliando seu efeito direto. Em segundo lugar, testamos se as variáveis relevantes podem variar de acordo com o gênero. Portanto, as questões de nossa pesquisa são as seguintes: Que fatores organizacionais estratégicos podem determinar a expectativa de alto crescimento de um empreendedor? Qual é o papel do gênero na expectativa de alto crescimento de um empreendedor? Finalmente, comparando as análises feminina e masculina, quais são os fatores relevantes que explicam a expectativa de alto crescimento dos empreendedores homens e mulheres? Além disso, a configuração dos prognosticadores pode variar de acordo com o gênero?

O restante do documento é organizado como se segue. Na Seção 2, apresentamos nossa abordagem teórica e nossas hipóteses. A Seção 3 descreve o projeto de pesquisa. A Seção 4 apresenta os resultados, e a seção final discute os achados e apresenta as principais conclusões e implicações práticas, bem como as limitações e as direções para a pesquisa futura.

## 2 Análise da literatura e hipóteses

O forte relacionamento entre crescimento realizado da empresa e intenções de crescimento (por ex., Baum & Locke, 2004; Davidsson, 1989; Delmar & Wiklund, 2008) nos permite traduzir os argumentos da literatura sobre o crescimento de empresas em explicações sobre as expectativas de crescimento. Com relação à literatura sobre o crescimento de empresas, o efeito dos recursos e das competências da empresa foi amplamente estudado (Dutta & Thornhill, 2008). A visão baseada em recursos (VBR) afirma que o desempenho organizacional é significativamente determinado pelos recursos e competências da organização (Kazanjian & Rao, 1999). Uma forma de desempenho organizacional é o crescimento da empresa (Davidsson et al., 2006a); sendo assim, tem sido dito que o portfólio singular de recursos e competências tangíveis e intangíveis de uma empresa influencia a velocidade e a direção de seu crescimento (Barney, 1991; Penrose, 1959). Portanto, utilizamos a VBR como a abordagem teórica apropriada para justificar e apresentar nossas hipóteses de estudo, finalmente levando a nosso modelo proposto de expectativa de alto crescimento. Certamente, é razoável pensar que a maneira pela qual os empreendedores percebem os recursos e as competências de sua empresa terá uma influência na expectativa futura do crescimento para o negócio. Após a análise da literatura sobre crescimento das empresas e intenções de crescimento, identificamos um grupo de fatores organizacionais estratégicos relacionados ao crescimento das empresas e às aspirações ao crescimento, e levantamos uma hipótese sobre seu relacionamento com a expectativa de alto crescimento.

Além disso, a literatura mais anterior sobre intenções e aspirações de crescimento apoia a ideia de que as mulheres empreendedoras têm expectativas menores de crescimento para suas empresas do que suas contrapartes masculinas (por ex., Cliff, 1998; Davis & Shaver, 2012; Mitra, 2002). Com base nos argumentos encontrados na literatura sobre aspirações femininas de crescimento, podemos esperar que o gênero desempenhe um

papel na formação da expectativa de alto crescimento de um empreendedor. Portanto, e além dos fatores estratégicos relacionados à empresa, incluímos uma variável de gênero em nosso modelo e primeiramente apresentamos uma hipótese relacionada ao efeito do gênero na expectativa de alto crescimento.

## 2.1 Gênero e expectativa de alto crescimento

Alguns autores sugeriram que as mulheres possuem expectativas de crescimento conservadoras (Chaganti, 1986; Cliff, 1998) e decidem deliberadamente não deixar suas empresas crescerem, em vez disso mantendo-as em um tamanho pequeno e gerenciável (Geoffe & Scase, 1983). Em estudos mais recentes, descobrimos os resultados descritivos de Autio e Acs (2007) sugerindo que a expectativa de alto crescimento pode depender significativamente do gênero, com as mulheres empreendedoras geralmente apontando a ambições de crescimento menores em relação aos homens. Do mesmo modo, Morris et al. (2006) descobriram que as mulheres donas de negócios parecem ser menos motivadas a fazer seus negócios crescerem do que suas contrapartes masculinas, e Rosa et al. (1996) concluíram que as mulheres demonstram menores expectativas de crescimento do que os homens. Apoiando essas ideias, encontramos os resultados de Cowling e Taylor (2001) que mostram que os homens profissionais autônomos são três vezes mais propensos que as mulheres autônomas a desenvolver um negócio com empregados. Seguindo Cassar (2006), as mulheres apresentam estimativas menores de receitas futuras em relação aos homens, o que pode implicitamente derivar em menores expectativas de crescimento se considerarmos o crescimento como orgânico, como ocorre na maioria das PMEs. Mais recentemente, Davis e Shaver (2012) descobriram que as mulheres são mais propensas que os homens a expressar intenções de alto crescimento, e o estudo de Estrin e Mickiewicz (2011) mostrou que os homens são mais propensos que as mulheres a se engajar em atividade empresarial com alta inspiração em certas condições institucionais. De modo similar,

Manolova, Brush, Edelman e Shaver (2012) descobriram diferenças significativas de gênero nas intenções de crescimento de fundadores de novos empreendimentos, bem como diferentes motivos e resultados desejados.

Esses resultados apoiam a ideia de que as mulheres empreendedoras possuem menores expectativas de alto crescimento do que suas contrapartes masculinas. No entanto, a literatura é um tanto inconclusiva já que outros estudos não encontraram diferenças de gênero nas aspirações e preferências para o crescimento (Kolvereid, 1992; Menzies, Diochon & Gasse, 2004). Sendo assim, nós propomos o seguinte:

**H1:** *Mulheres empreendedoras são menos propensas do que os homens empreendedores a ter uma expectativa de alto crescimento para suas empresas.*

## 2.2 Fatores organizacionais e expectativa de alto crescimento

Como acima explicado, na proposição de um modelo para explicar a expectativa de alto crescimento, nos baseamos nos insights da VBR (Alvarez & Busenitz, 2001; Barney, 1991), realizando uma análise da literatura relevante sobre crescimento das empresas e intenções de crescimento, para identificar recursos e competências organizacionais estratégicos.

Por outro lado, há evidência anterior que sugere diferenças de gênero nos fatores que afetam as intenções de crescimento (Manolova, Carter, Manev & Gyoshev, 2007; Manolova et al., 2012), portanto formulamos cada hipótese para homens e mulheres, para testar cada hipótese separadamente por gênero (a justificativa e o procedimento estatísticos desta abordagem de segmentação serão explicados na seção de metodologia).

Com relação aos fatores estratégicos organizacionais relacionados à expectativa de crescimento, em primeiro lugar encontramos a forma de propriedade como um fator crítico para a direção e a operação do empreendimento (O'Regan, Ghobadian & Gallea, 2006). Especificamente, a gestão em equipe pode ser uma fonte de recursos e competências que promove o

crescimento das empresas. Os membros de uma equipe que gerenciam a empresa constituem um recurso valioso (Barney, 1991), tendo um papel crucial no desempenho organizacional (Barringer, Jones & Neubaum, 2005). A combinação dos atributos e das habilidades dos membros da equipe pode levar a um maior crescimento (Hambrick & Mason, 1984). As equipes de gestão implicam uma diversidade de habilidades, conhecimento, visões, experiência, cognições etc., portanto uma variedade de membros possibilita os indivíduos compensarem os déficits de competência uns dos outros (Cooper, Gimeno-Gascon & Woo, 1994), com potenciais efeitos positivos no desempenho e o crescimento da empresa. Por exemplo, Miller e Triana (2009) sugerem que as diferentes formas de diversidade nas equipes da gerência superior oferecem à empresa capital humano e social variado, levando à geração de novas ideias ou à melhor alocação de recursos, o que por sua vez pode resultar em maior crescimento da empresa. Por outro lado, pesquisa anterior afirma consistentemente que equipes maiores têm acesso a mais recursos (Kozlowski & Bell, 2003), o que leva a uma maior base de recursos sobre a qual construir o crescimento futuro.

