



ARTIGO ORIGINAL

A importância do planejamento de microempresas: O caso de uma loja de confecções na cidade de Ipaumirim-CE

The importance of microenterprise planning: The case of a clothing store in the city of Ipaumirim-CE

La importancia de la planificación microempresarial: El caso de una tienda de ropa en la ciudad de Ipaumirim-CE

Regiana Saraiva de Albuquerque¹ & Denilson Costa de Carvalho¹

¹Faculdade São Francisco da Paraíba, FASP, Cajazeiras, Paraíba, Brasil

Autor Correspondente

Nome: Regiana Saraiva de Albuquerque

E-mail: regianaalbuquerque59@gmail.com

Resumo: No âmbito da gestão dos negócios o planejamento se trata de um ponto essencial para a longevidade e também sucesso dos empreendimentos. Sendo assim esse estudo teve como objetivo principal compreender a importância do planejamento em uma microempresa do setor de vestuário em Ipaumirim-CE. Para tanto, foi realizado um estudo de caso, onde se caracterizou como sendo uma pesquisa descritiva com abordagem quantitativa, em uma empresa que esta atuando há quinze anos no mercado e a mesma conta atualmente com seis colaboradores. A pesquisa foi realizada por meio da aplicação de um questionário que conteve vinte e uma questões fechadas, onde uma parte se utilizou a escala *Likert*. O mesmo foi disponibilizado para os funcionários da empresa. Os resultados foram analisados através de tabulação, descrição e discussão sobre os dados apresentados, o qual foi exposto por meio de tabela e gráficos. Notou-se que a empresa possui um ponto a ser melhorado, mas que os demais pontos estão excelentes, vale destacar que a maioria dos pesquisados são do sexo feminino e possuem apenas o ensino médio completo, outro ponto bastante importante se trata dos colaboradores estarem sempre bem informados no que se trata do meio interno e também do meio externo, pois isso é ótimo para uma empresa de sucesso. Diante do que foi mostrado foi possível ver que a empresa possui um planejamento adequado, uma prova disso é que a mesma vem se destacando nesse ramo na cidade, sem contar que seus colaboradores estão preparados e por meio disso conseguindo atingir novos mercados, mostrando que é possível compreender a importância do planejamento nas microempresas do setor de vestuário.

Palavras-chave: Planejamento, Microempresas e Vestuário.

Abstract: Within the scope of business management, planning is an essential point for the longevity and success of the projects. Therefore, this study aimed to understand the importance of planning in a microenterprise in the clothing sector in Ipaumirim-CE. Therefore, a case study was carried out, which was characterized as a descriptive research with a quantitative approach, in a company that has been operating for fifteen years in the market and currently has six employees. The research was carried out through the application of a questionnaire that contained twenty-one closed questions, where part of the Likert scale was used. The same was made available to company employees. The results were analyzed through tabulation, description and discussion of the data presented, which was exposed through a table and graphs. It was noted that the company has a point to be improved, but that the other points are excellent, it is worth noting that most of the respondents are female and have only completed high school, another very important point is that employees are always well-informed about the internal environment and also the external environment, as this is great for a successful company. In light of what was shown, it was possible to see that the company has adequate planning, proof of this is that it has been standing out in this field in the city, not to mention that its employees are prepared and thereby managing to reach new markets, showing that it is possible to understand the importance of planning in microenterprises in the clothing sector.

Key words: Planning, Microenterprises and Clothing.



Resumem: Dentro del ámbito de la gestión empresarial, la planificación es un punto fundamental para la longevidad y el éxito de los proyectos. Por lo tanto, este estudio tuvo como objetivo comprender la importancia de la planificación em una microempresa del sector de la confección en Ipaumirim-CE. Por lo tanto, se realizó un estudio de caso, que se caracterizó por ser una investigación descriptiva con enfoque cuantitativo, en una empresa que lleva quince años operando en el mercado y actualmente cuenta con seis empleados. La investigación se llevó a cabo mediante la aplicación de un cuestionario que contenía veintiuna preguntas cerradas, donde se utilizó parte de la escala Likert. El mismo se puso a disposición de los empleados de la empresa. Los resultados fueron analizados mediante tabulación, descripción y discusión de los datos presentados, los cuales fueron expuestos a través de una tabla y gráficos. Se notó que la empresa tiene un punto a mejorar, pero que los otros puntos son excelentes, vale la pena señalar que la mayoría de los encuestados son mujeres y solo han terminado la escuela secundaria, otro punto muy importante es que los empleados siempre están bien informado sobre el entorno interno y externo, ya que esto es excelente para una empresa exitosa. A la luz de lo mostrado, se pudo constatar que la empresa cuenta con una planificación adecuada, prueba de ello es que se viene destacando en este campo en la ciudad, sin mencionar que sus empleados están preparados y con ello logran llegar a nuevos mercados, mostrando que es posible comprender la importancia de la planificación en las microempresas del sector de la confección.

Palabras clave: Planificación, Microempresas y Ropa.

