

Eixo Temático: Inovação e Sustentabilidade

**A GESTÃO AMBIENTAL PARA OS MICROEMPREENDEDORES INDIVIDUAIS:
A VISÃO DOS EMPRESÁRIOS DE IJUÍ/RS**

**ENVIRONMENTAL MANAGEMENT FOR THE INDIVIDUAL MICRO: THE
VISION OF THE ENTREPRENEURS OF IJUÍ/RS**

Rodrigo Luis Schiavo, Tamires Elisa Bieger, Renan Valandro Alves e Rodrigo Duarte Faccin

RESUMO

Este estudo buscou trabalhar a percepção e a aplicabilidade da temática relacionada à gestão ambiental na visão dos empreendedores individuais de Ijuí/RS. Com a crescente representatividade dentro da economia nacional o Microempreendedor Individual torna-se uma boa ferramenta de desenvolvimento da sociedade, residindo assim a necessidade de estudar o que na prática os novos empresários estão desenvolvendo para atingir as exigências de seus consumidores frente a responsabilidade ambiental. A abordagem adotada para o desenvolvimento deste estudo é pesquisa quantitativa e qualitativa, no que concerne aos objetivos, parte de uma investigação exploratória e descritiva. Em termos de procedimentos técnicos a pesquisa compõe-se como bibliográfica e de campo. Ao descrever os resultados do estudo, foi exposto inicialmente o perfil dos MEI's de Ijuí/RS, na sequência foi realizada a caracterização dos empreendedores e de suas empresas, por fim foi desenvolvida a análise da percepção e aplicabilidade temática ambiental, trazendo para investigação dos empreendedores diversas questões relacionadas ao tema. Os resultados diante das constatações que puderam ser feitas, demonstram que os empreendedores conhecem, entendem e realizam ações de fomento para o desenvolvimento ambiental da sociedade e do seu negócio.

Palavras-chave: Sustentabilidade, Gestão Ambiental, Microempreendedor Individual, Ijuí.

ABSTRACT

This study sought to work the perception and the applicability of the subject related to environmental management in the view of individual entrepreneurs of Ijuí/RS. With the increasing representativeness within the national economy the Individual Entrepreneur becomes a good development tool of society, living so the need to study what in practice new entrepreneurs are developing to achieve the requirements of its customers in the face of environmental responsibility. The approach adopted for the development of this study is quantitative and qualitative research, with regard to objectives, part of a descriptive and exploratory research. In terms of technical procedures the research consists as bibliographical and field. In describing the results of the study, was initially exposed the profile of MEI's of Ijuí/RS, following the characterization of entrepreneurs and their companies, finally was developed the analysis of perception and thematic environmental applicability, bringing entrepreneurs research several issues related to the topic. The results on the findings that might be made, demonstrate that entrepreneurs know, understand and carry out actions to promote environmental development of society and business.

Keywords: sustainability, Environmental Management, Individual Entrepreneur, Ijuí.

INTRODUÇÃO

O desenvolvimento empreendedor brasileiro vem se destacando, novas ideias surgem à medida que estímulos governamentais são lançados para facilitar a implementação e tirar do papel estes novos negócios, como é o caso do Microempreendedor Individual (MEI), modalidade de registro de novos empreendimentos. Na mesma vertente estão os novos consumidores, que buscam nas organizações ações responsáveis, éticas e que envolvam a comunidade e o meio ambiente em que está inserida.

A orientação de Veiga (2006) é no sentido de que a atividade econômica, meio ambiente e bem-estar da sociedade formam o tripé básico no qual se sustenta a ideia de desenvolvimento sustentável. Para que este tripé seja sustentado, as empresas precisam conhecer e entender temas como a Gestão Ambiental, que para Epelbaum (2004, p. 48) pode ser entendida como a parte da gestão empresarial que cuida da identificação, avaliação, controle, monitoramento e redução dos impactos ambientais a níveis pré-definidos.

