



**A PERCEÇÃO DA IMPORTÂNCIA DADA PELO MICROEMPREENDEDOR
INDIVIDUAL EM INÍCIO DE ATIVIDADE DA CIDADE DE CABEDELO AO
PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO**

**THE PERCEPTION OF THE IMPORTANCE GIVEN TO STRATEGIC PLANNING
BY THE STARTING INDIVIDUAL MICRO-ENTREPRENEUR IN THE CITY OF
CABEDELO**

*Cássio Leandro Figueiredo Loureiro de Castro¹
Jadna Nara Herbst Vieira Parente²*

RESUMO

O artigo aborda a relevância do Planejamento Estratégico para o Microempreendedor Individual. Muitos MEIs, devido a suas tarefas operacionais, não utilizam o Planejamento Estratégico após a formalização da empresa. O estudo tem o objetivo de descrever a importância do PE para o MEI por meio de revisão bibliográfica, apontar o perfil dos MEIs em Cabedelo e identificar a percepção deles em relação ao PE. O referencial teórico aborda o empreendedorismo, a Lei do MEI e o PE como processo de definição de objetivos e alocação de recursos. A pandemia de COVID-19 impactou os MEIs em Cabedelo, com um aumento de cerca de 81% desde o início da crise. O artigo destaca a necessidade de planejamento estratégico para a sustentabilidade e crescimento dos negócios dos MEIs, especialmente em momentos desafiadores como a pandemia.

Palavras-Chave: Planejamento Estratégico. Microempreendedor Individual. Empresa jovem.

ABSTRACT

The article addresses the relevance of Strategic Planning for the Individual Microentrepreneur. Many MEIs, due to their operational tasks, do not use Strategic Planning after the company is formalized. The study aims to describe the importance of the PE for the MEI through a bibliographic review, point out the profile of the MEIs in Cabedelo and identify their perception in relation to the PE. The theoretical framework addresses entrepreneurship, the MEI Law and the PE as a process of defining objectives and allocating resources. The COVID-19 pandemic impacted MEIs in Cabedelo, with an increase of around

¹ Concluinte do curso de Bacharelado em Administração da Universidade Estácio de Sá.

² Mestre em Administração pela Universidade do Sul de Santa Catarina (UNISUL). Docente Tutora Universidade Estácio de Sá. Orientadora deste Artigo. E-mail: jadna.parente@live.estacio.br/
jadna.parente@estacio.br

81% since the beginning of the crisis. The article highlights the need for strategic planning for the sustainability and growth of MEIs' businesses, especially in challenging times such as the pandemic.

Keywords: Strategic Planning. Individual Microentrepreneur. Young company.

INTRODUÇÃO

Normalmente por serem empresas individuais, o Microempreendedor Individual (MEI) passa a desempenhar todos os papéis dentro da organização e questões operacionais tornam-se prioritárias em detrimento ao Planejamento Estratégico (PE). Dessa forma, mesmo que tenha idealizado algum PE no início da sua formalização como empresa, tendem a não o utilizar ao longo do tempo.

A figura do MEI, criada em 2008 pela Lei Complementar nº128, representa uma das mais importantes políticas públicas de inclusão social e previdenciária adotada em nosso país, pois esta inclusão se dá pela via do empreendedorismo. Esta política permite que quem trabalha por conta própria, e no mercado informal, possa se formalizar e ter o registro no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ), constituindo-se, portanto, como uma modalidade de microempresa (SEBRAE, 2021).

Em Cabedelo, existem em média 4.623 MEIs, destes, quase metade iniciaram suas atividades entre 2020 e 2022. Esse número corresponde a mais de 2.26% do total de MEIs do estado da Paraíba (Brasil, 2022). Este cenário mostra a abrangência e reforça a importância dos MEIs no contexto socioeconômico local.