1 INTRODUÇÃO

Quando abordado sobre a sobrevivência de uma empresa no mercado está diretamente ligada com uma gestão eficiente, mas o sucesso dela pode ser facilitado com uma boa gestão estratégica. Tendo isso em vista, não importa qual é o setor de atuação e porte da mesma ou até mesmo o local na qual ela está inserida, uma empresa deverá estabelecer critérios para que consiga obter vantagens competitivas sobre os seus concorrentes (FONTOURA, 2019). Pois ao se estabelecer critérios o percurso a ser percorrido ao longo do tempo será bem mais fácil do que quando não se tem os mesmos estabelecidos.

Para que uma organização ela consiga se manter no mercado é necessário ter como peças fundamentais um bom planejamento e uma boa gestão, pois será através deles que no futuro poderá ser tomada as melhores decisões, tendo como base o bem-estar da organização.

De acordo com Lima *et al.* (2018), relatam que ao se pensar com antecedência no que se pretende alcançar, as metas a traçar, definir as etapas que serão necessárias para alcançar o resultado almejado, são etapas necessárias para a estruturação de uma empresa. Deste modo consegue-se com mais segurança organizar, controlar e decidir aonde se quer chegar. Pois ao aliar o pensar com o planejamento irá ser evitado diversas situações de erros futuramente.

Segundo Chiavenato (2001), o planejamento se trata do ato de planejar e também de definir objetivos juntamente com a escolha antecipada sobre o melhor curso de ação para alcançá-los. No planejamento vai ser definido onde se pretende chegar, o que deve ser feito, quando, como e em que sequência deverá acontecer.



Para Maximiano (2008), Sousa *et al.* (2019) e Sousa *et al.* (2020), reforçam que o ato de planejar a atividade que tem como função definir um futuro desejado e também é essencial para o processo de tomada de decisões, onde neste é caracterizado por possuir a existência de alternativas. Fazendo com que ao surgirem os problemas as empresas consigam se sobressair com mais facilidade dos mesmos.

De acordo com Alves *et al.* (2019), é possível detectar que muitos gestores não conhecem o processo de planejamento, pois algumas empresas ainda não adotaram práticas de previsão para as mesmas no sentido de prosperarem no mercado e ou de se manterem para que alcance seus objetivos organizacionais. Uma prova disso é a grande quantidade de empresas que fecharam as portas nos últimos tempos, pois existe a ausência de um sistema de planejamento e informações gerenciais.

Sobre isso Lima *et al.* (2018), falam que só sobreviveram aqueles que se prepararam melhor, quem criou uma estratégia para que se consiga manter no longo prazo. Pois ao falarmos de uma microempresa empresa o planejamento terá que ser colocado em primeiro lugar, pois como esses empreendimentos ainda estão se desenvolvendo e possuem também poucos recursos para que possa ter investimento e com poucos recursos seja ele para gerir ou até mesmo para investir, tudo deverá ser muito bem controlado e planejado para que haja o crescimento da organização. Pois quando se tem um planejamento adequado, a empresa irá saber lidar melhor com os imprevistos que surgirem, principalmente por serem novas no mercado.

Segundo dados do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas Nacional (SEBRAE, 2019), o segmento do varejo vem se destacando bastante nos últimos anos no Brasil, principalmente quando falamos sobre as lojas de vestuário, onde as mesmas contam com uma infinidade de lojas seja ela física ou online em todo o país. Esse setor de varejo de moda se trata de um dos setores que são mais frágeis e que oscila muito na economia. Mas que a cada dia vem conquistando mais espaço no mercado de trabalho, fazendo com que muitas pessoas ingressem nesse ramo.

Alguns dos pontos que causam grande influência no comportamento desse setor, são, por exemplo, as novas gerações Y e Z, pois esse público conta com cerca de 68,8 milhões de brasileiros, onde a maioria são bem ativos financeiramente e usufruem da moda constantemente.

De acordo com dados do SEBRAE e Fundação Getúlio Vargas (2020), as microempresas têm aumentado ano após ano a sua importância na economia do nosso país. Pois em 2001, representavam uma percentagem de cerca de 23,2% do Produto Interno Bruto (PIB) brasileiro, já no ano de 2011 esse



percentual passou a se tratar de 27% e, já em 2020, este percentual teve um salto significativo passando para 30%. Essa elevada alteração mostra a quantidade de pessoas que ingressaram nesse ramo nos últimos anos e a importância das mesmas na economia do país.

Diante disso, o estudo realizado tem como objetivo geral compreender a importância do planejamento em uma microempresa do setor de vestuário em Ipaumirim-CE.

Este estudo veio para explicar que diante do papel que as MPEs representam, tendo em vista que à medida que se espalham no mercado, vem movimentando uma parte considerável de riquezas e com isso afeta a sociedade e o desenvolvimento do país. Assim é importante fazer uma avaliação técnica que contribua para minimizar a taxa de mortalidade, consolidar-se no mercado e alcançar os objetivos gerais do presente trabalho.