Evidência anterior na literatura sobre crescimento das empresas apoia as ideias acima, como o estudo de Gundry e Welsch (2001) que descobriu que empreendedores voltados para o alto crescimento são duas vezes mais propensos a utilizar formas de organização baseadas em equipes em suas empresas. De maneira similar, Davidsson et al. (2006a) concluíram que o tamanho da equipe em termos do número de proprietários/fundadores tem um efeito positivo no crescimento da empresa. Particularmente para as aspirações de crescimento, Morris et al. (2006) indicaram que a presença de sócios do capital (que é a existência mais de um dono) é importante para explicar o desejo de crescimento do negócio.

Levando o acima mencionado em consideração, propomos que:

**H2:** *A expectativa de alto crescimento é mais provável entre homens empreendedores (2a) / mulheres empreendedoras (2b) cuja empresa é operada por uma equipe empresarial do que aquelas com um empreendedor único.*

A VBR reconhece a internacionalização como um modo de acumular recursos e competências organizacionais (Hessels & Stel, 2011). A internacionalização pode assim ser vista como uma fonte de vantagem competitiva através da qual as empresas podem obter um maior desempenho e melhores bases para o crescimento futuro, com base no acesso a mais recursos (Autio & Acs, 2007; Oviatt & McDougall, 1994). Especificamente, Lu e Beamish (2001) sugerem que as atividades de exportação podem levar a um aumento na base de conhecimento e do capital social humano da empresa. Através da internacionalização, a empresa é também exposta a mais oportunidades disponíveis (Oviatt & McDougall, 1994), bem como também faz crescer a sua experiência e aprendizado organizacional (Autio, Sapienza & Almeida, 2000), desenvolvendo novas competências, rotinas e práticas (Zheng & Khavul, 2005).

Estudos como os de Coad e Tamvada (2012) confirmam essas ideias, já que descobriram que a atividade de exportação tem um efeito positivo nas diferentes medidas do crescimento das empresas. Em um filão similar, outras pesquisas provaram que os empreendedores voltados para o crescimento são mais propensos em buscar uma maior presença de suas empresas nos mercados internacionais (De Clercq, 2005; Heinonen, Pukkinen & Nummela, 2004). Especificamente para as aspirações de crescimento, a internacionalização pode levar a expectativas de expansão do negócio e à criação de empregos (Autio & Sapienza, 2000), isto é, à expectativa de crescimento, com base em maiores possibilidades de acessar novos mercados (Gabrielsson, Kirpalani, Dimitratos, Solberg & Zucchella, 2008). Mais recentemente, Castaño, Méndez e Galindo (2016) comprovaram um relacionamento positivo entre a internacionalização da atividade comercial e a expectativa de crescimento do negócio.

Com base nos argumentos acima, propomos que:

**H3:** *A expectativa de alto crescimento é mais provável entre homens empreendedores (3a) / mulheres empreendedoras (3b) cujas empresas mostram uma orientação*

*internacional do que entre os empreendedores que gerenciam uma empresa sem orientação internacional.*

A inovação é amplamente reconhecida como um motivador do crescimento das empresas (O'Regan et al., 2006), como contribuidor para a criação de vantagens competitivas e para a melhoria do desempenho (McEvily, Eisenhardt & Prescott, 2004). A orientação de uma empresa para a inovação pode ter um impacto positivo no crescimento organizacional (Wiklund, Patzelt & Shepherd, 2009), e as inovações estão positivamente relacionadas com o crescimento da receita (Freel & Robson, 2004; Thornhill, 2006).

Pesquisas anteriores sugerem um efeito positivo da inovação na expectativa de crescimento (Stenholm, 2011), uma vez que a inovação gera oportunidades para o crescimento (Cho & Pucik, 2005) e oferece vantagens para alcançar novos mercados e clientes (Kleinschmidt & Cooper, 1991). Com relação a isto, Gundry e Welsch (2011) descobriram que os empreendedores voltados ao crescimento enfatizam a atividade inovadora mais do que os empreendedores não orientados ao crescimento. Em um estudo recente, Castaño et al. (2016) descobriram um efeito positivo indireto da inovação na expectativa de crescimento para empreendedores do setor de serviços.

Conceitualizando a inovação na visão de Bruton e Rubanik (2002), assim focando a percepção da inovação do empreendedor, propomos o seguinte:

**H4:** *A expectativa de alto crescimento é mais provável entre homens empreendedores (4a) / mulheres empreendedoras (4b) cuja empresa tem capacidade inovadora alta/média do que*

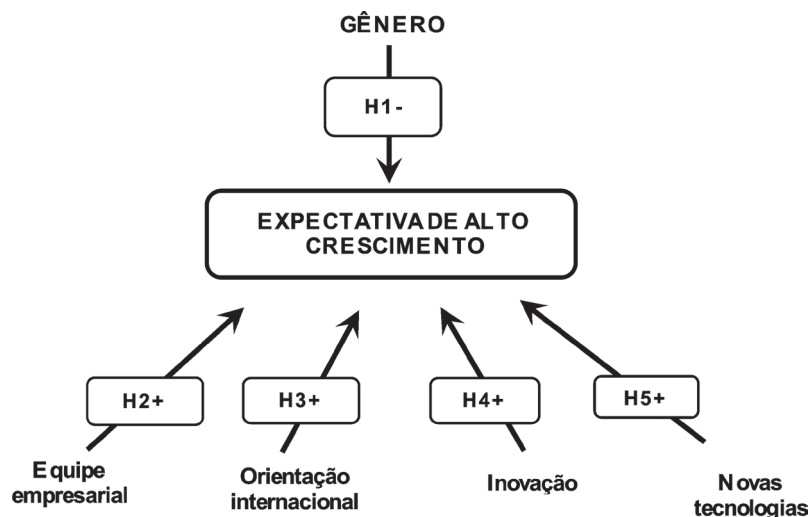
*entre aqueles que gerenciam uma empresa com baixa ou nenhuma capacidade.*

A aplicação de novas tecnologias pode influenciar positivamente o crescimento de empregos, especialmente no caso de jovens negócios (Terjesen & Szerb, 2008). Seguindo Autio e Sapienza (2000), jovens empresas inovadoras que empregam tecnologias de ponta podem obter níveis maiores de crescimento da empresa, e Gilbert et al. (2006) concluíram que o uso de tecnologias avançadas contribui significativamente para o crescimento do novo empreendimento. Nesses moldes, os resultados de Barbero, Casillas e Feldman (2011) sugerem que as competências organizacionais, como o uso de tecnologias na operação da empresa, melhoram a eficiência e contribuem para o crescimento. Especificamente quanto à expectativa de crescimento, Gundry e Welsch (2001) demonstraram que os empreendedores orientados para o alto crescimento são mais propensos a buscar mudanças tecnológicas, isto é, a informatizar as operações e a adquirir novos equipamentos. O uso de recursos tecnológicos, compreendidos como tecnologias novas e muito novas, pode influenciar a expectativa futura de alto crescimento do empreendedor.

Nós, assim, propomos:

**H5:** *A expectativa de alto crescimento é mais provável entre homens empreendedores (5a) / mulheres empreendedoras (5b) cuja empresa emprega recursos tecnológicos do que entre empreendedores que gerenciam empresas sem recursos tecnológicos.*

Os relacionamentos propostos nas hipóteses acima são mostrados em nosso modelo teórico (Figura 1).



