

## MAPEANDO A FORMAÇÃO DE ESTRATÉGIAS EM MICROS E PEQUENAS EMPRESAS DE UM MUNICÍPIO DA REGIÃO METROPOLITANA DE BELO HORIZONTE

Milena Silva Pacheco; Ana Cristina Ferreira

ODS: 9-Indústria, Inovação e Infraestrutura

Categoria: Pesquisa

### Introdução

A partir do final do século XX, as organizações contemporâneas passaram a dedicar mais atenção aos processos de estratégias organizacionais, incluindo as micro e pequenas empresas (MPEs). A Agência Sebrae afirma que ao final do ano de 2022 existiam, no Brasil, 18,5 milhões de pequenos negócios, sendo 11,5 milhões de microempreendedores individuais, 6 milhões de microempresas individuais, e 1 milhão de empresas de pequeno porte. Essas empresas representam 99% das empresas do país, 72% dos empregos, e 30% do PIB (Produto Interno Bruto).

Diante disso, tem-se como problema de pesquisa: Quais estratégias são usadas por micro e pequenas empresas para conseguirem sobreviver e manterem suas atividades em uma cidade pequena, próxima a grandes centros comerciais?

### Objetivos

O objetivo desta pesquisa foi analisar a formação de estratégias em micros e pequenas empresas de um município da região metropolitana de Belo Horizonte.

Especificamente, pretendeu-se: Identificar as estratégias usadas pelas empresas na condução de seus negócios; Mapear a forma de condução destas estratégias por estas organizações.

### Procedimentos Metodológicos

A coleta de dados foi realizada de maio a julho de 2025, por meio de um questionário elaborado com base no levantamento teórico sobre Planejamento estratégico, Desafios de mercado; Concorrência; Estratégias de Negócios; Gestão e Recursos; Relacionamento com clientes; Sustentabilidade e Expansão; e Políticas Públicas e apoio. O questionário foi composto por 37 afirmativas divididas nos construtos teóricos mencionados acima, mais as questões para caracterização dos participantes. A escala foi do tipo Likert, de 5 pontos (1-discordo totalmente à 5-concordo totalmente). Para análise dos dados foi usada a estatística descritiva, com cálculo da média e desvio-padrão (Hair Jr. et al., 2005).

Participaram da pesquisa 29 empresas diferentes, sendo 13 caracterizadas como micro empresa e 16 como pequena empresa, com tempo de atuação no município estudado de 3 meses à 25 anos. Referente aos respondentes, 18 são do gênero feminino, 10 do gênero masculino e 1 de outro gênero, residentes no município ou em cidades vizinhas.

### Apoio Financeiro



### Resultados

Com base na tabela a seguir, percebe-se que a maioria dos construtos tiveram médias acima de 4, o que significa que os participantes concordaram com as afirmativas. Os desvios-padrões se mostraram baixos, o que indica que as respostas não tiveram alta variação.

Construto	Média	Desvio-padrão
Planejamento estratégico	4,17	0,138
Desafios de Mercado em Cidades Pequenas	3,44	0,754
Concorrência e Comércio Online	3,95	0,806
Estratégias de Negócio	4,20	0,255
Gestão e Recursos	4,25	0,311
Relacionamento com Clientes	4,22	0,631
Sustentabilidade e Expansão	4,05	0,264
Políticas Públicas e Apoio	3,50	0,655

### Conclusões

Os participantes concordam com a existência do Planejamento estratégico nas empresas em que atuam com definição de objetivos e metas, bem como analisam as Estratégias de negócios para o setor em que atuam, com análise das competências internas para atuação no mercado.

Quanto a percepção do ambiente externo e da concorrência, os respondente concordam que a o mercado local é um fator limitador para o crescimento da empresa. Entretanto, eles não concordam que a fidelização de clientes é mais difícil em uma cidade pequena e que a concorrência com o comércio online impacta negativamente as vendas da empresa.

Outro resultado interessante é com relação aos programas de fidelidade para clientes, em que as respostas mostram os participantes neutros, ou seja, não concordam mas também não discordam que pode ser uma ferramenta importante no relacionamento com os clientes. Esse cenário também ocorreu quando questionados sobre os planos para expandir o negócio para mercados fora da cidade, em que se mostraram neutros.

Por fim, referente às Políticas Públicas e Apoio, os participantes discordam que a capacitação e os cursos oferecidos por entidades locais contribuem para a melhoria do negócio e também apontaram que não usam programas de apoio à micro e pequenas empresas são utilizados pela minha empresa.

### Bibliografia

- ANSELMO, E. Estratégia planejada versus estratégia emergente e desempenho empresarial: um estudo de casos múltiplos. In: Encontro Científico De Administração. **Anais...** Rio de Janeiro, ANPAD, 2007.
- CANCELLIER, E.L.P.L. A formulação de estratégias em pequenas empresas: um estudo na pequena indústria catarinense. In.: **Anais... Encontro anual da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Administração**, v. 25, 2001.
- HOU, H. Design and Research of Strategic Management Intelligent System for Small and Micro Enterprises Based on Multi-objective Optimization. **Journal of Artificial Intelligence Practice**. Vol. 5 Num. 4, 2022.