A pesquisa tem como objetivo geral relatar a importância percebida pelo MEI da cidade de Cabedelo com menos de dois anos de vida a o PE. Já os objetivos específicos são: descrever a importância do PE voltado ao microempreendedor dado pela literatura científica, apontar o perfil do MEI da cidade de Cabedelo e identificar a percepção geral desses MEIs quanto à importância do PE.

Trata-se de uma pesquisa exploratória, com abordagem quantitativa e dados coletados do tipo primário. O PE é sumariamente importante para as Microempresas e apesar de já existirem diversas teorias, ferramentas e artigos que tratam o tema, poucos focam no MEI. A falta de planejamento é uma das principais causas de morte em empresas com menos de cinco anos no Brasil (SEBRAE, 2016). O principal questionamento da pesquisa é qual a importância percebida pelo MEI em início de atividade (entre 1 e 3 anos de vida) na cidade de Cabedelo em relação ao PE.

O EMPREENDEDORISMO

Apesar de bastante pesquisado e discutido, o conceito de empreendedorismo não apresenta uma definição clara e única, pois o tema é bastante subjetivo e depende muito do contexto do qual se encontra inserido (Behling *et al.*, 2015).

Um pioneiro da utilização do termo foi o economista Joseph Schumpeter, que associava o empreendedorismo à inovação. Segundo ele, o empreendedor cria novas combinações a partir dos fatores de produção existentes. O progresso econômico, na sua visão, provém de atribuir novos usos a recursos já existentes, processo que denomina de inovação. Conforme Schumpeter (1928), cada produto obedece a um ciclo, que, renovado de tempos em tempos, gera novos produtos substitutos.

Com uma abordagem técnica do empreendedor, Schumpeter (1949) demonstra que o sucesso em tirar proveito de situações favoráveis não é meramente uma questão de sorte e envolve a aptidão para a administração, a capacidade de tomar decisões rápidas e mais uma série de características, denominada por ele como uma “capacidade empresarial distinta”.

Os pesquisadores Morris, Lewis e Sexton (1994) definem o empreendedorismo como uma atividade que parte de um processo gerado por entradas, identificado por oportunidades, por pessoas e pelos recursos disponíveis, e que gera retorno por meio de novos negócios, produtos, serviços, rendas e empregos.

O MICROEMPREENDEDOR INDIVIDUAL

A Lei do Microempreendedor Individual, como é conhecida a Lei Complementar n.º 128/2008, instituiu uma diferenciação dos empresários que trabalham sozinhos ou com o auxílio de, no máximo, um empregado das demais microempresas enquadradas no Simples Nacional. Entre os principais benefícios que a Lei proporciona ao Microempreendedor Individual estão o acesso ao CNPJ, a isenção de tributos federais e a desburocratização do processo. O objetivo maior da lei é incentivar a formalização de pequenos negócios que, em virtude dos custos e da burocratização, trabalhavam de forma irregular. Até agosto de 2022, mais de catorze milhões e quatrocentos mil microempreendedores estavam com o registro ativo em todo o país (Brasil, 2022).

Para ter direito ao registro como MEI, o empresário individual deve enquadrar-se em algumas premissas: não ser sócio de outra empresa, não exceder a uma receita bruta anual de

81 mil reais e possuir no máximo um empregado que receba até um salário mínimo ou piso salarial da categoria.

Claramente, as mudanças introduzidas na LC nº 128 influenciam diretamente as decisões de formalização daqueles que são empreendedores de pequeno porte. Não obstante, é provável que as mudanças introduzidas por essa política também tenham alterado a escolha ocupacional dos indivíduos (entre ser um microempreendedor ou um trabalhador com carteira, por exemplo), uma vez que os custos e benefícios esperados entre as diferentes opções foram alterados com a nova política (Corseuil; Neri; Ulyseia, 2013).

PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

O Planejamento Estratégico (PE) tem nos últimos 50 anos, se destacado na área de gestão. Apesar de disseminar rapidamente, seu conceito e significado não o acompanharam, gerando informações dispersas sobre sua simbologia (Takahashi, 2016). Para esclarecer os conceitos, serão apresentadas brevemente algumas definições de estratégia.

Segundo Rizzo e Fulford (2012), existem muitos sentidos para a palavra estratégia, entre eles: uma alocação de recursos, um posicionamento único, um processo, uma integração e um plano de ações. Sob a perspectiva da estratégia como alocação de recursos, fica em evidência o trabalho de Barney (1986), que vê a estratégia como política de gestão para tomada de decisões chave, que devem ser tomadas para a melhoria focando o do ganho financeiro. Essas políticas e decisões não são facilmente reversíveis e a estratégia está na alocação dos recursos que são limitados.

Outros autores, como Porter (1996), possuem a visão da estratégia como posicionamento único, sendo um processo de criação de uma posição única e valiosa, desenvolvida a partir de uma combinação de atividades dentro da empresa que consiga se distinguir de forma singular para se destacar no mercado. Esta visão tem como objetivo trabalhar a complexidade interna da empresa a fim de torná-la tão distinta que impossibilite a replicação pela concorrência.

Já Mintzberg (1990), define estratégia como um processo. Segundo o autor, como a estratégia, e principalmente a tomada de decisão de longo prazo pelos líderes da empresa, é um processo muito complexo e imprevisível, dado a variação constante do mercado. A estratégia é tratada como um processo analítico no qual a firma pode exercitar a antecipação de mudanças no ambiente. Nesta perspectiva, a estratégia é vista não apenas como fruto de

decisões tomadas pela empresa, mas também como adaptações da firma no ambiente em que ela está inserida.

Em linha com a discussão acima, a presente dissertação utiliza a seguinte definição: Planejamento Estratégico é definido como um processo de determinar a missão, os objetivos principais, as estratégias e políticas que governam a aquisição e a distribuição de recursos (Pearce; Freeman; Robinson, 1987).

O PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO NO ÂMBITO DO MICROEMPREENDEDOR INDIVIDUAL

Embora sejam poucos os estudos na literatura, as pequenas empresas possuem uma grande importância no cenário econômico-social de qualquer nação e possuem características próprias que lhes possibilitam adotar estratégias para competir e ganhar espaço no mercado em que estão inseridas (Rizzo; Fulford, 2012).

Por serem individuais, os MEIs sentem mais a variação do mercado, e, portanto, um comportamento estratégico definido é questão de sobrevivência para os MEIs. Os estudos de Bergström, Tran e Lundell (2013) reforçam a relação entre Planejamento Estratégico e performance para microempreendedores. Os autores se utilizaram de microempreendedores da indústria manufatureira da Suécia para testar a relação entre Planejamento Estratégico e performance. O resultado da pesquisa mostrou que as duas variáveis são positivamente associadas, reforçando sua importância para os MEIs.

Quando o objetivo do MEI é crescer, devido as limitações tributárias e de faturamento, em alguns casos a migração para Micro Empresa (ME) é obrigatória, aumentando assim a carga tributária e a necessidade de documentação contábil. O PE neste momento torna-se essencial, pois agir de forma impulsiva e sem um planejamento adequado pode prejudicar o crescimento e expor a empresa a riscos potencialmente fatais (SEBRAE, 2021).

O MICROEMPREENDEDOR INDIVIDUAL DURANTE PANDEMIA

Tedros Adhanom, diretor geral da Organização Mundial de Saúde (OMS), declarou no dia 11 de março de 2020 que a organização elevou o estado da contaminação à pandemia de COVID-19.

O COVID-19 é uma doença infecciosa causada pelo vírus SARS-CoV-2. A maioria das pessoas infectadas com o vírus apresentará doença respiratória leve a moderada

e se recuperará sem precisar de tratamento especial. No entanto, alguns ficarão gravemente doentes e exigirão atenção médica. Os idosos e aqueles com condições médicas subjacentes, como doenças cardiovasculares, diabetes, doenças respiratórias crônicas ou câncer, são mais propensos a desenvolver doenças graves (OMS, 2022).