**Figura 1.** Modelo teórico para a expectativa de alto crescimento dos empreendedores

### 3 Dados e método

#### 3.1 Amostra

O estudo empírico se baseou nos dados de uma pesquisa em nível individual do Global Entrepreneurship Monitor (GEM) 2009. Anualmente, o GEM realiza entrevistas aleatórias com pelo menos 2.000 indivíduos (18-64 anos) em cada país participante, coletando dados sobre as atitudes em relação ao empreendedorismo, atividades empresariais e sua caracterização, além de dados sociodemográficos completos (LPA, levantamento da população adulta). O processo é estritamente harmonizado e supervisionado de perto em todos os países participantes (Reynolds et al., 2005).<sup>1</sup> Através de uma bateria de até quatro perguntas de filtro no levantamento, o GEM é capaz de identificar empreendedores e donos de negócios estabelecidos entre a população adulta pesquisada. Aplicando um critério temporal para idade da empresa (42 meses de vida), o GEM identifica os dois principais tipos de empreendedores: empreendedores novos ou em estágio inicial (donos-gerentes de empresas com menos de 42 meses de vida) e donos de negócios estabelecidos (donos-gerentes de empresas em existência por mais de 42 meses) (Reynolds et al., 2005). Considerando que a pesquisa anterior sobre empreendedorismo focou apenas os autônomos ou os

pequenos negócios após o registro legal (Estrin & Mickiewicz, 2011), graças à abordagem do GEM fomos capazes de utilizar dados de todo o espectro de empreendedores, não condicionando a amostra apenas às empresas registradas. Além disso, essa abordagem baseada em definições uniformes pode ser particularmente útil para amostras internacionais, já que as exigências para constituir legalmente uma empresa podem variar bastante de um país para outro, bem como a proporção das empresas legalmente registradas.<sup>2</sup>

Focamos novos empreendimentos, portanto selecionamos da amostra total aqueles casos classificados como donos-gerentes de negócios nascentes e bebês, obtendo uma amostra inicial de 13.732 observações úteis. Entretanto, foi necessário refinar a amostra em duas etapas. Em primeiro lugar, para evitar a super-representação de alguns países em razão de sua estrutura regional no GEM (por exemplo, os EUA ou a Espanha), utilizamos um processo aleatório de amostragem para garantir uma representação mais homogênea dos 49 países. Em segundo lugar, como explicado na seção de introdução, estamos interessados nas PMEs; desconsideramos, portanto, as observações referentes às grandes empresas. Após a seleção e o refinamento, obtivemos uma amostra final de 8.641 empreendedores gerenciando novos empreendimentos nos 49 países, representando todas as regiões do globo. As nações incluídas podem

ser vistas na Tabela 1, com uma indicação de seu estágio de desenvolvimento (estágios motivados por fator, motivados por eficiência, motivados por inovação e de transição intermediária), seguindo a classificação feita pelo Global Competitiveness Report 2009-2010 (Schwab, 2009).

### 3.2 Variáveis

As variáveis incluídas em nosso trabalho consistem de variáveis dicotômicas, categóricas e contínuas (rótulos, descrição e valores são mostrados na Tabela 2). Além disso, para as nossas variáveis das hipóteses levantadas, incluímos um conjunto de controles em vários níveis: individual, organizacional e ambiental (setor e contexto econômico).

Em primeiro lugar, a idade (IDADE) do gerente do pequeno negócio foi associada a diferenças no crescimento (Davidsson, 1989; Schøtt & Bager, 2004). O capital humano foi relacionado a uma orientação de crescimento do empreendedor (Autio & Acs, 2007), como educação (EDUCSUP) como um aspecto importante do capital humano do empreendedor (Bosma, Praag, Thurik & Wit, 2004). A experiência do empreendedor (representada neste estudo como descontinuação anterior de um negócio, SAÍDA) e a experiência como um investidor informal ou anjo de negócio (ANJNEG) foram anteriormente associadas às intenções de crescimento (Welter, 2001). A intenção de estabelecer um negócio no futuro próximo (ESTFUT) também pode ser relacionada à expectativa de crescimento para a empresa atual, como modo de adicionar valor ao empreendimento existente ou de distribuir riscos (Rosa & Scott, 1999). Vários autores descobriram que os empreendedores que são menos avessos ao risco são mais propensos a exibir a ambição de fazer a empresa crescer (Autio & Acs, 2009; Cassar, 2007), assim a aversão ao risco é um outro fator individual relevante a considerar na determinação das ambições de crescimento. Como representante das atitudes de risco, pudemos incluir em nosso estudo o medo de falhar (MEDFAL), que é um componente da atitude de uma pessoa em relação ao risco (Minniti, 2009) e foi amplamente empregado nos estudos do GEM para abordar a aversão

ao risco (Arenius & Minniti, 2005). Finalmente, de acordo com Autio e Acs (2007) e Terjesen e Szerb (2008), o conhecimento pessoal recente de um empreendedor (CONEMP) está significativa e positivamente relacionado ao crescimento do negócio.

**Tabela 1**  
**Países que participam do estudo, por estágios de desenvolvimento no GCR**

Uganda	1	Chile	4
Cisjordânia e Faixa de Gaza	1	Croácia	4
Argélia	2	Hungria	4
Guatemala	2	Letônia	4
Jamaica	2	Romênia	4
Líbano	2	Rússia	4
Marrocos	2	Uruguai	4
Arábia Saudita	2	Bélgica	5
Síria	2	Finlândia	5
Venezuela	2	França	5
Argentina	3	Alemanha	5
Bósnia-Herzegovina	3	Grécia	5
Brasil	3	Hong Kong	5
China	3	Islândia	5
Colômbia	3	Israel	5
República Dominicana	3	Itália	5
Equador	3	República da Coreia	5
Irã	3	Holanda	5
Jordânia	3	Noruega	5
Malásia	3	Eslovênia	5
Panamá	3	Espanha	5
Peru	3	Suíça	5
Sérvia	3	Reino Unido	5
África do Sul	3	Emirados Árabes Unidos	5
-		Estados Unidos	5

Estágio de desenvolvimento seguindo a classificação do Relatório GCR 2009-2010:

**1** = Estágio 1: motivado por fator; **2** = Transição para Estágio 2;

**3** = Estágio 2: motivado por eficiência; **4** = Transição para o Estágio 3;

**5** = Estágio 3: motivado pela inovação



Quanto para à variável do controle no nível organizacional, e considerando o forte relacionamento entre a intenção do crescimento e o crescimento realizado, devemos incluir um controle para o tamanho da empresa, em termos do número dos funcionários (TAMANHO). Embora Gibrat (1931) postule uma independência estatística entre o tamanho da empresa e o crescimento da empresa, pesquisa posterior sobre crescimento das empresas, no entanto, não confirma, de modo geral, essa independência (por ex., Evans, 1987; Petrunia, 2008), portanto pode ser relevante incluí-la em nosso modelo.

