

PROGRAMA ALI PRODUTIVIDADE: IMPULSIONANDO A COMPETITIVIDADE DAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS (MPES)

Edy Carlos Santos de Lima¹.

Faculdade de Tecnologia Prof. José Camargo (Fatec), Jales, SP.

Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae), SP.

<http://lattes.cnpq.br/0147854969179082>

RESUMO: No cenário pós-pandemia de 2022, as Micro e Pequenas Empresas (MPEs) enfrentaram desafios econômicos e políticos, buscando se recuperar em meio a um ambiente repleto de incertezas. Nesse contexto, o Programa Ali Produtividade é uma iniciativa conjunta do Governo Federal em parceria com o Sebrae, ABDI e SENAI, com o objetivo de impulsionar a produtividade e competitividade das empresas por meio da inovação. O programa oferece um suporte abrangente ao longo de seis meses, mediado pelos Agentes Locais de Inovação (ALIs). O objetivo deste artigo é analisar a importância do Programa Ali Produtividade para MPEs como ferramenta estratégica de competitividade. Utilizou-se na pesquisa, dados secundários fornecidos pelo Sebrae do estado de São Paulo, concentrando-se nos municípios de Araraquara, Presidente Prudente e São João da Boa Vista. A pesquisa focalizou as 585 empresas que completaram o Programa Ali Produtividade durante o segundo semestre de 2022 e o primeiro semestre de 2023. Observou-se a importância do papel do Sebrae como um facilitador fundamental para as MPEs, fornecendo apoio por meio de parcerias estratégicas, programas de capacitação e facilitação do acesso ao crédito e à inovação. O Programa Ali Produtividade, mediado pelo agente local de inovação, emergiu como um motor essencial para impulsionar a melhoria da produtividade nas empresas participantes, registrando um aumento médio de 46%. Pode-se concluir a importância de investimentos em capacitação, inovação e suporte empresarial como pilares fundamentais para fortalecer as Micro e Pequenas Empresas, contribuindo assim para o desenvolvimento econômico sustentável do país.

PALAVRAS-CHAVE: Gestão. Planejamento. Faturamento. Resultados.

ALI PRODUCTIVITY PROGRAM: BOOSTING THE COMPETITIVENESS OF MICRO AND SMALL ENTERPRISES (MSEs)

ABSTRACT: In the post-pandemic scenario of 2022, Micro and Small Enterprises (MSEs) faced economic and political challenges as they sought recovery amid an environment full of uncertainties. In this context, the Ali Productivity Program is a joint initiative of the Federal Government in partnership with Sebrae, ABDI, and SENAI, aimed at boosting productivity and competitiveness through innovation. The program offers comprehensive support over six months, mediated by Local Innovation Agents (ALI). The objective of this article is to analyze the importance of the Ali Productivity Program for MSEs as a strategic tool for competitiveness. The research used secondary data provided by Sebrae of the state of São Paulo, focusing on the municipalities of Araraquara, Presidente Prudente, and São João da Boa Vista. The study focused on the 585 companies that completed the Ali Productivity Program during the second half of 2022 and the first half of 2023. The importance of Sebrae's role as a key facilitator for MSEs was observed, providing support through strategic partnerships, training programs, and by facilitating access to credit and innovation. The Ali Productivity Program, mediated by the local innovation agent, emerged as an essential driver in boosting productivity improvement among participating companies, recording an average increase of 46%. It can be concluded that investments in training, innovation, and business support are fundamental pillars for strengthening Micro and Small Enterprises, thus contributing to the country's sustainable economic development.

KEY-WORDS: Management. Planning. Revenue. Results.

INTRODUÇÃO

O ano de 2022 marcou o início de uma nova realidade pós-pandemia, tanto globalmente quanto no Brasil. Neste contexto, o cenário econômico enfrentava incertezas, que foram agravadas pela polarização política decorrente das eleições presidenciais no segundo semestre.