2 MATERIAL E MÉTODOS

No que se trata dos aspectos metodológicos o presente trabalho se enquadra como sendo um estudo de caso e se caracteriza como uma pesquisa descritiva com abordagem quantitativa. O mesmo trata de uma análise em que os resultados alcançados são quantificados, pois de acordo com Proetti (2018) e Sousa e Santos (2016) se trata de uma pesquisa que segue a rigor o estudo e também a um plano que foi previamente feito, onde nele vai conter as hipóteses e algumas variáveis que foram definidas pelo pesquisador. Logo a pesquisa quantitativa busca medir eventos de forma precisa e objetiva, além de enumerá-las.

Como objeto de estudo, selecionou-se uma empresa varejista de vestuário da cidade de Ipaumirim, localizada no interior do Ceará. Esta atua no mercado local a cerca de 15 anos e possui atualmente 6 colaboradores. Teve - se estes como o critério de inclusão da pesquisa.

A coleta de dados informa como pretende obter os dados de que precisa para responder ao problema. Por esse motivo, ele relaciona os objetivos a serem alcançados e justifica a adequação de um e de outro, pois essa é a etapa da pesquisa em que se inicia a aplicação dos instrumentos elaborados e das técnicas selecionadas, a fim de se efetuar a coleta dos dados previstos (VERGARA, 2009). Quanto à abordagem quantitativa da pesquisa, por se tratar de uma pequena quantidade de pessoas ao qual foi aplicado o questionário, não foi necessário fazer nenhum cálculo de amostra, foi adotada assim uma amostragem não probabilística intencional, e aplicando a ferramenta de pesquisa com todos os participantes.



Para coletar os dados foi elaborado um questionário de pesquisa, o qual contou com vinte e uma questões objetivas fechadas e uma parte delas com uma escala de *Likert* contendo as alternativas: 1 = muito pouco; 2 = pouco; 3 = regular; 4 = bom e 5 = ótimo.

Com esta escala o pesquisado pode optar por uma das opções para responder as perguntas feitas conforme seu entendimento. O formulário foi disponibilizado com o prazo de quatro dias para que se consiga responder, podendo assim ser analisado e respondido com tranquilidade pelo pesquisado.

Para viabilizar a coleta de dados foram utilizadas estas ferramentas de contato digital com os funcionários: ferramenta do *Google Drive* para armazenar os dados coletados; o *Google Forms* para aplicação do questionário; e disponibilizada por meio do aplicativo de mensagem o *WhatsApp* aos pesquisados.

O tratamento de dados se deu por meio do *Microsoft Excel*, versão 2010, onde os dados que foram obtidos passaram por um processo de tabulação, foi também elaborado gráficos, juntamente com uma análise onde através dela foi feita uma descrição e também discussão sobre os dados apresentados.

Sabe-se que o posicionamento ético da pesquisa científica é fundamental para não constranger os abordados das pesquisas sociais. Levou-se em consideração que respondessem apenas os funcionários que se sentissem à vontade para participar da pesquisa. No que se trata do posicionamento ético na implementação deste estudo, foram levadas em consideração o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE).

3 RESULTADOS

Esta seção busca apresentar os resultados obtidos por meio da pesquisa realizada. Em seu primeiro passo os dados mostrados a seguir são para conhecer um pouco sobre cada perfil dos participantes da pesquisa e ter uma breve noção sobre seu conhecimento relacionado ao tema.

Conforme pode ser observado no quadro 1 se pode perceber as características do perfil dos colaboradores da empresa pesquisada.



Quadro 1. Perfil dos participantes

Faixa etária	Quantidade	Porcentagem
Entre 22 a 42 anos	6	100,0
Total	6	100,0
Grau de instrução	Quantidade	Porcentagem
Médio Completo	5	83,3
Pós-Graduação	1	16,7
Total	6	100,0
Sexo	Quantidade	Porcentagem
Feminino	5	83,3
Masculino	1	16,7
Total	6	100,0
Tempo de trabalho	Quantidade	Porcentagem
2 anos e 5 meses	1	16,7
3 anos	1	16,7
4 anos	1	16,7
4 anos e 6 meses	1	16,7
6 anos e 8 meses	1	16,6
15 anos	1	16,6
Total	6	100,0