Várias foram medidas restritivas de circulação tomadas a fim de frear o avanço da proliferação da contaminação por COVID-19. A crise causou uma forte queda do comércio e flutuações significativas nas taxas de câmbio (Kaufman; Leigh, 2021). Segundo pesquisa realizada pelo IBGE (2020), cerca de um terço das empresas brasileiras declararam ter sofrido impacto negativo durante o primeiro semestre da pandemia. Na cidade de Cabedelo, segundo dados do Brasil (2020), o total de MEIs saltou de aproximadamente 2.400 para 4.465, em média de 81% de aumento desde o início da pandemia de COVID-19.

PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Trata-se de uma pesquisa exploratória, que visa perceber o quanto de importância o MEI da cidade de Cabedelo com idade entre 1 e 3 anos de vida dá para o PE.

Por se tratar de um projeto que busca traduzir opiniões e números em informações as quais serão classificadas e analisadas tentar generalizar as opiniões de uma população, esta pesquisa será quantitativa.

O universo desta pesquisa contempla todos os mais de 2.000 MEIs com atividade iniciada entre os anos de 2020 e 2022 na cidade de Cabedelo. Para um erro amostral de 10% e um nível de confiança de 90% a amostra da pesquisa é de 43 pesquisados aleatórios. Os dados coletados são do tipo primário, obtidos diretamente dos pesquisados.

O nível de análise da pesquisa é o de população organizacional, pois se tratam de várias empresas com características semelhantes (todas com as mesmas características fiscais, MEI) de um mesmo local (cidade de Cabedelo) e com atividades iniciadas em um mesmo período (2020 e 2022). A unidade de análise são os indivíduos (MEIs).

Para a coleta dos dados desta pesquisa foi utilizado um questionário semiestruturado elaborado pelo autor, contendo duas etapas: uma etapa com perguntas sociodemográfica e a outra etapa com perguntas sobre a temática do estudo. Os dados foram coletados através do Google Forms, entre os meses de setembro e novembro de 2022, cujo questionário foi

enviado aleatoriamente para 43 do total da população de 2.003 MEIs. Os dados serão tabulados por planilha excel e apresentados em tabelas.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

DADOS SOBRE O PERFIL DOS MEIs PESQUISADOS

Na tabela 1 são apresentados os dados sociodemográficos, que englobam gênero, faixa etária e nível de escolaridade dos MEIs entrevistados.

Tabela 1: Dados Sociodemográficos

Variáveis	Referência Absoluta	Referência Relativa
Gênero		
Masculino	21	49%
Feminino	18	42%
Não Declarado	4	9%
Faixa Etária		
Menos de 21 anos	4	9%
Entre 21 e 30 anos	21	49%
Entre 31 e 40 anos	17	40%
Entre 41 e 50 anos	1	2%
Acima de 50 anos	0	0%
Escolaridade		
Fundamental Incompleto	0	0%
Fundamental Completo	1	2%
Médio Incompleto	4	9%
Médio Completo	26	60%
Superior Incompleto	9	21%
Superior Completo	3	7%

Fonte: Dados da Pesquisa (2023).

Compreendendo os aspectos da tabela 1, há um equilíbrio no gênero dos MEIs entrevistados, com uma leve predominância de homens (49%). A faixa etária dos entrevistados varia, com uma predominância de MEIs entre 21 e 30 anos (49%). A maioria

dos entrevistados tem pelo menos o ensino médio completo (60%) e 28% cursando ou tendo concluído o ensino superior.

Na tabela 2 são apresentados os dados sobre a empresa do MEI, que englobam setor de atuação, faturamento e existência de funcionários dos MEIs entrevistados.

Tabela 2: Dados Empresa.