As Micro e Pequenas Empresas (MPEs) representam 89,77% do total de empresas no Brasil, contribuindo com 29,5% do Produto Interno Bruto (PIB) nacional. A relevância dessas empresas para o PIB pode estar vinculada ao desempenho de uma gestão eficiente de seus recursos financeiros, associado a um planejamento e uma gestão eficiente (Sebrae, 2022).

Segundo dados da GEM (2023), o Brasil ocupa a 2ª colocação entre os países mais empreendedores, levando em consideração o número de pessoas envolvidas com empreendedorismo no país, que é de 30,3% da população, portanto esses dados evidenciam o papel crucial das MPEs no cenário empreendedor brasileiro.

As MPEs enfrentaram anos turbulentos devido à pandemia e buscavam se recuperar em meio a esse cenário político e econômico incerto. Para fins de classificação, as MPEs são categorizadas de acordo com a Lei Geral da Micro e Pequena Empresa (Lei Complementar 123/2006). Esta legislação estabelece o Estatuto Nacional da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte, que define as organizações com base em sua receita bruta anual. Assim, uma Microempresa (ME) deve ter receita bruta anual inferior ou igual a 360 mil reais, enquanto uma Empresa de Pequeno Porte (EPP) deve ter receita bruta anual superior a 360 mil reais e inferior ou igual a 4,8 milhões de reais (BNDES, 2019).

O Sebrae, entidade privada, tem como missão impulsionar a competitividade e o crescimento sustentável das micro e pequenas empresas, ao mesmo tempo em que estimula o empreendedorismo para fortalecer a economia do país (Sebrae, 2023).

A aplicação de práticas inovadoras tem se revelado como uma estratégia vantajosa para que as empresas alcancem maior competitividade e eficiência. Independentemente do porte da empresa, a inovação pode ser realizada, seja por meio da melhoria de processos existentes ou pelo desenvolvimento de soluções completamente novas. Com isso, as empresas podem atender de maneira mais eficaz às demandas dos clientes, estabelecer diferenciação em relação à concorrência e otimizar seus processos internos, tornando-os mais ágeis e eficientes (Sebrae, 2020).

Segundo o Manual de Oslo, terceira edição, a inovação abrange a introdução de um produto ou serviço aprimorado ou completamente novo, assim como a implementação de novos processos, métodos de marketing inovadores ou abordagens organizacionais inéditas nas operações comerciais, na estrutura de trabalho e nas relações externas de uma organização (OCDE, 2005).

Paulla e Hamza (2015), destacam que a inovação em micro e pequenas empresas pode ser alcançada através de medidas simples, como desenvolvimento interno, aquisição de equipamentos novos ou implementação de práticas que promovam a cultura inovadora dentro da empresa. O apoio de instituições como o SEBRAE e a participação em programas de incentivo à inovação podem fornecer recursos e orientação necessários. Nota-se, que a inovação é essencial para que as MPEs enfrentem desafios, explorem oportunidades e se destaquem em mercados competitivos, sendo uma ferramenta necessária para aumentar a produtividade da empresa.

O Programa ALI Produtividade/Brasil Mais foi iniciativa do Governo Federal em parceria com o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial (SENAI) e Agência Brasileira de Desenvolvimento Industrial (ABDI), com o objetivo de aumentar a produtividade e competitividade das empresas brasileiras por meio da inovação. Durante a participação no Programa, as empresas são assistidas por um Agente Local de Inovação (ALI) por um período de 6 meses.

De acordo com Martins e Laugeni (2005), a produtividade é uma medida que relaciona o valor do produto ou serviço gerado com os custos dos recursos necessários para sua

produção. No Programa ALI do Sebrae, essa avaliação é feita mensalmente, considerando o faturamento bruto, subtraindo os custos variáveis e dividindo esse resultado pelo número de colaboradores da empresa naquele período. O resultado é uma medida em reais que indica a produtividade média por pessoa na empresa durante o mês analisado (SEBRAE, 2022).

Portanto, essa metodologia de cálculo de produtividade fornece insights valiosos para os gestores, permitindo que tomem decisões informadas para otimizar os recursos da empresa e aumentar sua eficiência. Ao entender melhor como o valor gerado se relaciona com os custos associados à produção, as empresas podem identificar oportunidades de economia, melhorias nos processos e até mesmo novas estratégias para impulsionar o crescimento. É uma abordagem prática e orientada para resultados que pode beneficiar empresas de todos os tamanhos e setores.

