

## **REMIPE - REVISTA DE MICRO E PEQUENAS EMPRESAS E EMPREENDEDORISMO DA FATEC-OSASCO**

### **EDITORIAL DO VOL 12. Nº2 (2026)**

Prezados Leitores

A revista REMIPE publica a segunda edição de 2026 (V.12 Nº2), **portanto** segue consolidada na busca pela divulgação de pesquisas sobre empreendedorismo e pequenas empresas no Brasil e no Exterior.

Segue a síntese dos artigos da edição:

- **“Protocolo Integrado Lean para Layout: aplicação em indústria de pequeno porte durante processo de mudança de instalações”**: Este trabalho tem como objetivo desenvolver e validar empiricamente um protocolo de intervenção em arranjo físico para pequenas indústrias, fundamentado na manufatura enxuta e ajustado às restrições dos programas de extensão tecnológica. Adotou-se a pesquisa-ação, com abordagem quali-quantitativa, em uma indústria de pequeno porte do interior paulista em processo de transferência para novo galpão, em atendimento de oitenta horas.
- **“Antecedentes comportamentais e intenção empreendedora: uma análise com estudantes do curso de administração**: Investiga a relação entre os antecedentes da Teoria do Comportamento Planejado e a intenção empreendedora de estudantes de Administração da Universidade Federal do Ceará (UFC), considerando a experiência acadêmica. A pesquisa, de abordagem quantitativa, utilizou o Questionário de Intenção Empreendedora de Liñán e Chen (2009), aplicado a 70 estudantes, com análise por correlações de Pearson e regressão linear múltipla..
- **“Marketing digital como vantagem competitiva em pequenas empresas de Parauapebas-PA”**: Busca analisar como o marketing digital pode ser utilizado como vantagem competitiva por pequenas empresas no Município de Parauapebas (PA). A pesquisa, de caráter exploratório, analisou a experiência de cinquenta empreendedores locais, e mostrou que o marketing tem sido empregado para aumentar as vendas através das redes sociais. Os dados revelam que os empreendedores não usam o digital de forma estratégica sem análise de

métricas de desempenho, engajamento ou conversão das ações praticadas no marketing da empresa.

- **“ Planejamento estratégico em micro e pequenas empresas”**: O objetivo do estudo foi analisar a utilização e a contribuição do planejamento estratégico em MPEs do setor de autopeças atendidas pelo Projeto ALI, do SEBRAE, em João Pessoa-PB. Especificamente, procurou-se identificar as MPEs que adotam planejamento, verificar os benefícios e identificar as dificuldades para a sua utilização.

- **“ ESG e desempenho econômico-financeiro: uma análise com tomada de decisão multicritério das empresas do segmento de mineração da B3”**: A pesquisa objetiva avaliar a empresa mais bem adequada do setor de materiais básicos e segmento de mineração da B3, sob os critérios de ESG e desempenho econômico-financeiro, conforme a percepção dos formandos do curso de ciências contábeis de uma universidade. Para isso aplicou-se o método de tomada de decisão multicritério TOPSIS, utilizando 18 critérios, sendo 3 fatores de ESG e 15 parâmetros de desempenho econômico-financeiro.

- **“Impactos decorrentes de crise mundial nas micro e pequenas empresas de hospedagem numa localidade insular”**: Possui o objetivo de identificar os impactos decorrentes da pandemia nas micro e pequenas empresas de hospedagem de Fernando de Noronha. Trata-se de um estudo qualitativo de múltiplos casos com 15 micro e pequenas empresas.

Agradecemos a participação de todos e boa leitura!

Saudações.

Prof. Dr. Fernando de Almeida Santos

Editor da REMIPE