Variáveis	Referência Absoluta	Referência Relativa
Setor de Atuação		
Apenas Comércio	15	35%
Apenas Serviços	21	49%
Comércio e Serviços	7	16%
Faturamento Bruto Médio Mensal		
Abaixo de R\$ 1.000,00	0	0%
Entre R\$ 1.001,00 a R\$ 2.000,00	23	53%
Entre R\$ 2.001,00 a R\$ 3.000,00	17	40%
Entre R\$ 3.001,00 a R\$ 4.000,00	2	5%
Acima de R\$ 4.000,00	1	2%
Possui Funcionário		
Sim	2	5%
Não	41	95%

Fonte: Dados da Pesquisa (2023).

De acordo com a tabela 2, o setor de serviços é predominante entre os MEIs (49%), seguido pelo comércio (35%) e uma parcela menor atua em ambos (16%). A maioria dos MEIs possui um faturamento bruto mensal na faixa entre R\$ 1.001,00 a R\$ 3.000,00 (93%). A grande maioria dos MEIs não possui funcionários (95%).

Abaixo serão relatados os dados sobre a implementação do PE pelos MEIs entrevistados e o nível de importância dada a cada item e as relações entre si. Dos entrevistados que informaram não saber o que significa algum item, tiveram as notas relacionadas a este respectivo item desconsideradas. A tabela 3 mostra os dados quanto à missão, visão e valores.

Tabela 3: Dados Sobre Missão, Visão e Valores.

Variáveis	Referência Absoluta	Referência Relativa
A missão está definida?		
Sim	5	12%
Não	15	35%
Não sei o que isso significa	23	53%
A visão está definida?		
Sim	8	19%
Não	12	28%
Não sei o que isso significa	23	53%
Os valores estão definidos?		
Sim	2	5%
Não	18	42%
Não sei o que isso significa	23	53%
Nível de importância relatados entre 0 e 10:		
Implementação da Missão:		9,15
Implementação da Visão:		9,25
Implementação dos Valores:		8,30

Fonte: Dados da Pesquisa (2023).

Missão, visão e valores é o tripé que confere identidade e propósito para uma empresa. Sem esse tripé, é praticamente impossível construir um planejamento estratégico e guiar as decisões feitas dentro da empresa de modo a atingir os resultados esperados (EAUX, 2020). Mais da metade dos entrevistados (53%) afirmaram não saber o que significa a missão, a visão e os valores de uma empresa. Dos que informaram saber do que se trata, apesar de uma percepção de importância alta (média de 8,9), apenas uma média de 25% destes informaram implementar em suas empresas (25% para Missão, 40% para Visão e 10% para Valores).

A tabela 4 mostra os resultados quanto às estratégias, indicadores, metas e planos de ação:

Tabela 4: Dados sobre Estratégias, Indicadores, Metas e Planos de Ação.

Variáveis	Referência Absoluta	Referência Relativa
Existem estratégias que buscam alcançar os objetivos da empresa?		
Sim	8	19%
Não	22	51%
Não sei o que isso significa	13	30%
Existem indicadores e metas relacionadas às estratégias da empresa?		
Sim	3	7%
Não	16	37%
Não sei o que isso significa	24	56%
Existem planos de ação que visam alcançar as metas da empresa relacionadas às estratégias?		
Sim	5	12%
Não	20	47%
Não sei o que isso significa	18	42%
Nível de importância relatados entre 0 e 10:		
Elaboração de estratégias para alcançar os objetivos da empresa:		8,53
Criação de indicadores e metas para as estratégias da empresa:		8,74
Elaboração de planos de ação para buscar alcançar as metas da empresa:		8,68

Fonte: Dados da Pesquisa (2023).