OBJETIVO

Analisar a importância do Programa Ali Produtividade para MPEs como ferramenta estratégica de competitividade.

METODOLOGIA

Este estudo adota uma abordagem analítica baseada nos dados do Sebrae referentes aos municípios de Araraquara, Presidente Prudente e São João da Boa Vista, localizados no estado de São Paulo. A pesquisa se concentra nas 585 empresas que concluíram o programa Ali Produtividade no segundo semestre de 2022 e primeiro semestre de 2023.

A metodologia envolveu a análise das ações propostas no Jamboard, uma plataforma de gestão e acompanhamento de projetos, juntamente com os resultados financeiros das empresas, incluindo a avaliação do faturamento inicial (T0) e final (Tf). Isso possibilitou a avaliação da evolução das práticas de inovação adotadas ao longo do ciclo do Programa ALI Produtividade.

Para uma compreensão mais aprofundada e embasada, este estudo incorporou uma revisão bibliográfica abrangente. Essa revisão abordou temas relacionados à inovação, gestão financeira, marketing digital e programas de apoio às micro e pequenas empresas, fornecendo um contexto teórico sólido para a análise dos resultados obtidos.

Conforme destacado por Marconi e Lakatos (2010), a pesquisa bibliográfica abrange toda a literatura associada a um tema, desde publicações impressas até recursos audiovisuais. Seu propósito é oferecer ao pesquisador acesso direto a todas as formas de expressão escrita, falada ou filmada sobre o assunto, incluindo transcrições de conferências, representando uma maneira abrangente de explorar fontes secundárias relacionadas ao tema de estudo.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

As empresas que compõem referida amostragem da pesquisa pertencem ao ramo de atividade de comércio (53%), serviços (32%) e indústria (15%). De acordo com o relatório do Sebrae (2023), das 6,4 milhões de empresas registradas no Brasil, 99% delas são classificadas como Micro e Pequenas Empresas (MPEs). Estas, por sua vez, são responsáveis por mais da metade (52%) dos empregos formais no país. Esse dado ressalta a significativa contribuição das MPEs para a economia nacional.

Identificou-se que nenhuma das dimensões diagnosticadas (controles gerenciais, gestão de operações, inovação, marketing, práticas sustentáveis e transformação digital) através da aplicação do radar pelo agente local de inovação atinge ou excede 3 pontos, evidenciando uma deficiência nas empresas, resultando em dificuldades na tomada de decisões, perda de eficiência operacional, estagnação competitiva e falta de adaptação às mudanças tecnológicas e de mercado.

Axson (2011) argumenta que os controles gerenciais eficazes não apenas monitoram o desempenho, mas também impulsionam a mudança e promovem a adaptabilidade em um ambiente de negócios em constante evolução. Além disso, Serafeim (2023) destaca que as práticas sólidas de ESG não são apenas uma questão de responsabilidade social, mas também uma métrica de desempenho financeiro, influenciando positivamente o desempenho a longo prazo das empresas.

De acordo com Porter (2005), a transformação digital vai além da tecnologia, sendo uma questão de estratégia e modelo de negócios. Ele enfatiza a importância de usar a tecnologia para criar vantagem competitiva. Shiraishi (2012) e Kotler (2012) concordam que o marketing é fundamental para identificar e atender às necessidades do público-alvo, transformando essa interação em oportunidades lucrativas.

A inovação, conforme definida por Trott (2012), engloba todas as atividades relacionadas à gestão de ideias, fabricação e marketing de produtos novos ou aperfeiçoados, bem como à geração de novas tecnologias e equipamentos. Dentro da Gestão das Operações, temas como a estratégia de Operação Enxuta, segundo Scherrer-Rathje, Boyle e Deflorin (2009), concentram-se na eliminação de desperdícios e na otimização da eficiência operacional, identificando tarefas sem valor agregado ao longo do processo produtivo.