As características setoriais foram também consideradas, especificamente a percepção do

nível da concorrência no setor (CONCOR) (Dutta & Thornhill, 2008). Também incluímos uma percepção do nível tecnológico do setor (TECN-SETOR), já que a participação em setores da tecnologia pode criar percepções de importantes oportunidades para a inovação e o crescimento (Hansen & Hill, 1991), assim conduzindo às expectativas de crescimento. Finalmente, a decisão de fazer uma empresa crescer não pode ser completamente compreendida sem observar as condições nacionais (Autio & Acs, 2010); portanto, incluímos a percepção da dificuldade de fazer um negócio crescer em razão do cenário de crise.<sup>3</sup>

**Tabela 2**  
**Variáveis do estudo, descrições e valores**

Nome da variável	Descrição e valores
<b>VARIÁVEL DEPENDENTE</b>	
EXPALCRESC	Expectativa de alto crescimento, isto é, espera criar +20 novos empregos em 5 anos (1 = sim; 0 = não)
<b>VARIÁVEIS INDEPENDENTES</b>	
GÊNERO	Gênero (1 = mulher; 0 = homem)
<i>Variáveis de controle:</i>	
IDADE	Idade exata no momento da entrevista
EDUCSUP	Alcançou nível de educação superior (1 = sim; 0 = não)
ANJNEG	Investidor informal nos últimos 3 anos (1 = sim; 0 = não)
ESTFUT	Espera estabelecer empresa nos próximos 3 anos (1 = sim; 0 = não)
SAÍDA	Descontinuou um negócio nos últimos 12 meses, incluindo o negócio que continuou (1 = sim; 0 = não)
MEDFAL	O medo de falhar o impediria de começar um negócio (1 = sim, 0 = não)
CONEMP	Conhece alguém pessoalmente que começou um negócio nos últimos 2 anos (1 = sim; 0 = não)
TAMANHO	Tamanho 2009, compreendido como o número de empregos em 2009
SETORTECNO	A empresa opera no setor de tecnologia (1 = média ou alta tecnologia; 0 = baixa ou sem tecnologia)
CONCOR	Nível de concorrência no setor (1 = alta; 0 = baixa/nenhuma)
CRESCNEG	Fazer o negócio crescer agora em comparação com um ano atrás é mais difícil (1 = sim; 0 = não)
<i>Variáveis organizacionais:</i>	
EQUIPDONOS	Equipe de donos-gerentes, isto é, mais de um (1 = sim; 0 = não)
EXPORT	Intensidade da exportação em relação ao faturamento (0 = sem exportação; 1 = 1-10%; 2 = 11,25%; 3 = 26-50%; 4 = 51-75%; 5 = 76-90%; 6 = mais de 90%)
INOVAÇÃO	A empresa é altamente ou um tanto inovadora com base na visão dos clientes (potenciais) (1 = tudo ou um pouco; 0 = nada).
NOVATEC	A tecnologia empregada no negócio é nova ou muito nova, isto é, disponível por menos de 5 anos (1 = sim; 0 = não).

## 4 Análise e resultados

Considerando a natureza dicotômica de nossa variável dependente, realizamos regressões logísticas binomiais hierárquicas (Hair, Black, Babin, Anderson & Tatham, 2006; DeMaris, 2004) em duas etapas, para determinar se a adição de variáveis das hipóteses levantadas melhora ou não a adequação de nossos dados.

Na avaliação da adequação global do modelo e da significância das variáveis individuais, utilizamos as instruções de DeMaris (2004). Primeiramente, avaliamos a adequação dos modelos utilizando o teste de Qui-quadrado do Modelo. Também relatamos o  $R^2$  de Nagelkerke e o  $R^2$  de Cox e Snell, que indicam a variância explicada por nossos modelos, e exibimos a taxa global de classificações corretas de cada modelo em cada etapa. A observação desses diferentes testes nos permitiu determinar a adequação das equações previstas.

Em primeiro lugar, testamos o efeito direto do gênero (Tabela 3). Nossos resultados revelam que o gênero está negativamente relacionado à propensão dos empreendedores de ter uma expectativa de alto crescimento para suas empresas ( $\text{Exp}(B) = 0,536$ ;  $p < 0,001$ ), sendo que os homens são quase duas vezes mais propensos do que as mulheres a ter altas aspirações para o crescimento futuro de suas empresas. Isso nos permitiu confirmar a Hipótese 1.

Em segundo lugar, e para observar as possíveis diferenças por gênero no efeito dos fatores organizacionais estratégicos na expectativa de alto crescimento, fizemos análises separadas para as amostras feminina e masculina (Tabela 4). Como nosso objetivo é observar as possíveis diferenças nos fatores que afetam a expectativa de alto crescimento entre ambos os grupos, e seguindo a recomendação dada por Hoetker (2007) sobre o não uso dos termos de interação nas regressões logísticas para comparar grupos, a análise segmentada que realizamos é apropriada para os nossos objetivos de pesquisa. Os resultados para as análises separadas para homens e mulheres (Tabela 4) mostram que os fatores que influenciam a expectativa de alto crescimento não são os mesmos para as mulheres e os homens empreendedores. Em primeiro lugar, as mulheres oferecem menos variáveis explanatórias significativas que os homens, se considerarmos as variáveis de controle e da hipótese. Em segundo lugar, e mais importante, a configuração das variáveis organizacionais significativas previstas é diferente para homens e mulheres. Para as mulheres empreendedoras, no entanto, a variável relacionada ao nível de inovação não tem efeito significativo na probabilidade de terem uma expectativa de alto crescimento para a empresa. Portanto, podemos confirmar H2 a H5 (ambos a/b), exceto por H4b.

**Tabela 3**  
**Regressão logística hierárquica para EXPEALTOCRESC, amostra total**

	Etapa 1			Etapa 2		
	Coef. B	Wald	Exp(B)	Coef. B	Wald	Exp(B)
GÊNERO	-0.772 ***	40.076	0.462	-0.623 ***	25.072	0.536
<i>Variáveis de controle</i>						
IDADE	-0.006	2.025	0.994	-0.003	0.590	0.997
EDUCSUP	0.740 ***	51.858	2.095	0.555 ***	27.397	1.741
ANJNEG	0.097	0.499	1.102	0.015	0.012	1.016
ESTFUT	0.963 ***	67.329	2.619	0.854 ***	50.306	2.348
SAÍDA	0.261 †	3.791	1.299	0.266 †	3.766	1.305
MEDFAL	-0.471 ***	11.906	0.624	-0.462 ***	11.069	0.630
CONEMP	0.206 †	3.003	1.229	0.201 †	2.723	1.223
TAMANHO	0.027 ***	51.419	1.027	0.023 ***	38.644	1.023
SETORTECNO	-0.131	0.171	0.878	-0.269	0.677	0.764
CONCOR	-0.452 ***	19.248	0.636	-0.204 †	3.483	0.816
CRESCNEG	-0.183 †	2.836	0.832	-0.156	1.955	0.856
<i>Fatores organizacionais</i>						
EQUIPDONOS				0.596 ***	31.320	1.815
EXPORT				0.267 ***	92.618	1.306
INOVAÇÃO				0.395 ***	12.570	1.485
NOVATEC				0.408 ***	14.548	1.504
Constante	-2.993 ***	174.285	0.050	-4.104 ***	252.616	0.017
<i>Diagnóstico modelo</i>						
N (casos válidos)						
Qui-quadrado do modelo	356.232 ***			536.092 ***		
Qui-quadrado do bloco				179.860 ***		
-Probabilidade de 2 Log				2791.895		
R <sup>2</sup> Cox e Snell	0.051			0.076		
R <sup>2</sup> Nagelkerke	0.132			0.196		
% previsões corretas	93.382			93.235		

† *significante p<0,10*\* *significante p <0,05*\*\* *significante p<0,01*\*\*\* *significante p<0,001*