Essa temática serviu de base para trabalhar conceitos e aplicabilidade com os Empreendedores Individuais. Diante do crescente aumento dos empreendedores individuais em todo o país, este estudo tem como recorte o município de Ijuí/RS, que hoje conta com mais de dois mil e trezentos empreendedores formalizados. O objetivo geral deste estudo é investigar a percepção e aplicabilidade das práticas ambientais nos microempresários individuais nos seus diferentes setores de atuação no município de Ijuí/RS.

1. MICROEMPREENDEDOR INDIVIDUAL

O empreendedor é o responsável pelo crescimento econômico e pelo desenvolvimento social. Por meio da inovação, dinamiza a economia. Com o objetivo de fomentar o empreendedorismo, na diminuição da carga tributária e formalização de trabalhadores autônomos, em dezembro de 2008 foi implementada a lei complementar 128, criando a figura do Microempreendedor Individual.

Segundo o site Portal do Empreendedor, considera-se MEI o empresário individual a que se refere o art. 966 da Lei nº 10.406, de 10 de janeiro de 2002 - Código Civil, que tenha auferido receita bruta, no ano-calendário anterior, de até R\$ 60.000,00 mil reais, seja optante pelo Simples Nacional e exerça atividade permitida ao MEI, à formalização entrou em vigor em julho de 2009.

Com um processo de formalização simplificado e obrigações empresariais pequenas o empreendedor interessado em se tornar um empresário, precisa seguir quatro regras básicas, não possuir ou fazer parte do quadro de sócios de outra empresa, faturar até sessenta mil reais por ano, ter no máximo um funcionário e não ter sócios neste empreendimento.

Não há custo de formalização, e a mesma pode ser feita nas unidades do SEBRAE ou através do site Portal do Empreendedor. As duas obrigações que os novos empresários terão a partir da formalização, será uma declaração anual, realizada de janeiro até o último dia útil de maio, onde é informado o faturamento bruto do ano calendário anterior esta tem a função de controle, não podendo ultrapassar o faturamento máximo anual.

A segunda obrigação é o pagamento mensal no INSS, no valor de até quarenta e dois reais, neste valor estão incluídos 5% sobre o salário mínimo vigente, mais um real de ICMS, para quem trabalha com comércio e indústria, e cinco reais de ISS, para trabalhadores que fazem prestação de serviço, contribuição estadual e federal, respectivamente.

Esta contribuição traz uma cobertura previdenciária ampla como, aposentadoria por idade, aposentadoria por invalidez, auxílio doença, auxílio maternidade, auxílio reclusão e pensão por morte. O MEI deverá manter em seu poder, da mesma forma, as notas fiscais de

compras de produtos e de serviços, de modo a garantir a procedência legal de tudo que adquire, e as eventualmente emitidas para serem anexadas ao formulário simplificado.

Os principais benefícios destacados aos empreendedores segundo o SEBRAE (2016) são as coberturas da Previdência Social para o Empreendedor e sua família; segurança para desenvolver seu pequeno negócio de forma legal; dispensa de formalidade de escrituração fiscal e contábil; com o CNPJ pode emitir notas e vender para outras empresas e para o governo; pode comprovar renda legal e financiar compras com acesso aos serviços bancários.

Estão liberadas para a formalização mais de quatrocentas e cinquenta atividades, nas diferentes áreas do comércio, indústria e serviço, devido à legislação diferenciada muitas ainda não estão enquadradas, como vigilante, diarista e serviços regulamentados por lei que necessitam de nível superior para a realização.

A nova lei permite que o Empreendedor Individual tenha um funcionário com remuneração de um salário mínimo ou o piso da categoria profissional. Esta contratação obedecerá às normas trabalhistas vigentes e exigirá o pagamento de todos os benefícios concernentes ao funcionário.

O novo empresário deve sempre comprar mercadorias e serviços com documento fiscal, para comprovação da procedência dos seus produtos. Segundo a Lei Geral das Micro e Pequenas Empresas, os MEIs estão dispensados de emitir notas fiscais quando prestam serviços ou vendem produtos para pessoas físicas, apenas quando a venda for para uma empresa ou se o comprador exigir. Prestadores de serviço trabalham com a emissão do bloco de notas com liberação da prefeitura municipal, comerciantes e fabricantes com a nota fiscal eletrônica, estas ficam isentas do pagamento de encargos sociais e impostos de qualquer natureza.