Registra-se que dentre os problemas identificados: baixa prospecção de clientes (22%), ausência de marketing e divulgação (21%), deficiências nos processos internos (14%) e a ausência de fluxo de caixa (9%) se destacam. Estes problemas identificados, podem impactar negativamente a empresa, prejudicando suas vendas, visibilidade no mercado, eficiência operacional e saúde financeira, ou seja, esses desafios combinados representam uma ameaça ao desempenho e à sustentabilidade da organização.

Diante dos problemas diagnosticados, foram propostas as seguintes ações:

- Implementação de estratégias de marketing digital, tais como a criação de um catálogo de produtos através do Whatsapp Business, um calendário de postagens na rede social Instagram e a criação de um Grupo VIP no Whatsapp;
- Utilização de ferramentas de controle gerencial, como o Demonstrativo de Resultados do Exercício (DRE) e o Fluxo de Caixa do Sebrae, estabelecimento de metas claras e criação de orçamentos detalhados, análise de custos operacionais, implementação de políticas eficazes de crédito e cobrança, elaboração de planejamento estratégico e gestão de pessoas; e
- Engajamento em consultorias especializadas e participação em cursos à distância (EaD).

O WhatsApp e o Instagram são plataformas populares para comunicação e marketing. O WhatsApp é valorizado por sua rapidez e conectividade, enquanto o Instagram requer uma estratégia de conteúdo consistente para maximizar sua eficácia. Ambas as plataformas são essenciais para construir relacionamentos com os consumidores e promover produtos e serviços de forma eficiente (Meirelles; Teixeira; França, 2022; Batista; Lacerda, 2016; Nunes; Bataghin; Costa, 2020).

Segundo Chiavenato (2009), o treinamento é definido como um processo educacional de curto prazo, implementado de forma sistemática e organizada, onde os indivíduos adquirem conhecimentos, habilidades e competências alinhadas aos objetivos estabelecidos previamente.

A consultoria empresarial tem emergido como uma alternativa eficaz para abordar as fragilidades gerenciais nas Micro e Pequenas Empresas (MPEs). Seu objetivo é minimizar problemas e evitar custos adicionais, fortalecendo a gestão e promovendo a eficiência operacional (Vasconcelos; Pereira, 2018).

É importante salientar que as empresas que fazem parte do Programa Ali Produtividade têm a oportunidade de participar de várias outras iniciativas vantajosas. Entre estas, destacam-se programas como Ganho Rápido, Empretec, Transformação Digital, Comércio Brasil, Clube de Negócios, Jornada de Transformação Digital, feiras, além de cursos e consultorias, sendo que a maioria desses programas é oferecida de maneira gratuita (Lima, 2024).

Ao final da participação das empresas no programa Ali Produtividade, foi observada uma melhoria significativa, nas dimensões avaliadas (controles gerenciais, gestão de operações, inovação, marketing, práticas sustentáveis e transformação digital).

Essa evolução ratificada, tendo em vista o aumento na produtividade das empresas participantes. Ao analisar conjuntamente as empresas dos Escritórios Regionais de Araraquara, Presidente Prudente e São João da Boa Vista, observa-se que 84% delas apresentaram algum aumento na produtividade. Avaliando individualmente, o Escritório Regional de Araraquara teve 88% das empresas com aumento de produtividade, seguido por Presidente Prudente com 85% e São João da Boa Vista com 79%.

Segundo Lima (2024), neste cenário, o Sebrae tem desempenhado um papel fundamental como facilitador para Micro e Pequenas Empresas (MPEs), proporcionando acesso a ferramentas e apoio indispensáveis para se destacarem em seus ecossistemas empreendedores. Essa facilitação é realizada por meio de parcerias com os setores público e privado, programas de capacitação, apoio ao acesso ao crédito e à inovação, incentivo ao associativismo, além da organização de feiras e rodadas de negócios, entre outras iniciativas.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante da análise dos dados apresentados, fica evidente a importância das Micro e Pequenas Empresas (MPEs) no contexto econômico nacional, representando não apenas a maioria dos empreendimentos registrados, mas também contribuindo significativamente para a geração de empregos. No entanto, a pesquisa destaca desafios enfrentados por essas empresas, como deficiências em áreas-chave como controles gerenciais, gestão de operações, inovação e marketing.