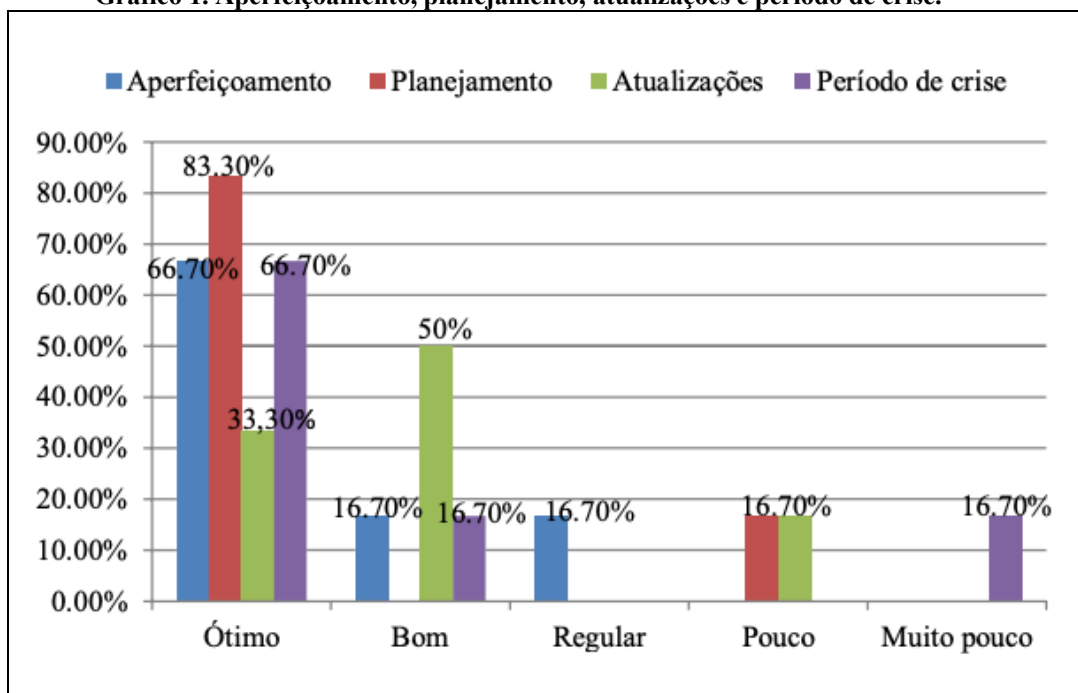
Fonte: Dados da pesquisa, 2021.

Sabendo disso, mostra-se que a faixa etária dos participantes está entre 22 e 42 anos, o grau de instrução ficou dividido entre médio completo, onde o mesmo teve uma porcentagem maior que é de 83,3%. Pode-se observar também que a maioria dos participantes é do sexo feminino onde teve a taxa de 83,3%, foi mostrado também o tempo de trabalho de cada participante na empresa estudada.

Foi realizada uma pergunta, sobre qual seria a principal causa da falência das empresas, onde a mesma contou com as seguintes alternativas: Má administração financeira, falta de conhecimento na área, ausência de um planejamento de longo prazo ou se seria todas as alternativas e obteve como resultado 50% dos participantes que acreditam que seja pela má administração financeira e 50% julga que seja não só pela má administração financeira, mas também por falta de conhecimento na área, e ausência de um planejamento de longo prazo.

Durante a coleta de dados os participantes da pesquisa foram questionados sobre os seguintes aspectos: Aperfeiçoamento, Planejamento, Atualizações e também sobre período de crise, que estão presentes no gráfico 1.

Gráfico 1. Aperfeiçoamento, planejamento, atualizações e período de crise.

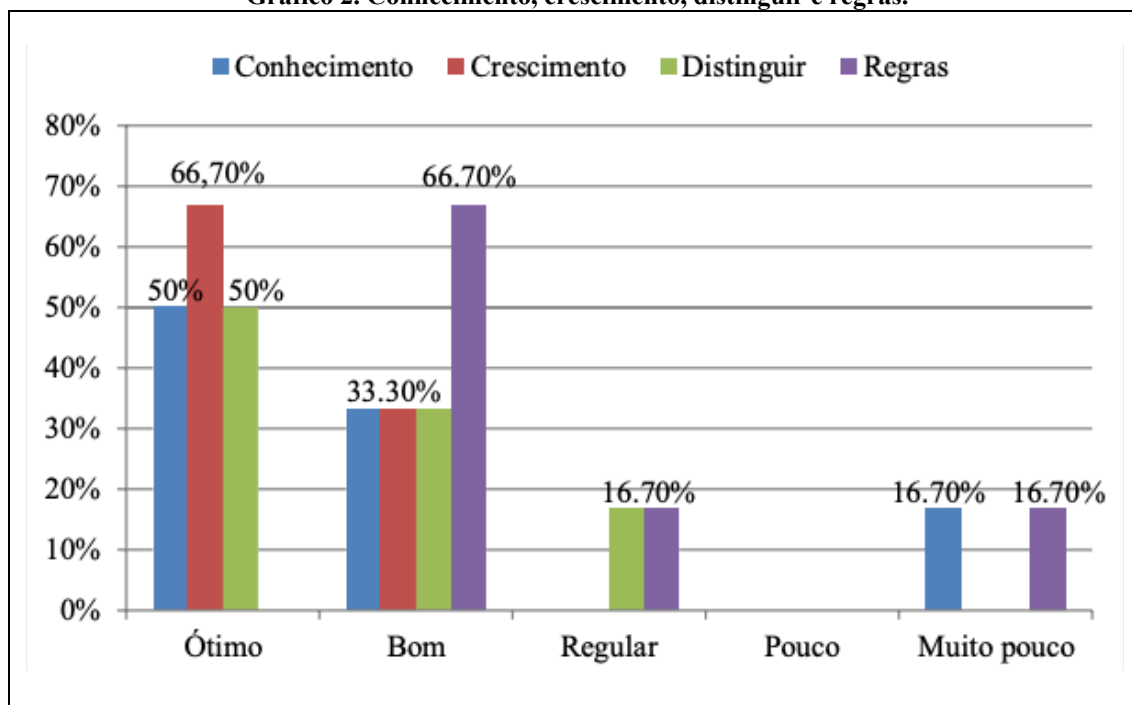


Fonte: Dados de pesquisa, 2021.

