

DOMAINS OF DIGITAL TRANSFORMATION: STUDY APPLIED IN SMALL BUSINESSES IN BELO HORIZONTE (MG)

DOMÍNIOS DA TRANSFORMAÇÃO DIGITAL: ESTUDO APLICADO EM EMPRESAS DE PEQUENO PORTE DE BELO HORIZONTE (MG)

Frederico Cesar Mafra Pereira¹[0000-0002-1971-8069], Elisângela Cristina Aganette²[0000-0003-4357-8016], Rogério Aparecido Sá Ramalho²[0000-0002-8491-3514]

¹ Federal University of Minas Gerais, Brazil

² Federal University of São Carlos, Brazil

professorfredericomafra@gmail.com, elisangelaaganette@gmail.com,
ramalho@ufscar.br

Abstract. Digital Transformation (DT) is a fundamental process for companies in the contemporary scenario of rapid technological and organizational changes, seeking to improve performance by going beyond the simple adoption of digital tools, but also encompassing strategies to maintain competitiveness, develop an agile organizational culture, promote collaboration, invest in training and prioritize customer experience. This study aimed to identify and analyze the challenges and opportunities of implementing DT in Brazilian organizations. The descriptive and quantitative research involved 120 small companies from Belo Horizonte (MG) that are experiencing DT. Data collection was carried out via a structured questionnaire, composed of 86 assertions distributed in 10 DT domains, evaluated on a 7-point Likert scale. In this model, customers and value proposition are the central focus; data, innovation and agile processes are intermediate domains, and competencies, organizational culture, organizational agility, cooperation and leadership are supporting domains. The results revealed that the small companies interviewed have an intermediate level of strategies focused on DT, with an average of 4.06. There was a balance between the results of the 10 dimensions, with "Data" obtaining the highest average (4.64) and "Organizational Agility" the lowest (3.56). "Data" and "Value Proposition" presented the best averages, highlighting compliance with data protection legislation (average 5.42) and validation of the value proposition by the customer (average 4.83). "Organizational Agility" and "Organizational Culture" had the lowest averages, highlighting the difficulty in hiring startups quickly (average 3.08) and the absence of a strong digital business culture with tolerance to risks (average 3.25). The work contributes to expanding the field of DT studies, consolidating the application of the theoretical analytical model used. Managerially, it offers opportunities to develop DT actions and projects that aim to improve the competitiveness of EPPs in Minas Gerais. For future research, it is suggested that the model be validated with a greater number of analysis units, and that it be replicated in other company profiles and sizes for comparative studies, fostering the theme through new investigations that stimulate knowledge and promote practical applications for the development of organizations in general.

XI Congresso Internacional em Tecnologia e Organização da Informação (TOI2025)

30 de julho a 1 de agosto de 2025

Universidade do Minho · Campus de Azurém · Guimarães · Portugal

Keywords: Digital Transformation, Dimensions of Digital Transformation, Diagnosis of Digital Transformation, Small Businesses.