Segundo Reaction (2018), os indicadores servem para determinar se a organização está cumprindo seus objetivos, este sozinho não tem representatividade se não tiver uma meta e o plano de ações conterá todas as ações necessárias para que sejam atingidas as metas definidas. Apenas 19% afirmam ter estratégias buscando alcançar os objetivos da empresa, 7% dizem existirem indicadores e 12% têm algum plano de ação. A média da percepção de importância dada aos itens da tabela 4 ficou em 8,65%.

A tabela 5 traz os resultados quanto aos resultados relativos à produtividade e margem de lucro:

Tabela 5: Dados Sobre Resultados.

Variáveis	Referência Absoluta	Referência Relativa
Existem resultados relativos à produtividade da empresa?		
Sim	10	23%
Não	15	35%
Não sei o que isso significa	18	42%
Existem resultados relativos à margem de lucro da empresa?		
Sim	23	53%
Não	16	37%
Não sei o que isso significa	4	9%
Nível de importância relatados entre 0 e 10:		
Registro dos resultados quanto à produtividade da empresa:		8,64
Registro dos resultados quanto à margem de lucro da empresa:		9,13

Fonte: Dados da Pesquisa (2023).

Segundo FNQ (2019), mensurar resultados é uma prática fundamental para observar o desempenho da empresa, revisar as metas e adaptar planos de ação para alcançar os objetivos, sendo realizada periodicamente para que se possa acompanhar com mais atenção o desenvolvimento da organização. Quanto aos resultados relativos à produtividade da empresa 58% dos entrevistados afirmam saber do que se trata e destes, 40% dizem registrar estes resultados. Já quanto aos resultados sobre margem de lucro, 91% afirmam saber o que significa e destes, aproximadamente 59% dizem registrar estes valores. Quanto à percepção de importância, houve um maior valor registrado sobre os resultados quanto à margem de lucro (9,13) do que sobre a produtividade (8,64).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A maioria dos MEIs reconhece a importância do Planejamento Estratégico, mas sua aplicação prática ainda não está bem estabelecida na amostra pesquisada. Em geral, os dados sugerem que há uma falta de clareza e implementação de elementos estratégicos nas empresas dos MEIs entrevistados, como missão, visão, valores, estratégias, indicadores, metas e planos de ação. Além disso, a falta de compreensão de conceitos importantes, como missão e visão, pode indicar a necessidade de maior educação e capacitação em empreendedorismo.

REFERÊNCIAS

- BARNEY, J. B. Organizational culture: can it be a source of sustained competitive advantage? **Academy of management review**, v. 11, n. 3, p. 656-665, 1986.
- BEHLING, G. *et al.* Microempreendedor individual catarinense: uma análise descritiva do perfil dos empreendedores individuais em Santa Catarina. **Navus**, Florianópolis, v. 5, n. 1, p. 35-78, jan/mar. 2015.
- BERGSTRÖM, ; TRAN, M.; LUNDELL, P. **Performance, A Product of Planning?: Strategic Planning and its Implications among Swedish Manufacturing SMEs.** Växjö e Kalmar: Linneus University School of Business and Economics, 2013. p. 90.
- BRASIL. Receita Federal. MEI. **Total de Microempreendedores Individuais**, 2022. Disponível em: <http://www22.receita.fazenda.gov.br/inscricaoemi/private/pages/default.jsf>. Acesso em 18 de setembro de 2022.
- CORSEUIL, C. H.; NERI, M. C.; ULYSSEA, G. L. **Uma análise exploratória dos efeitos da política de formalização dos microempreendedores individuais.** Brasília: IPEA, 2013.
- EAUX. Desvendando missão, visão e valores: aprenda o que é e como construir na sua empresa **EAUX Consulting**, 05 março 2020. Disponível em: <https://www.euax.com.br/2020/03/missao-visao-e-valores/#:~:text=Miss%C3%A3o%2C%20vis%C3%A3o%20e%20valores%20s%C3%A3o,%a%20atingir%20os%20resultados%20esperados>. Acesso em 05 de novembro de 2023.
- FNQ. 6 melhores práticas para mensurar os resultados da sua empresa **FNQ gestão para transformação**, 06 março 2019. Disponível em: <https://blog.fnq.org.br/praticas-para-mensurar-os-resultados-da-sua-empresa/>. Acesso em 05 de novembro de 2023.
- IBGE. O IBGE apoiando o combate à COVID-19. **IBGE - Instituto brasileiro de geografia e estatística**, 2020. Disponível em: <https://covid19.ibge.gov.br/pulso-empresa/>. Acesso em 05 de novembro de 2023.
- KAUFMAN, M.; LEIGH, D. Os Desequilíbrios Da Economia Mundial E A Crise Da COVID-19. **IMF Blog**, 2021. Disponível em: <https://www.imf.org/pt/Blogs/Articles/2020/08/04/blog-global-rebalancing-and-the-covid19-crisis>. Acesso em 19 de setembro de 2022.
- MINTZBERG, H. The design school: reconsidering the basic premises of strategic management. **Strategic management journal**, v. 11, n. 3, p. 171-195, 1990.
- MORRIS, M. H.; LEWIS, P. S.; SEXTON, D. L. Reconceptualizing entrepreneurship: an input output perspective. **SAM Advanced Management Journal**, Corpus Christi, v. 59, n. 1, p. 21-31, 1994.
- OMS. Coronavirus disease (COVID-19). **World Health Organization**, c2022. Disponível em: https://www.who.int/health-topics/coronavirus#tab=tab_1. Acesso em 05 de novembro de 2023.