**Tabela 4**  
**Regressão logística hierárquica para EXPEALTOCRESC, amostras feminina e masculina**

	Mulheres empreendedoras						Homens empreendedores					
	Etapa 1			Etapa 2			Etapa 1			Etapa 2		
	Coef. B	Wald	Exp(B)	Coef. B	Wald	Exp(B)	Coef. B	Wald	Exp(B)	Coef. B	Wald	Exp(B)
<b>Variáveis de controle</b>												
IDADE	-0.010	1.090	0.990	-0.005	0.199	0.995	-0.005	1.149	0.995	-0.003	0.322	0.997
EDUCSUP	0.730 ***	11.077	2.076	0.540 *	5.731	1.717	0.733 ***	39.442	2.081	0.554 ***	21.140	1.740
ANJNEG	-0.865 †	3.346	0.421	-1.124 *	5.354	0.325	0.226	2.351	1.253	0.176	1.360	1.193
ESTFUT	1.056 ***	19.001	2.876	0.953 ***	14.698	2.592	0.929 ***	47.893	2.532	0.814 ***	34.925	2.258
SAÍDA	-0.269	0.595	0.764	-0.112	0.098	0.894	0.372 *	6.335	1.450	0.359 *	5.674	1.432
MEDFAL	-0.139	0.299	0.870	-0.155	0.355	0.857	-0.604 ***	13.658	0.547	-0.596 ***	12.781	0.551
CONEMP	0.119	0.260	1.126	0.063	0.068	1.065	0.226	2.632	1.253	0.233	2.698	1.263
TAMANHO	0.034 ***	11.197	1.034	0.031 **	10.594	1.032	0.025 ***	41.544	1.026	0.021 ***	30.581	1.021
SETORTECNO	-1.032	0.646	0.356	-0.554	0.241	0.575	-0.079	0.057	0.924	-0.240	0.490	0.786
CONCOR	-0.361 †	2.724	0.697	-0.281	1.479	0.755	-0.472 ***	16.110	0.624	-0.186	2.221	0.830
CRESCNEG	-0.745 **	7.904	0.475	-0.795 **	8.614	0.452	-0.045	0.140	0.956	-0.005	0.002	0.995
<b>Fatores organizacionais</b>												
EQUIPDONOS				0.860 ***	14.589	2.364				0.534 ***	19.375	1.705
EXPORT				0.351 ***	33.382	1.420				0.250 **	63.857	1.284
INOVAÇÃO				0.249	1.072	1.283				0.435 ***	11.860	1.545
NOVATEC				0.538 *	5.497	1.712				0.384 ***	9.965	1.468
Constante	-3.439 ***	52.075	0.032	-4.632 ***	73.646	0.010	-3.076 ***	145.715	0.046	-4.147 ***	203.090	0.016
<b>Diagnóstico modelo</b>												
N (casos válidos)	2643						4186.000					
Qui-quadrado do modelo	74.007 ***			131.821 ***			231.671 ***			359.394 ***		
Qui-quadrado do bloco				57.814 ***						127.723 ***		
-Probabilidade de 2 Log				680.034			2213.421					
R <sup>2</sup> Cox e Snell	0.028			0.049			0.054			0.082		
R <sup>2</sup> Nagelkerke	0.104			0.184			0.122			0.186		
% previsões corretas	96.329			96.368			91.352			91.233		

† significante p<0,10  
\* significante p <0,05  
\*\* significante p<0,01  
\*\*\* significante p<0,001



## 5 Discussão e conclusões

Entre os numerosos fatores que podem influenciar o crescimento futuro de uma empresa, as expectativas do dono parecem ser cruciais, dado seu papel como contribuinte principal para o crescimento realizado do empreendimento. É, portanto, relevante estudar os fatores que afetam a expectativa de crescimento, para avançar o conhecimento sobre os motivadores do alto crescimento dos novos empreendimentos (Capelleras et al., 2016).

Nossos resultados confirmam a relevância das variáveis organizacionais na previsão de aspirações de alto crescimento, em correspondência com a pesquisa sobre o crescimento das empresas, realizada principalmente sobre as variáveis da empresa (Dutta & Thornhill, 2008). Como esperado, a conexão próxima entre intenções de crescimento e crescimento realizado da empresa (Baum & Locke, 2004; Davidsson, 1989; Delmar & Wiklund, 2008) permite a aplicação correta da VBR na explicação das expectativas de alto crescimento nos novos empreendimentos.

Do ponto de vista prático, isto implica que as decisões estratégicas, como a internacionalização, tecnologias e inovação, devem ser desenvolvidas pelo empreendedor para facilitar a preferência pelo alto crescimento e, assim, garantir a sobrevivência e crescimento posteriores do negócio. As políticas econômicas de apoio devem levar em consideração essas ideias, já que as empresas orientadas para o crescimento contribuem para aumentar o bem-estar social através da criação de empregos e da receita fiscal (Douglas, 2013). Isso é particularmente relevante para o projeto de políticas que promovam o empreendedorismo, de tal modo que os programas nacionais ou regionais para encorajar o empreendedorismo não serão economicamente bem-sucedidos nem eficientes se, após a criação do negócio, os empreendedores não encontrarem apoio de infraestrutura em seu país para exportar, para acessar recursos financeiros, para inovar ou para adotar novas tecnologias.

Por outro lado, com base em nossos resultados podemos confirmar que o gênero é uma forte variável explanatória para as aspirações de

crescimento, com as mulheres tendo menores níveis de expectativa para o alto crescimento de seus empreendimentos, de acordo com estudos anteriores (por ex., Autio & Acs, 2007; Davis & Shaver, 2012; Morris et al., 2006)

Além disso, na comparação entre os determinantes da expectativa de alto crescimento por gênero através da análise segmentada realizada, podemos concluir que o conjunto de prognosticadores significativos não é o mesmo para homens e mulheres empreendedores. Estes resultados sugerem um efeito moderador do gênero na configuração dos fatores que determinam a propensão do empreendedor para o alto crescimento, em linha com pesquisa anterior que aponta um efeito moderador do gênero nas variáveis que afetam o crescimento da empresa (Collins-Dodd, Gordon & Smart, 2004) e as intenções de crescimento (Manolova et al., 2012). Com relação às variáveis das hipóteses que levantamos, há apenas uma diferença no modelo para mulheres em comparação com a análise masculina, já que o fator inovação tem apenas um efeito significativo no caso dos homens. Uma explicação possível é que as expectativas de crescimento das mulheres podem ser influenciadas por fatores não relacionados à inovação, dada sua maior tendência a desenvolver sua atividade empresarial em setores mais tradicionais (Anna, Chandler Jansen, & Mero, 2000), geralmente considerados como menos inovadores. No entanto, esse resultado pode apontar para preocupações recentes na pesquisa sobre as diferenças em inovação por gênero, que mostrou até o momento resultados inconclusivos (Pons, Ramos & Ramos, 2016). Nessa linha, sugeriu-se que a inovação está mais relacionada às variáveis intrínsecas (como empoderamento ou autoconfiança) para as mulheres do que para os homens (Pons et al., 2016), levando à ideia de que as variáveis que motivam a inovação podem ser diferentes para homens e mulheres, com necessários desenvolvimentos futuros baseados em combinações de fatores pessoais e contextuais (Zhou & Hoever, 2014). Isso pode indicar a necessidade de considerar as interações entre fatores pessoais, contextuais e organizacionais para melhor compreender o efeito do nível de inovação da empresa na expectativa de

alto crescimento de uma perspectiva de gênero, e abrir direções para a pesquisa futura sobre as expectativas de crescimento.

Os resultados para as variáveis de controle podem também produzir ideias elucidativas para o estudo do empreendedorismo de alto crescimento. Especificamente, a variável utilizada como um representante para o empreendedor habitual emerge como um fator intencional importante na explicação da expectativa de crescimento para a empresa real. Isso pode abrir novos caminhos para a pesquisa futura sobre a influência do empreendedorismo serial ou de portfólio no crescimento da empresa e na aspiração da empresa.