Os resultados apontam para a necessidade urgente de ações estratégicas para superar tais dificuldades e promover o desenvolvimento sustentável das MPEs. Estratégias como implementação de programas de capacitação, adoção de ferramentas de controle gerencial, investimento em inovação e marketing, e engajamento em consultorias especializadas são essenciais para fortalecer esses empreendimentos.

Além disso, a atuação do Sebrae como facilitador e provedor de apoio para as MPEs é destacada como um elemento-chave para o sucesso dessas iniciativas. Por meio de parcerias, programas de capacitação e acesso facilitado ao crédito e à inovação, o Sebrae desempenha um papel fundamental na promoção do crescimento e da competitividade das MPEs. Nesse sentido, o Programa Ali Produtividade, por meio do agente local de inovação, tem sido fundamental para impulsionar a melhoria da produtividade nas empresas participantes, com uma média de aumento de 46%.

Registra-se, que a pesquisa ressalta a importância de investir em capacitação, inovação e suporte empresarial para fortalecer as Micro e Pequenas Empresas, contribuindo para o desenvolvimento econômico sustentável do país.

REFERÊNCIAS

AXSON, D. A. J. **Best Practices in Planning and Performance Management: From Data to Decisions** (Wiley Best Practices) [Edição em inglês]. Wiley, 2011.

BATISTA, M. J. B. S.; LACERDA, K. C. Impactos causados pela mídia social WhatsApp – um estudo de caso na empresa São Luiz Moda Griffe. **Trabalho de Conclusão de Curso – TCC** apresentado ao curso superior em Gestão Comercial do Instituto Federal da Paraíba –

Campus Guarabira, 2016. Disponível em: <https://repositorio.ifpb.edu.br/handle/177683/734>. Acesso em: 20 fev. 2024.

BNDES – Banco Nacional do Desenvolvimento Econômico e Social. **Guia do financiamento**. 2024. Disponível em: <http://www.bndes.gov.br/wps/portal/site/home/financiamento/guia/porte-de-empresa>. Acesso em: 20 mar. 2024.

BRASIL. **Lei Complementar nº 123 de 14 de dezembro de 2006**. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/lcp/lcp123.htm. Acesso em: 20 jan. 2024.

CHIAVENATO, I. **Planejamento, recrutamento e seleção de pessoal**: como agregar talentos à empresa. 7 ed., Barueri, SP.: Manole, 2009.

GEM - Global Entrepreneurship Monitor. **Empreendedorismo no Brasil 2023**. Disponível em: <chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgiclfindmkaj/https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2024/03/Relatorio-Executivo-GEM-BR-2023-2024-Diagramacao-v5.pdf>. Acesso em: 15 mar. 2024.

KOTLER, P. **Administração de marketing**. 14. ed. São Paulo: Pearson Education, 2012.

LIMA, E. C. S. Inovação Empresarial: A convergência de gestão financeira e estratégias de marketing digital como vetores de crescimento para micro e pequenos empreendimentos. **Caderno de Inovação**, n. 1, 2024. Disponível em: <https://doi.org/10.29327/5395098>. Acesso 03 mai. 2024

MARCONI, M. A; LAKATOS, E. M. **Fundamentos de Metodologia Científica**. 7. Ed. São Paulo: Atlas, 2010.

MARTINS, P. G.; LAUGENI, F. P. **Administração da produção**. 2. ed. São Paulo Saraiva, 2005. 562 p

MEIRELLES, F.; TEIXEIRA, V. M. F.; FRANÇA, T. Uso do whatsapp para suporte das ações de educação na saúde. **Saúde Debate**, v. 46, n. 133, p. 432-446, 2022. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/sdeb/a/BNm8LbJhqtVLGnvwqgGHnb/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 21 fev. 2024.