No gráfico 1 é apresentado o resultado em forma de percentagem das perguntas feitas aos participantes, onde 66,7% julga importante o curso de aperfeiçoamento para os empresários no quesito gestão e planejamento. No que se trata do quesito planejamento 83,3% dos participantes acredita que é ótimo a empresa possuir um planejamento de longo prazo, em relação às atualizações 50% pensa que é bom se manter atualizado e já no que se trata do período de crise 66,7% julga ser ótimo em se sobressair de um período de crise. Logo se pode perceber que os participantes julgam importante não só o aperfeiçoamento, mas também o planejamento, atualizações e que também saberão sair de um período de crise caso necessário.

Os participantes da pesquisa foram questionados sobre os pontos a seguir: Conhecimento, Crescimento, Distinguir e também sobre regras, que estão presentes no gráfico 2.

Gráfico 2. Conhecimento, crescimento, distinguir e regras.

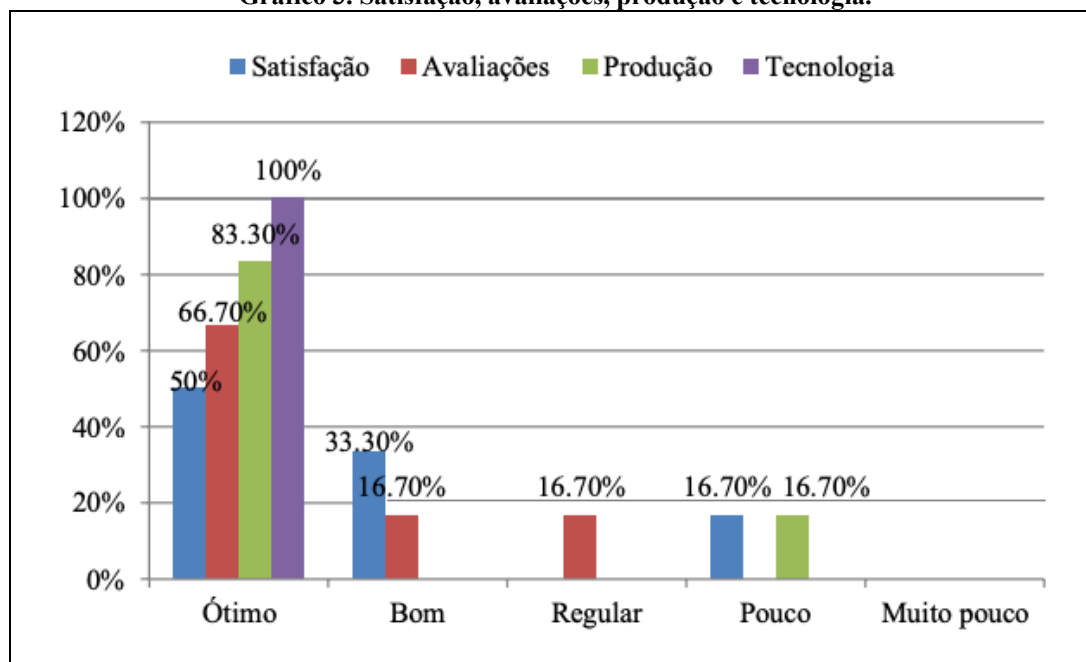


Fonte: Dados de pesquisa, 2021.

O gráfico 2 destaca os seguintes pontos: Conhecimento, onde 50% dos participantes responderam ótimo, ou seja, que tem conhecimento a respeito do planejamento de longo prazo, já em relação ao crescimento o qual 66,7% dos participantes relataram que é ótimo ter um planejamento adequado para o crescimento da empresa, no quesito distinguir 50% dos pesquisados sabe distinguir suas contas pessoais das contas da empresa, em relação às regras, 66,7% falaram que bom, ou seja, possui regras que não pode ser alterada. Diante dos dados obtidos foi observado que os pesquisados acreditam que o conhecimento, crescimento, distinção e regras, são necessários não só para se manter no mercado, mas também para o crescimento da empresa.

Os participantes da pesquisa foram questionados sobre os seguintes aspectos: Satisfação, Avaliações, Produção e também sobre Tecnologia, que estão presentes no gráfico 3.

Gráfico 3. Satisfação, avaliações, produção e tecnologia.

