ESTRATÉGIAS DE CRESCIMENTO EMPRESARIAL

Autor(res)

Michel Dos Santos Silva
Adriano Cesar Augusto Ramires Dos Santos
Edson José Coelho

Categoria do Trabalho

TCC

Instituição

CENTRO UNIVERSITÁRIO ANHANGUERA DE CAMPO GRANDE

Introdução

A pesquisa aborda as estratégias mais eficazes para promover o crescimento sustentável das empresas em um ambiente empresarial cada vez mais dinâmico e competitivo. As organizações enfrentam inúmeros desafios para manter sua competitividade, o que torna fundamental a adoção de estratégias que possibilitem o desenvolvimento e a expansão, ampliando a participação no mercado, diversificando produtos e serviços, e identificando novas oportunidades. O estudo é uma revisão bibliográfica, qualitativa e descritiva, que contou com a análise de artigos selecionados nas bases digitais Scielo e Google Acadêmico, utilizando descritores como “Estratégias”, “Crescimento empresarial” e “Empreendedorismo”. A pesquisa destaca que o sucesso a longo prazo depende da implementação de estratégias adequadas às metas empresariais e ao contexto de mercado. Diversas abordagens estratégicas são apresentadas, incluindo a importância de uma atitude empreendedora, a implantação de ferramentas de contabilidade gerencial, o investimento na qualidade do atendimento ao cliente, além do estímulo à inovação e à melhoria dos processos internos. A relevância deste estudo está em fornecer subsídios teóricos para que as empresas possam compreender os fatores que influenciam o crescimento sustentável, contribuindo assim para a competitividade, o desenvolvimento econômico e o avanço do conhecimento acadêmico na área de gestão empresarial.

Objetivo

O objetivo geral é compreender a importância das estratégias de crescimento alinhadas às metas empresariais e ao contexto de mercado. Especificamente, busca-se entender a implementação de abordagens estratégicas para ampliar empresas, promovendo expansão de mercado, inovação, melhoria dos processos operacionais e gestão financeira e de riscos.

Material e Métodos

A pesquisa adotou uma abordagem qualitativa, descritiva e bibliográfica. Conforme Gil (2002), a pesquisa bibliográfica baseia-se em material já elaborado, constituído principalmente por livros e artigos científicos. Segundo Lakatos e Marconi (2003, p.183), essa modalidade abrange toda a bibliografia já tornada pública sobre o tema, abrangendo publicações diversas, como livros, artigos, teses, entre outros. A pesquisa qualitativa, conforme

Minayo (2001, p. 21-22), trabalha com significados, motivos, valores e atitudes, acessando aspectos profundos dos fenômenos estudados. Já a pesquisa descritiva, segundo Gil (2008, p. 28), tem como objetivo descrever características de determinado fenômeno e estabelecer relações entre variáveis. Foram selecionados artigos científicos nas bases digitais Scielo e Google Acadêmico, utilizando os descritores “Estratégias”, “Crescimento empresarial” e “Empreendedorismo”. Os trabalhos escolhidos foram publicados entre 2015 e 2024, escritos em português e inglês, e disponibilizados na íntegra. A análise considerou referências que abordam estratégias de crescimento empresarial, expansão de mercado, inovação, melhoria de processos e gestão financeira.

Resultados e Discussão

A análise dos materiais consultados revelou que as estratégias de crescimento empresarial são fundamentais para as organizações que buscam se desenvolver de forma sustentável em ambientes dinâmicos e competitivos. Conforme Albuquerque Filho et al. (2020), a internacionalização e a inovação têm influência direta na competitividade empresarial, mostrando que empresas que investem nessas áreas tendem a alcançar melhores resultados.

A pesquisa indicou que a implementação de estratégias eficazes depende do entendimento do contexto de mercado e da definição clara das metas empresariais. Porter (1980) destaca a importância da análise das forças competitivas do ambiente como base para a escolha das estratégias mais adequadas, permitindo que as empresas identifiquem oportunidades e ameaças, bem como explorem suas forças internas para obter vantagem competitiva.

Entre as abordagens estratégicas destacadas pela literatura, a adoção de uma postura empreendedora, o uso de ferramentas de contabilidade gerencial e o investimento na qualidade do atendimento ao cliente surgem como elementos centrais para o crescimento sustentável. Essas práticas contribuem para a fidelização dos clientes e aumentam a capacidade das empresas de responder rapidamente às mudanças no mercado.

