

PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO EM PEQUENAS EMPRESAS NO CENÁRIO PÓS-PANDEMIA

IDENTIFICAÇÃO

Autores: Anna Carolina Nascimento; Isabela Rodrigues; Jhonatan Lemos; Maria Catarina Campina; Tainá Scopin.

Orientadores: Antonio Claudio Gonçalves Da Silva; Gabriela Messias Da Silva

OBJETIVO

Analisar como o planejamento estratégico e a inovação auxiliaram micro e pequenas empresas a se adaptarem, manterem suas atividades e superarem os desafios impostos pela pandemia da COVID-19.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

- O início da pandemia de Covid-19, evento que transformou drasticamente o varejo e impulsionou a digitalização do comércio. Empresas ao redor do mundo precisaram se adaptar rapidamente, buscando tecnologias para manter suas operações e atender às mudanças no comportamento do consumidor. No Brasil, essa transição acelerou cinco anos em uma penetração do e-commerce no varejo, saindo de 7,5% em 2019 para 17,9% em 2021, e essa tendência se mantém após o período da pandemia. (E-Commerce Brasil, 2025).
- Esse foi o caso da MS Soluções Administrativas, uma consultoria empresarial localizada em Indaiatuba. “Eu gosto de dizer que começamos 2020 como uma empresa e hoje estamos totalmente renovados, totalmente diferentes do que a gente era lá no começo do ano”, diz Marta Souza, proprietária da empresa. No mercado desde 2018 e criada a partir da experiência de Marta no setor, a empresa tem como foco assessoria administrativa e financeira, e recentemente passou a oferecer também assessoria comercial. A carteira de clientes tem desde pequenos escritório e imobiliárias, até empresas do varejo, da área de educação e também profissionais liberais. (Agencia Sebrae 2020).
- Atualmente, o iFood possui mais de três mil e mais de 200 mil restaurantes cadastrados, espalhados por mais de mil cidades brasileiras. A empresa tem crescido 100% ao ano nos últimos 8 anos, uma marca realmente impressionante. Segundo Diego Barreto, vice-presidente de estratégia do iFood, o maior segredo para o sucesso e crescimento da companhia não é a tecnologia, o porte da empresa ou os recursos que ela tem — embora tudo isso seja muito importante para alcançar bons resultados e manter a qualidade dos serviços oferecidos. Na verdade, o que coloca o iFood no patamar em que ele se encontra é a capacidade de compreensão de comportamentos e cenários em tempo real, o ajuste constante dos produtos e a correta alocação de capital. A boa notícia é que todas essas estratégias são aplicáveis a qualquer empresa, independentemente do tamanho ou mercado de atuação. (ACSP, 2020).

METODOLOGIA

- O estudo coletou dados por meio de um questionário estruturado no Google Forms, distribuído via redes sociais; abordando o perfil, o impacto da pandemia e o planejamento estratégico de pequenas empresas;
- A pesquisa garantiu o anonimato dos participantes e utilizou métodos mistos (perguntas fechadas e abertas) para análise;
- Por fim, os resultados foram comparados ao referencial teórico para avaliar as práticas de gestão e planejamento estratégico adotados pelas empresas no cenário pós-pandemia.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

- A pandemia obrigou microempresas a reinventarem seus modelos de negócio, adotando novas estratégias, ampliando serviços e desenvolvendo soluções para atender consumidores.
- Ferramentas digitais, sistemas de gestão, aplicativos, mídias sociais e reuniões virtuais tornaram-se essenciais para manter operações, organizações e competitividade.
- Empresas fortaleceram controle financeiro, negociações, relacionamento com fornecedores e valorização dos colaboradores, tornando-se mais preparadas para enfrentar futuras crises.
- “Na pandemia as pessoas não saíam para os shows. Tive que recorrer a tecnologia divulgando as músicas na Internet.” (Entrevistado 1)
- “Reuniões online, usamos até hoje.” (Entrevistado 3)
- “O cenário mudou quando as pessoas entenderam que não precisam mais sair de casa para consumir. Minha nova estratégia foi ir até o cliente, apresentar facilidade e comodidade para prestar o serviço da minha empresa, sem que o cliente precisar se locomover.” (Entrevistado 2)

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pandemia exigiu adaptação, inovação e reorganização financeira das pequenas empresas. O planejamento estratégico e as tecnologias digitais foram fundamentais para enfrentar a crise. Os resultados indicam que empresas capazes de planejar, inovar e se adaptar apresentam maior competitividade e capacidade de sobrevivência.

PRINCIPAIS REFERÊNCIAS

ACSP. iFood: como a companhia revolucionou o delivery na pandemia. Disponível em: <https://acsp.com.br/publicacao/s/food-como-a-companhia-revolucionou-o-delivery-na-pandemia>. Acesso em: 15 maio 2026.

AGENCIA SEBRAE. Empresa de consultoria cresceu durante a pandemia com foco na presença digital. São Paulo, 2021. Disponível em: <https://sp.agenciasebrae.com.br/cultura-empresadoredora/empresa-de-consultoria-cresceu-durante-a-pandemia-com-foco-na-presenca-digital/>. Acesso em: 15 maio 2026.

ECOMMERCE BRASIL. Mercado Livre, Shopee e Amazon fecham 2024 como principais e-commerces do Brasil. Disponível em: <http://ecommercebrasil.com.br/noticias/mercado-livre-shopee-e-amazon-fecham-2024-como-principais-e-commerces-do-brasil>. Acesso em: 31 mar. 2026