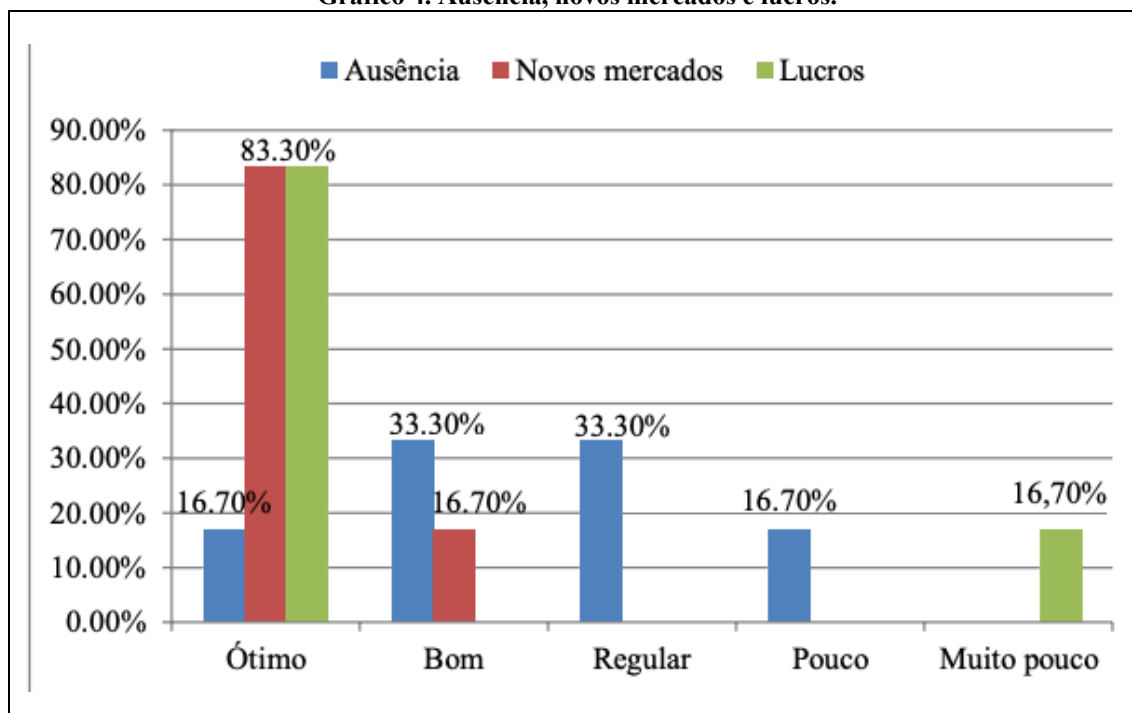


Fonte: Dados de pesquisa, 2021.

No gráfico 3 se pôde observar que 50% dos participantes responderam que ótimo, ou seja, acreditam que tanto o método utilizado quanto o rendimento da empresa é satisfatório, já sobre as avaliações 66,7% falou que tem uma avaliação periódica sobre a atuação de cada funcionário juntamente com a avaliação do seu futuro potencial, no que se trata da produção 83,3% dos entrevistados relatou é ótimo e que existe produção e quantidade suficiente de novos produtos e sobre o ponto tecnologia 100% julgou como importante na melhoria e no crescimento que tiveram. Conforme mostrado no gráfico consegue-se perceber que a maioria dos participantes da pesquisa respondeu que tanto o método utilizado, como as avaliações, produções e tecnologia são suficientes para que consiga se manter no mercado de trabalho.

Os participantes da pesquisa foram questionados sobre os pontos a seguir: ausência, novos mercados, e também sobre lucros, que estão presentes no gráfico 4.

Gráfico 4. Ausência, novos mercados e lucros.



Fonte: Dados de pesquisa, 2021.

Conforme destacado no gráfico 4, o ponto de ausência teve 33,3% dos participantes falaram que era bom e já 33,3% relatou que regular, no que se trata de novos mercados 83,3% falou que ótimo, que é possível atingir novos mercados com seus produtos e sobre os lucros 83,3% falou que ótimo, ou seja, sabe quanto precisa lucrar para sustentar o fluxo de caixa. Quando se trata do gráfico acima observasse que teve um empate no que se trata do quesito ausência, mas que teve uma grande percentagem nos pontos de novos mercados e lucros, mostrando que os pesquisados realmente sabem do assunto proposto.

Portanto diante dos resultados obtidos por meio do questionário percebeu-se que a empresa estudada está preparada para atender melhor os clientes atuais, bem como tem o poder de conquistar novos clientes, também tem a capacidade para se manter no atual mercado, pode-se observar também o diferencial competitivo mediante suas concorrentes, mostrando o porquê de ainda está atuando diante da pandemia da COVID-19 que estamos passando.

4 DISCUSSÃO

A partir dos resultados obtidos, mostra-se que os participantes da pesquisa sabem exatamente



como lidar com o mercado e que estão devidamente preparados no quesito conhecimento, pois ambos compartilham seus conhecimentos e quando se tem o conhecimento necessário e é compartilhado à empresa poderá se manter atualizada e permitindo assim se aperfeiçoar a cada vez mais seus serviços e também pode trazer produtos melhores para os clientes.