Como muitas pesquisas empíricas, nosso estudo não está isento de limitações. Primeiro, o amplo escopo de nossa amostra pode ser uma vantagem para a generalização, mas também pode constituir uma desvantagem, dada a heterogeneidade inerente de nosso grupo de dados. Davidsson et al. (2006) sugerem o uso de mais amostras homogêneas para controlar a influência de múltiplas variáveis que pode causar confusão. Com base nessas ideias, sugerimos o uso de amostras por país segmentadas para estender o presente estudo. Além disso, pesquisa posterior deve se basear em modelagem multinível, para ser capaz de obter explicações mais complexas sobre a expectativa de alto crescimento de um empreendedor, através da observação do impacto diferente das variáveis individuais relevantes (gênero, fatores estratégicos organizacionais) dependendo do contexto, ou estudar os efeitos da interação entre as variáveis em diferentes níveis. Em segundo lugar, nossos dados não nos permitem considerar qualquer expectativa de crescimento exceto aquela baseada no número de funcionários. Análises de literatura anterior mostraram que diferentes medidas de crescimento podem ser explicadas por diferentes determinantes do crescimento (Shepherd & Wiklund, 2009); sendo assim, a medida de referência para o crescimento tem o potencial para influenciar os achados. Os estudos futuros sobre as expectativas de crescimento devem basear sua variável dependente em outras medidas para contrastar com nossas conclusões e estender nossos resultados.

Apesar das limitações acima, devemos destacar o valor desta pesquisa, que busca contribuir para o campo do empreendedorismo de várias maneiras. Primeiro, uma vez que a busca do crescimento através de um empreendimento é vista como um aspecto fundamental do comportamento empresarial estratégico (Davidsson, Delmar, & Wiklund, 2006b), a melhor compreensão dos fatores que motivam a expectativa de alto crescimento pode ajudar a avançar o conhecimento na área do empreendedorismo estratégico. Em segundo lugar, nossa perspectiva de gênero contribui para a literatura sobre empreendedorismo feminino por responder às demandas de pesquisa por mais atenção aos fatores que afetam o desenvolvimento de empresas possuídas por mulheres (Bruin, Brush & Welter, 2007). Em terceiro lugar, Autio e Acs (2007) avisam sobre a falta de pesquisa sobre o empreendedorismo de alto crescimento nos contextos internacionais, devido à disponibilidade limitada de dados apropriados. O escopo internacional de nossa amostra GEM pode contribuir para preencher essa lacuna de pesquisa.

## Notas

- <sup>1</sup> A qualidade dos dados GEM é amplamente reconhecida pelos economistas e pelos pesquisadores de gestão (Uhlaner & Thurik, 2007), e foi comprovada através de testes de validação independentes prévios (Acs, Desai & Klapper, 2008). Em anos recentes, um número significativamente crescente de publicações utilizando dados GEM ou se referindo à abordagem GEM foi observado (Ruiz Navarr, & García Montesinos, 2013).
- <sup>2</sup> Para mais informações sobre o Global Entrepreneurship Monitor, consulte: <[www.gemconsortium.org](http://www.gemconsortium.org)>.
- <sup>3</sup> Levando em consideração que nossa amostra é composta das observações de 49 países, 2009 pode representar um bom período para estudar a expectativa de alto crescimento com um escopo internacional. Considerando que o início da crise econômica global é reconhecido como sendo em 2008 (Organização para a Cooperação e o Desenvolvimento Econômicos [OCDE], 2009), os piores efeitos econômicos negativos da crise foram em 2009, ainda por realizar na grande maioria dos países, portanto as expectativas sobre o crescimento dos negócios provavelmente não sofreram tanto naquele período. Isso nos permitiu realizar uma análise mais homogênea, não tão distorcida ou tendenciosa quanto poderia ter sido com dados de anos posteriores. Entretanto, foi

necessário incluí-la para fins de controle, já que a crise mundial já estava presente e amplamente disseminada em 2009 (OCDE, 2009)

## Referências

- Acs, Z., Desai, S., & Klapper, L. (2008). What does entrepreneurship data really show? *Small Business Economics*, 31(3), 265-281.
- Alvarez, S. A., & Busenitz, L. W. (2001). The entrepreneurship of resource-based theory. *Journal of Management*, 27(6), 755-775.
- Anna, A. L., Chandler, G. N., Jansen E., & Mero, N. P. (2000). Women business owners in traditional and non-traditional industries. *Journal of Business Venturing*, 15(3), 279-303.
- Arenius, P., & Kovalainen, A. (2006). Similarities and differences across the factors associated with women's self-employment preference in the Nordic countries. *International Small Business Journal*, 24(1), 31-59.
- Arenius, P., & Minitti, M. (2005). Perceptual variables and nascent entrepreneurship. *Small Business Economics*, 24(3), 233-247.
- Autio, E., & Acs, Z. J. (2007). Individual and country-level determinants of growth aspiration in new ventures. *Proceedings of the Babson Conference on Entrepreneurship Research*, Madrid, Spain.
- Autio, E., & Acs, Z. J. (2009). Institutional influences on strategic entrepreneurial behaviours [Jena Economic Research Papers, 2009-080]. *Friedrich Schiller University, Max Planck Institute of Economics*, Jena, Germany. Retrieved from [http://zs.thulb.uni-jena.de/receive/jportal\\_jparticle\\_00157363](http://zs.thulb.uni-jena.de/receive/jportal_jparticle_00157363)
- Autio, E., & Acs, Z. J. (2010). Intellectual property protection and the formation of entrepreneurial growth aspirations. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 4(3), 234-251.
- Autio, E., & Sapienza, H. J. (2000). Comparing process and born global perspectives in the international growth of technology-based new firms. In P. D. Reynolds, E. Autio, C. G. Brush, W. D. Bygrave, S. Manigart, H. J. Sapienza, K. G. Shaver (Eds.), *Frontiers of Entrepreneurship Research* (pp. 413-424). Babson Park, MA: Babson College.
- Autio, E., Sapienza, H. J., & Almeida, J. G. (2000). Effects of age at entry, knowledge intensity, and imitability on international growth. *Academy of Management Journal*, 43(5), 909-924.
- Barbero, J. L., Casillas, J. C., & Feldman, H. 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.
- Barney, J. B. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99-120.
- Barringer, B. R., Jones, F. F., & Neubaum, D. O. (2005). A quantitative content analysis of the characteristics of rapid-growth firms and their founders. *Journal of Business Venturing*, 20(1), 663-687.
- Baum, J. R., & Locke, E. A. (2004). The relationship of entrepreneurial traits, skill, and motivation to subsequent venture growth. *Journal of Applied Psychology*, 89(4), 587-598.
- Bosma, N., Praag, M. van, Thurik, R., & Wit, G. (2004). The value of human and social capital investments for the business performance of startups. *Small Business Economics*, 23(3), 227-236.
- Bruin, A., Brush, C. G., & Welter, F. (2007). Advancing a framework for coherent research on women's entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 31(3), 323-339.