PEARCE, J. A.; FREEMAN, E. B.; ROBINSON, R. B. The Tenuous Link between Formal Strategic Planning and Financial Performance. **The Academy of Management Review**, v. 12, n. 4, p. 658, out. 1987.

PORTER, M. E. What is strategy? **Harvard Business Review**, Harvard, v. 74, n. 6, p. 61-78, nov/dec. 1996.

REACTION. Como fazer um Planejamento Estratégico. Parte III. Indicadores, Metas e Ações. **Reaction Consultoria**, 30/07/2018. Disponível em: <https://www.reactionconsultoria.com.br/post/2018/07/23/como-fazer-um-planejamento-estrategico-indicadores-e-metas>. Acesso em 05 de novembro de 2023.

RIZZO, A.; FULFORD, H. Understanding small business strategy: a grounded theory study on small firms in the E.U. State of Malta. **Journal of Enterprising Culture**, v. 20, n. 3, p. 287-232, set. 2012.

SCHUMPETER, J. **Economic theory and entrepreneurial history. Change and the Entrepreneur: Postulates and Patterns of Entrepreneurial History**. Cambridge: Harvard University Press, 1949.

SCHUMPETER, J. The Instability of Capitalism. **The Economic Journal**, St. Andrews, v. 38, n. 151, p. 361-386, nov. 1928.

SEBRAE. De MEI para ME: planejamento estratégico para crescimento. **Sebrae e seu negócio**, 09/11/2021. Disponível em: <https://sebraeseunegocio.com.br/artigo/de-mei-para-me-planejamento-estrategico-para-crescimento/>. Acesso em 05 de novembro de 2023.

SEBRAE. **Sobrevivência das Empresas no Brasil. Outubro/2016**. Brasília: Sebrae, 2016.

SEBRAE. Você sabe o que é um Microempreendedor Individual - MEI? **Blog Sebrae**, 16/06/2021. Disponível em: <https://www.sebrae-sc.com.br/blog/voce-sabe-o-que-e-um-microempreendedor-individual-mei>. Acesso em 18 de setembro de 2022.

TAKAHASHI, C. K. **Planejamento estratégico nas micro e pequenas empresas: análise crítica de modelos existentes e proposta de integração**. 2016. Dissertação (Mestrado Profissional em Administração) - Insper Instituto de Ensino e Pesquisa. São Paulo: Insper, 2016.