Binotto *et al.* (2013) falaram que o compartilhamento de conhecimento ocorre do nível individual para o coletivo, organizacional e também entre as organizações. Logo quando se compartilha o conhecimento a chance de crescimento é bem maior do que quando não acontece o compartilhamento.

Sabendo disso, Chaves *et al.* (2013) relataram que o princípio da entidade sustenta a necessidade de separar os fluxos financeiros e/ou patrimoniais entre empresas e empreendedores.

Diante do que foi observado nos resultados, no que se trata da produção onde a mesma obteve 83,3%, mostrando que a empresa possui a quantidade suficiente de novos produtos, as avaliações 66,7% e satisfação 50%, obteve-se uma alta porcentagem positiva, ou seja, esses pontos tratados na empresa são suficientes para fazer com que a empresa consiga se manter por mais tempo no mercado. Vale salientar a importância da satisfação, pois quando se consegue alcançar o nível de satisfação esperado não só os colaboradores, mas também os clientes ficam mais motivados, felizes, pois isso vai fazer com que eles (as) queiram ir novamente naquele local, o funcionário vai se sentir mais motivado e reconhecido, devido ter os equipamentos, juntamente com o reconhecimento necessário e com isso fazendo com que se consiga fazer um atendimento melhor.

Diante disso, Campos (2020), disse que é um meio que não é apenas responsável pela intensidade, mas também pelo direcionamento, é a persistência de uma pessoa em atingir determinado objetivo, ou seja, está relacionado às condições de trabalho, e é relacionado à obtenção de recompensas e as empresas cooperam para alcançar os resultados desejados.

Com base nos achados da pesquisa, no que se trata dos pontos sobre mercado e lucros, os colaboradores da empresa de confecções, relataram que é possível sim, atingir novos mercados com os seus produtos, onde obteve uma porcentagem de 83,3% de votação. Já sobre os lucros os funcionários falaram que possuem o conhecimento de quanto precisa lucrar para que consigam sustentar o seu fluxo de caixa, onde conseguiu 83,3% dos votos.

Sobre isso Silva (2018), contemplou que o fluxo de caixa consiste em uma ferramenta que permite monitorar todas as entradas e saídas de uma empresa durante um determinado período. Pode ser utilizado para gerenciar o negócio com mais facilidade, pois o fluxo de caixa pode saber com



precisão o valor da obrigação a ser pago, o valor a ser recebido e até mesmo o saldo dentro do prazo especificado.

A presente pesquisa mostrou que a empresa estudada de fato possui um planejamento e que o mesmo é adequado para o seu ramo, sem contar o planejamento da mesma está em constante mudança e com isso fazendo com que evite a falência da mesma, pois o planejamento ele se trata de uma meta que a empresa busca alcançar no final. Onde segundo Mattos (2019), o planejamento é muito importante para a empresa, pois ele possui o intuito operacional da mesma, ele se trata daquilo que se deve fazer para alcançar o objetivo almejado da organização.

5 CONCLUSÃO

O presente estudo teve como objetivo geral, fazer com que os gestores tenham a compreensão e também que saibam da importância de se ter um planejamento em sua empresa e em especial nas empresas do setor de vestuário, que foi o caso da organização estudada, pois vêm representando um grande papel no cenário econômico do país.

Logo para que se conseguisse obter êxito no trabalho, foi necessário ser feito um estudo de caso, onde o mesmo foi tido como uma pesquisa descritiva e contou também com uma abordagem quantitativa, pois foi preciso fazer uma coleta de dados, onde para coleta dos mesmos utilizou-se de um questionário de vinte e uma perguntas, como resultado final foi mostrado através de tabela, juntamente com alguns gráficos.

Foi possível observar uma divergência quando questionado aos participantes se a empresa tinha a ausência de plantas ou de equipamentos que os impedissem de realizar vendas mais lucrativas, onde alguns relataram que era bom, outros regular e alguns relatam que pouco, logo imaginasse que a empresa terá que se adequar/implementar ferramentas para que se possa realizaras vendas com excelência e com isso fazer com que a mesma venha a lucrar mais.

Sabendo disso a empresa estudada, melhorando o ponto mencionado acima, estará apta para atuar com excelência no mercado. Não podendo deixar de lado os pontos positivos, onde se destacou que os participantes da pesquisa estão sempre se atualizando com o meio externo, ou seja, buscando sempre trazer produtos, tecnologias novas e também com meio interno da empresa, pois utilizam métodos que as demais não usam, podendo com isso sempre inovar, sem contar que os mesmos estão sempre tendo avaliações de como anda o desempenho dos mesmos ou de uma possível mudança de



cargo onde faz com que eles se sintam motivados para continuar dando seu melhor.

Diante do que foi mostrado pode-se perceber que o perfil dos participantes, o primeiro aspecto interessante é a formação profissional, a qual grande parte possui apenas nível médio completo e apenas um participante está em uma pós-graduação, sem contar que a maioria é do sexo feminino, mostrando que a cada vez mais as mulheres estão conquistando seu espaço no mercado de trabalho. Além disso, os mesmos contam com mais de dois anos na organização.