- Brush, C. G., Carter, N. M., Gatewood, E., Greene, P. G., & Hart, M. (2004). *Clearing the hurdles: Women building high-growth businesses*. Upper Saddle River, NJ: Pearson Education.
- Bruton, G. D., & Rubanik, Y. (2002). Resources of the firm, Russian high-technology startups and firm growth. *Journal of Business Venturing*, 17(6), 553-576.
- Capelleras, J. L., Contín-Pilart, I., Larraza-Kintana, M., & Martin-Sanchez, V. (2016). Unemployment and growth aspirations: The moderating role of education. *Strategic Change*, 25(2), 171-185.
- Cassar, G. (2006). Entrepreneur opportunity costs and intended venture growth. *Journal of Business Venturing*, 21(5), 610-632.
- Cassar, G. (2007). Money, money, money? A longitudinal investigation of entrepreneur career reasons, growth preferences and achieved growth. *Entrepreneurship and Regional Development*, 19(1), 89-107.
- Castaño, M. S., Méndez, M. T., & Galindo, M. Á. (2016). Innovation, internationalization and business-growth expectations among entrepreneurs in the services sector. *Journal of Business Research*, 69(5), 1690-1695.
- Chaganti, R. (1986). Management in women-owned enterprises. *Journal of Small Business Management*, 24(4), 18-29.
- Cho, H. J., & Pucik, V. (2005). Relationship between innovativeness, quality, growth, profitability, and market value. *Strategic Management Journal*, 26(6), 555-575.
- Cliff, J. E. (1998). Does one size fit all? Exploring the relationship between attitudes towards growth, gender, and business size. *Journal of Business Venturing*, 13(6), 523-542.
- Coad, A., & Tamvada, J. P. (2012). Firm growth and barriers to growth among small firms in India. *Small Business Economics*, 39(2), 383-400.
- Collins-Dodd, C., Gordon, I. M., & Smart, C. (2004). Further evidence on the role of gender in financial performance. *Journal of Small Business Management*, 42(4), 395-417.
- Cooper, A. C., Gimeno-Gascon, F., & Woo, C. Y. (1994). Initial human and financial capital as predictors of new venture performance. *Journal of Business Venturing*, 9(5), 371-395.
- Cowling, M., & Taylor, M. (2001). Entrepreneurial women and men: Two different species? *Small Business Economics*, 16(3), 167-175.
- Davidsson, P. (1989). Entrepreneurship - and after? A study of growth willingness in small firms. *Journal of Business Venturing*, 4(3), 211-226.
- Davidsson, P., Achtenhagen, L., & Naldi, L. (2006a). What do we know about small firm growth? In S. C. Parker (Ed.), *The Life Cycle of Entrepreneurial Ventures* (pp. 361-398, International Handbook Series on Entrepreneurship, Vol. 3). New York, NY: Springer.
- Davidsson, P., Delmar, F., & Wiklund, J. (2006b). Entrepreneurship as growth; Growth as entrepreneurship. In P. Davidsson, F. Delmar, & J. Wiklund (Eds.), *Entrepreneurship and the Growth of Firms* (pp. 21-38). Cheltenham, UK: Edward Elgar Publishing.
- Davis, A. E., & Shaver, K. G. (2012). Understanding gendered variations in business growth intentions across the life course. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 36(3), 495-512.
- De Clercq, D. (2005). Firm internationalization by nascent, new and established ventures. In S. Zahra et al. (Eds.), *Frontiers in Entrepreneurship Research* (Chap. 17). Babson Park, MA: Babson College.



- Delmar, F.; & Wiklund, J. (2008). The effect of small business managers' growth motivation on firm growth: A longitudinal study. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 32(3), 437-457.
- DeMaris, A. (2004). *Regression with social data: Modeling continuous and limited response variables*. Hoboken, NJ: Wiley.
- Douglas, E. J. (2013). Reconstructing entrepreneurial intentions to identify predisposition for growth. *Journal of Business Venturing*, 28(5), 633-651.
- Dutta, D. K., & Thornhill, S. (2008). The evolution of growth intentions: Towards a cognition-based model. *Journal of Business Venturing*, 23(3), 307-332.
- Estrin, S., & Mickiewicz, T. (2011). Institutions and female entrepreneurship. *Small Business Economics*, 37(4), 397-415.
- European Commission (2014). *Annual Report on European SMEs 2013/2014: A Partial and Fragile Recovery*. Retrieved from: [http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/facts-figures-analysis/performance-review/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/facts-figures-analysis/performance-review/index_en.htm)
- Evans, D. S. (1987). Tests of alternative theories of firm growth. *Journal of Political Economy*, 95(4), 657-674.
- Freel, M. S., & Robson, P. J. (2004). Small firm innovation, growth and performance: Evidence from Scotland and Northern England. *International Small Business Journal*, 22(6), 561-575.
- Gabrielsson, M., Kirpalani, V. H. M., Dimitratos, P., Solberg, C. A., & Zucchella, A. (2008). Born global: Propositions to help advance the theory. *International Business Review*, 17(4), 385-401.
- Geoffee, R., & Scase, R. (1983). Business ownership and women's subordination: A preliminary study of female proprietors. *The Sociology Review*, 33(4), 625-648.
- Gibrat, R. (1931). *Les inégalités économiques, applications: Aux inégalités des richesses, à la concentration des entreprises, aux populations des villes, aux statistiques des familles, etc.: D'une Loi nouvelle: La Loi de L'Effet Proportionnel*. Paris, FR: Sirey.
- Gilbert, B. A., McDougall, P. P., & Audretsch, D. B. (2006). New venture growth: A review and extension. *Journal of Management*, 32(6), 926-950.
- Gundry, L. K., & Welsch, H. P. (2001). The ambitious entrepreneur: High growth strategies of women-owned enterprises. *Journal of Business Venturing*, 16(5), 453-470.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B., Anderson, R. E., & Tatham, R. L. (2006). *Multivariate data analysis*. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Hambrick, D. C., & Mason, P. A. (1984). Upper echelons: The organization as a reflection of its top managers. *Academy of Management Review*, 9(2), 193-206.
- Hansen, G. S., & Hill, C. W. (1991). Are institutional investors myopic? A time-series study of four technology-driven industries. *Strategic Management Journal*, 12(1), 1-16.
- Heinonen, J., Pukkinen, T., & Nummela, N. (2004). To grow or not to grow? An analysis of internationally growth-oriented Finnish SMEs. *Proceedings of the EIBA Annual Conference*, Slovenia, 30.
- Hessels, J., & Stel, A. van (2011). Entrepreneurship, export orientation, and economic growth. *Small Business Economics*, 37(2), 255-268.
- Hoetker, G. (2007). The use of logit and probit models in strategic management research: Critical issues. *Strategic Management Journal*, 28(4), 331-343.

- Kazanjian, R. & Rao, H. (1999). Research note: The creation of capabilities in new ventures - A longitudinal study. *Organization Studies*, 20(1), 125-142.
- Kleinschmidt, E. J., & Cooper, R. G. (1991). The impact of product innovativeness on performance. *Journal of Product Innovation Management*, 8(4), 240-251.
- Kolvreid, L. (1992). Growth aspirations among Norwegian entrepreneurs. *Journal of Business Venturing*, 7(3), 209-222.
- Kozlowski, S. W., & Bell, B. S. (2003). Work groups and teams in organizations. *Handbook of Psychology*, 2(14), 333-375.
- Lichtenstein, B. (2000). Self-organized transitions: A pattern amid the chaos of transformative change. *Academy of Management Executive*, 14(4), 128-141.
- Lu, J. W., & Beamish, P. W. (2001). The internationalization and performance of SMEs. *Strategic Management Journal*, 22(6-7), 565-586.
- Manolova, T. S., Brush, C. G., Edelman, L. F., & Shaver, K. G. (2012). One size does not fit all: Entrepreneurial expectancies and growth intentions of U.S. women and men nascent entrepreneurs. *Entrepreneurship and Regional Development*, 24(1-2), 7-27.
- Manolova, T. S., Carter, N. M., Manev, I. M., & Gyoshev, B. S. (2007). The differential effect of men and women entrepreneurs human capital and networking on growth expectancies in Bulgaria. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 31(3), 407-426.
- McEvily, S. K., Eisenhardt, K. M., & Prescott, J. E. (2004). The global acquisition, leverage, and protection of technological competencies. *Strategic Management Journal*, 25(8-9), 713-722.
- Menzies, T., Diochon, M., & Gasse, Y. (2004). Examining venture-related myths concerning women entrepreneurs. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 9(2), 89-97.
- Miller, T., & Triana, M. C. (2009). Demographic diversity in the boardroom: Mediators of the board diversity-firm performance relationship. *Journal of Management Studies*, 46(5), 755-786.
- Minniti, M. (2009). Gender issues in entrepreneurship. *Foundations and Trends in Entrepreneurship*, 5(7-8), 497-621.
- Mitra, R. (2002). The growth pattern of women-run enterprises: An empirical study in India. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 7(2), 217-237.
- Montiel Campos, H., Solé Parellada, F., & Palma, Y. (2012). Mapping the intellectual structure of entrepreneurship research: Revisiting the invisible college. *Review of Business Management - Revista Brasileira de Gestão de Negócios*, 14(42), 41-58.
- Morris, M. H., Miyasaki, N. N., Watters, C. E., & Coombes, S. (2006). The dilemma of growth: Understanding venture size choices of women entrepreneurs. *Journal of Small Business Management*, 44(2), 221-224.
- O'Regan, N., Ghobadian, A., & Gallea, D. N. (2006). In search of the drivers of high growth in manufacturing SMEs. *Technovation*, 26(1), 30-41.
- Organisation for Economic Co-operation and Development (2009). *The impact of the global crisis on SME and entrepreneurship financing and policy responses*. Retrieved from <http://www.oecd.org/cfe/smes/theimpactoftheglobalcrisisonmenandentrepreneurshipfinancingandpolicyresponses.htm>
- Oviatt, B. M., & McDougall, P. P. (1994). Toward a theory of international new ventures. *Journal of International Business Studies*, 25(1), 45-64.