Resumo. A Transformação Digital (TD) é um processo fundamental para as empresas no cenário contemporâneo de rápidas mudanças tecnológicas e organizacionais, buscando aprimorar o desempenho indo além da simples adoção de ferramentas digitais, mas também abrangendo estratégias para manter a competitividade, desenvolver uma cultura organizacional ágil, promover a colaboração, investir em capacitação e priorizar a experiência do cliente. Este estudo objetivou identificar e analisar os desafios e oportunidades da implantação da TD em organizações brasileiras. A pesquisa, descritiva e quantitativa, envolveu 120 pequenas empresas de Belo Horizonte (MG) que estão vivenciando a TD. A coleta de dados foi realizada via questionário estruturado, composto por 86 assertivas distribuídas em 10 domínios da TD, avaliadas em uma escala Likert de 7 pontos. Nesse modelo, clientes e proposta de valor são o foco central; dados, inovação e processos ágeis são domínios intermediários, e competências, cultura organizacional, agilidade organizacional, cooperação e liderança são domínios de suporte. Os resultados revelaram que as pequenas empresas entrevistadas apresentam um nível intermediário de estratégias voltadas à TD, com média de 4,06. Houve equilíbrio entre os resultados das 10 dimensões, com "Dados" obtendo a maior média (4,64) e "Agilidade Organizacional" a menor (3,56). "Dados" e "Proposta de Valor" apresentaram as melhores médias, destacando-se a conformidade com a legislação de proteção de dados (média 5,42) e a validação da proposta de valor pelo cliente (média 4,83). "Agilidade Organizacional" e "Cultura Organizacional" tiveram as menores médias, com destaque para a dificuldade em contratar startups rapidamente (média 3,08) e a ausência de uma forte cultura de negócios digitais com tolerância a riscos (média 3,25). O trabalho contribui ao ampliar o campo de estudos da TD, consolidando a aplicação do modelo teórico analítico utilizado. Gerencialmente, oferece oportunidades para desenvolver ações e projetos de TD que visam melhorar a competitividade das EPP mineiras. Para futuras pesquisas, sugere-se a validação do modelo com um maior número de unidades de análise, e sua replicação em outros perfis e portes de empresas para estudos comparativos, fomentando a temática por novas investigações que estimulem o conhecimento e promovam aplicações práticas para o desenvolvimento das organizações em geral.

Palavras-chave: Transformação Digital, Dimensões da Transformação Digital, Diagnóstico da Transformação Digital, Empresas de Pequeno Porte.

References

1. KOTARBA, M. Digital transformation of business models. *Foundations of Management*, 10(1), 123-142. (2018).
2. EBERT, C.; DUARTE, C.H.C. Digital transformation. *Lee Software*, 35(4), 16-21. (2018).
3. DAVIES, R. et al. Global health care outlook shaping the future. *Deloitte*. (2019).
4. LI, L.; SU, F.; ZHANG, W.; MAO, JY. Digital transformation by SME entrepreneurs: A capability perspective. *Information Systems Journal*, 28(6), 1129-1157. (2018).
5. VIAL, G. Understanding digital transformation: A review and a research agenda. *Managing digital transformation*, 13-66. (2021).

6. ROGERS, D.L. Transformação digital: repensando o seu negócio para a era digital. Autêntica Business. (2017).
7. TAGLIANI, F. Quatro pilares fundamentais para a Transformação Digital na América Latina. Computer World. (2016).
8. OLIVEIRA, B.X. Domínios para implementação da transformação digital: proposição de um modelo teórico-aplicado à realidade brasileira. Programa de Pós-Graduação em Gestão & Organização do Conhecimento. Universidade Federal de Minas Gerais. Dissertação de Mestrado. (2023).
9. OLIVEIRA, B.X.; MAFRA PEREIRA, F.C. MACULAN, B.C., BARBOSA, R.R. TRANSFORMAÇÃO DIGITAL: Proposição de Modelo para Geração de Valor. In: Anais do XXIII ENANCIB – Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação. Sergipe: Brasil. (2023).
10. GIL, A.C. Como elaborar projetos de pesquisa. 5. ed. São Paulo: Atlas. (2010).
11. KANE, G.C.; PALMER, D.; PHILLIPS, A.N.; KIRON, D.; BUCKLEY, N. Strategy, not technology, drives digital transformation. MIT Sloan Management Review. (2015).
12. WAENGERTNER, P.; SANTIAGO, S.; NAVARRETE, V. Transformação Radical: 6 estratégias que irão revolucionar o seu negócio para ter a inovação como diferencial competitivo. São Paulo: Editora Gente. (2020).
13. VERHOEF, P.C.; BROEKHUIZEN, T.; BART, Y.; BHATTACHARYA, A.; DONG, J.; FABIAN, N.; HAENLEIN, M.. Digital transformation: A multidisciplinary reflection and research agenda. Journal of business research, 122, 889-901. (2021).
14. ROGERS, D.L. Transformação Digital 2: Um roadmap para superar os obstáculos e implementar a transformação digital de forma contínua na sua organização. São Paulo: Autêntica Business. (2024).