Além disso, a pesquisa ressaltou que o conhecimento sobre o cliente é crucial para realizar ações de marketing eficazes, promovendo o engajamento e o sucesso da empresa no longo prazo. O investimento no atendimento qualificado não só satisfaz as necessidades dos consumidores, mas também se torna um diferencial competitivo que auxilia no crescimento e na consolidação da marca.

Os resultados também apontam para a relevância da inovação na expansão das atividades empresariais. A inovação, tanto em produtos quanto em processos, potencializa a capacidade de adaptação e diferenciação das empresas frente à concorrência, alinhando-se com a busca contínua por produtividade e eficiência operacional.

Por fim, a integração entre as estratégias de crescimento com a gestão financeira e de riscos é essencial para garantir a sustentabilidade dos negócios. O alinhamento dessas áreas permite às empresas manejarem recursos de forma eficiente, minimizar impactos adversos e aproveitar oportunidades de crescimento de maneira consistente.

Em suma, as estratégias de crescimento empresarial eficazes são aquelas que combinam análise de mercado, inovação, gestão integrada e foco no cliente. Estas práticas possibilitam às organizações não apenas sobreviver, mas prosperar em contextos altamente competitivos, promovendo desenvolvimento econômico e social, além de avanços acadêmicos sobre o tema.

Conclusão

A pesquisa evidenciou que estratégias eficazes para o crescimento empresarial envolvem a integração entre inovação, internacionalização, análise competitiva e foco no cliente. A adoção de posturas empreendedoras, aliada à gestão financeira e ao atendimento de qualidade, é fundamental para promover sustentabilidade e

competitividade em mercados dinâmicos. Assim, organizações que alinham seus recursos internos com o ambiente externo aumentam suas chances de crescimento sustentável e sucesso a longo prazo.

Referências

ALBUQUERQUE FILHO, Antonio Rodrigues et al. Influência da internacionalização e da inovação na competitividade empresarial. Revista Eletrônica de Negócios Internacionais (Internext), v. 15, n. 1, p. 1-18, 2020.

BARBOSA, José Geraldo Pereira et al. A influência da inovação tecnológica e organizacional no crescimento de empresas brasileiras. Brazilian Journal of Management and Innovation (Revista Brasileira de Gestão e Inovação), v. 10, n. 1, p. 123-143, 2022.

BARNEY, J. Recursos Firmes e Vantagem Competitiva Sustentada. Revista deGestão, v. 17, n. 1, p. 99-120, 1991.

BLONKOSKI, Paula Renata; ANTONELLI, Ricardo Adriano; BORTOLUZZI, Sandro Cesar. Contabilidade gerencial: análise bibliométrica e sistêmica da literatura científica internacional. Revista Pretexto, p. 80-99, 2017.

CHRISTENSEN, C. M.; RAYNOR, M. E.; McDONALD, R. O dilema do inovador:
quando as novas tecnologias levam grandes empresas à falência. São Paulo: MBooks, 2015.

DYER, J. H.; GREGERSEN, H. B.; CHRISTENSEN, C. M. O DNA do inovador:
dominando as cinco habilidades dos inovadores disruptivos. São Paulo: Alta Books, 2011.

FREITAS, Pablo Fernando Pessoa de; ODELIUS, Catarina Cecília. Competências gerenciais: uma análise de classificações em estudos empíricos. Cadernos Ebape. Br, v. 16, p. 35-49, 2018.

FREZATTI, Fábio et al. A pesquisa em contabilidade gerencial no Brasil: desenvolvimento, dificuldades e oportunidades. Revista Universo Contábil, v. 11, n. 1, p. 47-68, 2015.

GUERREIRO, Reinaldo; PEREIRA, Carlos Alberto; REZENDE, Amaury José. Em busca do entendimento da formação dos hábitos e das rotinas da contabilidade gerencial: um estudo de caso. RAM. Revista de Administração Mackenzie, v. 7, p. 78-101, 2020.

GULATI, R. Alianças e Redes. Revista de Gestão Estratégica, v. 19, n. 4, p. 293- 317, 1998.

GRANT, R. M. Análise de Estratégia Contemporânea. 9ª ed. São Paulo: John Wiley & Sons, 2016.