- Pagano, P., & Schivardi, F. (2003). Firm size distribution and growth. *Scandinavian Journal of Economics*, 105(2), 255-274.
- Penrose, E. (1959). *The Theory of the growth of the firm*. John Wiley: Nueva York.
- Petrunia, R. (2008). Does Gibrat's Law hold? Evidence from Canadian retail and manufacturing firms. *Small Business Economics*, 30(2), 201-214.
- Pons, F. J., Ramos, J., & Ramos, A. (2016). Antecedent variables of innovation behaviors in organizations: Differences between men and women. *Revue Européenne de Psychologie Appliquée*, 66(3), 117-126.
- Reynolds, P., Bosma, N., Autio, E., Hunt, S., De Bono, N., Servais, I., . . . Chin, N. (2005). Global entrepreneurship monitor: Data collection design and implementation 1998-2003. *Small Business Economics*, 24(3), 205-231.
- Reynolds, P., Bygrave, B., & Autio, E. (2003). *GEM 2003 Executive Report*. Babson Park, MA: Babson College.
- Rosa, P., Carter, S., & Hamilton, D. (1996). Gender as a determinant of small business performance: Insights from a British study. *Small Business Economics*, 8(4), 463-478.
- Rosa, P., & Scott, M. (1999). Entrepreneurial diversification, business-cluster formation, and growth. *Environment and Planning C: Government and Policy*, 17(5), 527-554.
- Ruiz Navarro, J., & García Montesinos, C. (2013). The entrepreneurship and the North-South European convergence: Evidences from the Global Entrepreneurship Monitor. *Revista de Economía Mundial*, 35, 21-45.
- Schøtt, T., & Bager, T. (2004). Growth expectations by entrepreneurs in nascent firms, baby businesses and mature firms. In T. Bager, & M. Hancock (Eds.), *The growth of Danish firms (Part 2 of the Global Entrepreneurship Monitor)* (pp. 219-230). Copenhagen, DK: Børsens Forlag.
- Schwab, K. (2009). *Global Competitiveness Report 2009-2010*. Geneva, SW: World Economic Forum. Retrieved from <https://www.weforum.org/reports/global-competitiveness-report-2009-2010/>
- Shepherd, D., & Wiklund, J. (2009). Are we comparing apples with apples or apples with oranges? Appropriateness of knowledge accumulation across growth studies. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(1), 105-123.
- Stam, E. (2010) Growth beyond Gibrat: Firm growth processes and strategies. *Small Business Economics*, 35(2), 1-7.
- Starr, J., & Yudkin, M. (1996). *Women entrepreneurs: A review of current research*. Wellesley, MA: Center for Research on Women.
- Stenholm, P. (2011). Innovative behavior as a moderator of growth intentions. *Journal of Small Business Management*, 49(2), 233-251.
- Terjesen, S., & Szerb, L. (2008). Dice thrown from the beginning? An empirical investigation of firm level growth expectations. *Estudios de Economía*, 35(2), 153-178.
- Thornhill, S. (2006). Knowledge, innovation and firm performance in high and low-technology regimes. *Journal of Business Venturing*, 21(5), 687-703.
- Tominc, P., & Rebernik, M. (2007). Growth aspirations and cultural support for entrepreneurship: A comparison of post-socialist countries. *Small Business Economics*, 28(2), 239-255.
- Uhlaner, L., & Thurik, R. (2007). Postmaterialism influencing total entrepreneurial activity across nations. *Journal of Evolutionary Economics*, 17(2), 161-185.

- United States International Trade Commission. (2010). *Small and Medium Sized Enterprises: Overview of Participation in U.S. Exports* (Investigation No. 332-508). Washington, DC: USITC Publications. Retrieved from <https://www.usitc.gov/publications/332/pub4125.pdf>
- Welter, F. (2001). Who wants to grow? Growth intentions and growth profiles of (nascent) entrepreneurs in Germany. *Proceedings of the Annual Entrepreneurship Research Conference*, Jönköping, Sweden, 21.
- Wiklund, J., & Shepherd, D. (2003). Aspiring for, and achieving growth: The moderating role of resources and opportunities. *Journal of Management Studies*, 40(8), 1911-1941.
- Wiklund, J., Patzelt, H., & Shepherd, D. (2009). Building an integrative model of small business growth. *Small Business Economics*, 32(4), 351-374.
- Zheng, C., & Khavul, S. (2005). Capability development, learning and growth in international entrepreneurial firms: Evidence from China. In: D. A. Shepherd, & J. A. Katz (Eds.), *International entrepreneurship* (pp. 273-296, *Advances in Entrepreneurship, Firm Emergence and Growth*, Vol. 8). Bingley, UK: Emerald Group Publishing.
- Zhou, J., & Hoever, I. J. (2014). Research on workplace creativity: A review and redirection. *Annual Review of Organizational Psychology and Organizational Behavior*, 1, 333-359.

#### Agências de Fomento:

Os autores reconhecem agradecidamente o apoio financeiro recebido do Ministério da Economia e da Concorrência da Espanha [ECO2012-36053], do Governo de Andaluzia [P12-SEJ-2396] e do Fundo Europeu de Desenvolvimento Regional (FEDR).

#### Sobre as autoras:

1. **Matilde Ruiz Arroyo**, Doutorado em Administração, Professora associada da Universidade de Granada. E-mail: [matilderuiz@ugr.es](mailto:matilderuiz@ugr.es).
2. **María del Mar Fuentes Fuentes**, Doutorado em Ciências Econômicas e Empresariais, Professora plena da Universidade de Granada. E-mail: [mfuentes@ugr.es](mailto:mfuentes@ugr.es).
3. **Jenny María Ruiz Jiménez**, Doutorado em Ciências Econômicas e Empresariais, Professora Assistente da Universidade de Granada. E-mail: [jmruizj@ugr.es](mailto:jmruizj@ugr.es).

#### Contribuição por autor:

Contribuição	Matilde Ruiz Arroyo	María del Mar Fuentes Fuentes	Jenny María Ruiz Jiménez
1. Definição do problema de pesquisa	√	√	
2. Desenvolvimento das hipóteses ou questões de pesquisa (trabalhos empíricos)	√	√	√
3. Desenvolvimento das proposições teóricas (ensaios teóricos)	√	√	
4. Fundamentação teórica/Revisão de Literatura	√	√	√
5. Definição dos procedimentos metodológicos	√		
6. Coleta de Dados	√		
7. Análise Estatística	√		
8. Análise e interpretação dos dados	√	√	√
9. Revisão crítica do manuscrito	√	√	√
10. Redação do manuscrito	√	√	√
11. Outra (favor especificar)			