O Brasil conta hoje com quase quatro milhões de Microempreendedores Individuais, distribuídos nos diferentes setores de atuação, com destaque para cabeleireiros, trabalhadores da construção civil, comerciante de artigos do vestuário e acessórios e cama, mesa e banho, mecânicos, jardineiros, proprietários de lanchonete e bar e demais atividades.

Devido ao expressivo número de Empreendedores, estes são fortes fomentadores da economia nacional, gerando emprego e renda e mostram a importância da criação dessa figura jurídica para o desenvolvimento do empreendedorismo de base no nosso país. É necessário ressaltar o importante apoio do SEBRAE e de diversas órgãos em todo o país. Fundamental ainda é o papel das prefeituras com a implementação da Sala do Empreendedor, através da Lei Geral da Micro e Pequena Empresa e na liberação do alvará de funcionamento, facilitando ainda mais todo o processo.

2. GESTÃO AMBIENTAL

Com o crescimento econômico acentuado das empresas e uma capacidade de desenvolvimento além das expectativas de mercado, a sociedade torna-se mais exigente e busca organizações com uma diferenciação, investimentos na melhoria da gestão e com pensamento voltado para a sociedade e o meio ambiente.

Há uma grande mudança de comportamento da sociedade e dos consumidores, que passaram a buscar uma visão de longo prazo, uma experiência coletiva e a qualidade no consumo acima da quantidade. Para Epelbaum (2004, p. 48) a gestão ambiental pode ser entendida como a parte da gestão empresarial que cuida da identificação, avaliação, controle, monitoramento e redução dos impactos ambientais a níveis pré-definidos. Estes impactos são identificados como qualquer mudança no meio ambiente, adversa ou benéfica, que resulte das atividades de uma organização.

Foi a partir da segunda metade do século 20, a degradação ambiental e suas catastróficas consequências, em nível planetário, originaram estudos e as primeiras reações no sentido de se conseguir fórmulas e métodos de diminuição dos danos ao ambiente. Assim, foi somente neste

período que o ambientalismo ganhou consistência, tornando-se uma força social geradora de novo vetor político.

A partir dos anos 60 (após as duas grandes guerras), como é destacado por Farias e Teixeira (2002), a variável ambiental entra no cenário empresarial e diversas instituições passam a incorporar essas preocupações em suas estratégias de negócios.

Dependendo de como a empresa atua em relação aos problemas ambientais decorrentes das suas atividades, como sugere Barbieri (2004), ela pode desenvolver três diferentes abordagens: controle da poluição, prevenção da poluição e abordagem estratégica. Estas três estratégias correspondem à categorização descrita por Brunstein e Buzzini (1998) como reativa, ativa e proativa, respectivamente.

Os problemas ambientais em nível mundial estão cada vez mais preocupantes. Como exemplos significativos, destacam-se: o aquecimento da temperatura devido à emissão de gases poluentes, a destruição da camada de ozônio, o esgotamento acelerado dos recursos naturais, a extinção das espécies da fauna e flora, e muitos outros que estão causando cada vez mais transtornos para a sociedade. Todos estes problemas levam à busca de um novo modelo de crescimento econômico que considere mais a preservação do meio ambiente.

As empresas não podem mais desprezar as suas obrigações com o meio ambiente, como os consumidores estão mais atentos às iniciativas desenvolvidas por elas e crescem as imposições normativas, estas são obrigadas a conceber produtos e sistemas de produção e distribuição que minimizem os impactos ambientais negativos. A gestão ambiental empresarial está essencialmente voltada para organizações, ou seja, companhias, corporações, firmas.

Gestão ambiental pode ser compreendida como as diretrizes e as atividades administrativas e operacionais, tais como planejamento, direção, controle, alocação de recursos e outras realizadas com o objetivo de obter efeitos positivos sobre o meio ambiente, quer reduzindo ou eliminando os danos ou problemas causados pelas ações humanas, quer evitando que elas surjam (BARBIERI, 2004, p. 19-20).