Quanto ao planejamento nas microempresas, os resultados mostram que a empresa possui o planejamento e está em constante atualização, para que se adaptem as mudanças que venham a ocorrer. Assim, diante do que foi mostrado é possível compreender a importância do planejamento nas microempresas do setor de vestuários.

REFERÊNCIAS

ALVES, C. H. T.; BERNARDO, J. M. L.; OLIVEIRA, T. D. de. O planejamento estratégico no contexto das microempresas: uma investigação no setor de vestuário. **Revista Vianna Sapiens**, v. 10, n. 1, p. 21, 2019. DOI: 10.31994/rvs.v10i1.537. Disponível em: <https://www.viannasapiens.com.br/revista/article/view/537>. Acesso em: 06 set. 2021.

BINOTTO, E.; NAKAYAMA, M. K.; SIQUEIRA, E. S. A criação do conhecimento para a gestão de propriedades rurais no Brasil e na Austrália. **Revista de Economia e Sociologia Rural**, Brasília, v. 51, n. 4, p. 681-698, dez. 2013.

CAMPOS, Ana Catarina. **A relação entre sistemas de recompensas, remuneração, motivação e satisfação no trabalho**. 2020. Tese de Doutorado. Disponível em: <https://repositorio.ismai.pt/handle/10400.24/1883>. Acesso em 20 out. 2021.

CHIAVENATO, I. **Teoria Geral da Administração**. 6. ed. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

CHAVES, R. T. C.; DE LAMES, E. R.; LAMES, L. da C. J. Uma Análise da Percepção dos Gestores Donos de Pequenas Empresas da Cidade de Hortolândia – SP quanto à Aplicação do Princípio de Entidade. **Anais do Congresso Brasileiro de Custos – ABC**. Disponível em: <https://anaiscbc.abcustos.org.br/anais/article/view/73>. Acesso em: 30 nov. 2021.

FONTOURA, D. B. **Uma proposta de planejamento estratégico para uma microempresa: caso da belly store emporium mulher**. 2019. 61fls. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Administração) - Universidade Federal da Fronteira Sul. Chapecó: UFFS, 2019. Disponível em: <https://rd.uffs.edu.br/bitstream/prefix/3276/1/FONTOURA.pdf>. Acesso em: 10 out. 2021.

LIMA, V. R.; TOMÉ, A. S. A importância da adoção de um planejamento financeiro para a gestão e crescimento das pequenas empresas. **Rev. Elet. Gestão e Serviços**, v. 9, n. 1, jan./jun. 2018.



MAXIMIANO, A. C. A. **Introdução à administração**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

MATTOS, A. D. **Planejamento e controle de obras**. Oficina de Textos, 2019.

PROETTI, S. As pesquisas qualitativa e quantitativa como métodos de investigação científica: Um estudo comparativo e objetivo. **Revista Lumen**, v. 2, n. 4, 2018.

SEBRAE & Fundação Getúlio Vargas. **Atualização de estudo sobre participação de micro e pequenas empresas na economia nacional**. (Relatório de Pesquisa/2020), São Paulo, SP, Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. Disponível em: <https://www.agenciasebrae.com.br/sites/asn/uf/NA/pequenos-negocios-ja-representam-30-do-produto-interno-bruto-do-pais,7b965c911da51710VgnVCM1000004c00210aRCRD>. Acesso em: 10 out. 2021.

SEBRAE NACIONAL. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Cenários prospectivos: O varejo de moda em 2019**.

SILVA, Edson Cordeira da. **Como administrar o fluxo de caixa das empresas: guia de sobrevivência empresarial**. 10. ed. São Paulo: Atlas, 2018. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788597015539/cfi/6/10!/4/6/2/@0:0>. Acesso em: 29 nov. 2021.

SOUSA, M. N. A. et al. **Administração na contemporaneidade: relatos de pesquisa**. Triunfo-PB: Editora Omnis Scientia, 2020. Disponível em: <https://editoraomnisscientia.com.br/editora/livros/16638125.pdf>. Acesso em: 10 out. 2021.

SOUSA, M. N. A. *et al.* Análise FFOA das associações de apicultores do sertão da Paraíba. **Revista Brasileira de Gestão Ambiental**, v.13, p.1 - 11, 2019. Disponível em: https://www.researchgate.net/profile/Milena-Sousa/publication/333560124_Analise_FFOA_das_associacoes_de_apicultores_do_sertao_da_Paraiba/links/5cf3cddd4585153c3dad2df5/Analise-FFOA-das-associacoes-de-apicultores-do-sertao-da-Paraiba.pdf. Acesso em: 10 out. 2021.

SOUSA, M. N. A.; SANTOS, E. V. L. **Medicina e Pesquisa: um Elo Possível**. Editora Prisma, 2016.

VERGARA, S. C. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. São Paulo: Atlas, 2009.