NUNES, W. C. C.; BATAGHIN, F. A.; COSTA, M. A. B. Instagram marketing: alavancando as vendas em tempos de pandemia. **Qualif**, n. 7, 2020. Disponível em: <https://intranet.cbt.ifsp.edu.br/qualif/anteriores.html#volume7>. Acesso em: 23 fev. 2024.

ORGANIZAÇÃO PARA A COOPERAÇÃO E DESENVOLVIMENTO – OCDE. **Manual de Oslo**: Diretrizes para coleta e interpretação de dados sobre inovação. 2005. Disponível em: <https://www.gov.br/mcti/pt-br/acompanhe-o-mcti/indicadores/paginas/manuais-de-referencia>. Acesso em: 25 mar. 2024.

PAULLA, C. R. de; HAMZA, K. M. GESTÃO DA QUALIDADE E INOVAÇÃO: EVIDÊNCIAS PARA EMPRESAS DO SEGMENTO DE ALIMENTAÇÃO NO OESTE GOIANO. **Revista**

Gestão e Desenvolvimento, [S. l.], v. 12, n. 2, 2015. Disponível em: <https://periodicos.feevale.br/seer/index.php/revistagestaoedesenvolvimento/article/view/332>. Acesso em: 25 mar. 2024.

PORTER, M. E. **Estratégia competitiva**: técnica para a análise da indústria e da concorrência. São Paulo: Atlas, 2005.

SCHERRER-RATHJE, M.; BOYLE, T. A.; DEFLOIRIN, P. Lean, take two! Reflections from the second attempt at lean implementation. **Business Horizons**, [s. l.], v. 52, n. 1, p. 79–88, 2009. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0007681308001304>. Acesso em: 12 abr. 2024.

SERAFFEIM, G. ESG: From process to product. **Harvard Business School Accounting & Management Unit Working Paper**, n. 23-069, 2023. Disponível em: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=4460631#. Acesso em: 15 abr. 2024.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS – SEBRAE. **Pequenos negócios: a base da economia do nosso país**. 2023. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/pequenos-negocios-a-base-da-economia-do-nosso-pais,85e97325a3937810VgnVCM1000001b00320aRCRD>. Acesso em: 4 abr. 2024.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS – SEBRAE. **Data Sebrae**. 2022. Disponível em: <https://datasebraeindicadores.sebrae.com.br/resources/sites/data-sebrae/datasebrae.html#/Empresas>. Acesso em: 8 fev. 2024.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS – SEBRAE. **Anuário do trabalho na micro e pequena empresa**. 6. ed. Brasília, DF: DIEESE, 2023.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS - SEBRAE. **Ali Produtividade**. 2023. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/df/sebraeaz/ali-produtividade,6079165ac4d47810VgnVCM1000001b00320aRCRD>. Acesso em: 20 fev. 2024.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS – SEBRAE. **Conheça o SEBRAE**. 2023. Disponível em: https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/canais_adicionais/conheca_quemsomos. Acesso em: 20 fev. 2024.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS - SEBRAE. **Atualização de Estudo sobre a Participação de Micro e Pequenas Empresas na Economia Nacional. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – Unidade de Gestão Estratégica**. Brasília, 2020.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS - SEBRAE. **Guia da Metodologia e Ferramentas ALI - Encontro 1**. p. 1–68, 2020.

SHIRAIISHI, G. **Administração de marketing**. São Paulo: Pearson Education, 2012.

TROTT, P. **Gestão da inovação e desenvolvimento de novos produtos**. 4^a ed., Bookman, 2012. Disponível em: https://books.google.com.br/books?id=p9_PDAAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=pt-BR&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false. Acesso em: 20 mar. 2024.

VASCONCELOS, A. L.; PEREIRA, A. M. B. A. A prática da Consultoria da Dinâmica Informal do Polo de Confeções do Agreste Pernambucano. **Journal of Perspectives in Management**. v. 2, n. 2, Julho-Dezembro, 2018. Disponível em: <https://periodicos.ufpe.br/revistas/index.php/jpm/article/view/239537>. Acesso em: 10 mar. 2024.