Os Sistemas de Gestão Ambiental (SGA) vêm se tornando um grande aliado das organizações que buscam manter seus processos, aspectos e impactos ambientais sob controle. Isto se dá através da eliminação ou minimização de impactos e danos ambientais decorrentes do planejamento, implantação, operação, ampliação, realocação ou desativação de empreendimentos ou atividades, incluindo-se todas as fases do ciclo de vida de um produto.

“Um efetivo sistema de gestão ambiental (SGA) permite a uma organização estabelecer e avaliar a real situação de seus processos e procedimentos estabelecidos para aplicação de uma política de gestão ambiental e seus objetivos” (VALLE, 1995 *apud* PREVIDELLI; MEURER, 2005, p. 113). Identificam-se, primeiramente, os impactos ambientais mais significativos para, em seguida, definirem a melhor forma de controlar e minimizar tais impactos.

O objetivo principal de um SGA, como defendem Campos e Alberton (2005), é controlar sistematicamente o desempenho ambiental, promovendo sua melhoria contínua. É constituído de procedimentos ambientais que estabelecem responsabilidades específicas e definem quando, onde e o que deve ser observado, para que as atividades sejam conduzidas em conformidade com as políticas ambientais estabelecidas, e integrado aos esforços existentes em outras áreas.

“A existência de um SGA organizado permite que a empresa seja tratada sob uma ótica mais abrangente, isto é, seja considerado todo processo produtivo para o desenvolvimento de suas práticas ambientais sob uma perspectiva pró-ativa” (DAROIT, 2006, p. 4). São diversos os benefícios que, na visão de D’Avignon (1996), citados por Floriano, Souza e Corrêa (2007), advêm da implantação de um sistema de gestão ambiental nas empresas. Dentre eles, destacam-se o aumento da facilidade das relações comerciais e o acesso a novos mercados, diminuem-se

riscos de acidentes, são evitados desperdícios, há maior controle e racionalização dos processos e melhoram-se as condições de trabalho dos seus colaboradores.

Muitos projetos estão sendo desenvolvidos para que as empresas demonstrem os resultados de suas atividades de gestão. O Conselho Nacional do Meio Ambiente (CONAMA) através da Resolução nº. 001/86 instituiu a obrigatoriedade de elaboração e apresentação do Estudo de Impacto Ambiental (RIMA) para o licenciamento de atividades consideradas modificadoras do meio ambiente, ou seja, aquelas de forte impacto.

Também de forma a defender a natureza são desenvolvidos programas, sistemas, entre outros. Entre eles está a ISO 14000 que propõe um sistema de gestão ambiental onde há a possibilidade de desenvolvimento de uma produção ecologicamente correta, de construção de uma cultura baseada em valores ambientais e, além disso, de que tudo isso seja adaptado à realidade de cada organização.

A ISO 14000 pode ser visualizada em dois grandes blocos, um direcionado para a organização e outro para o processo. A série cobre seis áreas, tanto no nível do Sistema de Gestão Ambiental (SGA), isto é, na Avaliação do Desempenho Ambiental e da Auditoria Ambiental da organização, quanto no nível da Rotulagem Ambiental, isto é, através da análise do Ciclo de Vida e Aspectos Ambientais nos Produtos.

As empresas no cenário sócio-organizacional precisam mudar seu pensamento e passar a dedicar-se mais a gestão dos seus recursos. A consciência ecológica será um obstáculo ao caminho desenfreado do consumo. Não se pode atribuir a um mesmo produto ou empresa todos os custos de proteção ambiental sem prejudicar a sua sobrevivência. O valor da proteção ambiental é o valor da interdependência e da responsabilidade solidária. A qualidade do ambiente será um valor supremo ao qual todos se submeterão.

3. METODOLOGIA

A abordagem adotada para o desenvolvimento deste trabalho é pesquisa quantitativa e qualitativa. No que concerne aos objetivos a presente pesquisa parte de uma investigação exploratória (VERGARA, 1997). É uma pesquisa descritiva vez que visou expor o perfil e as características dos empreendedores individuais de Ijuí/RS. Em termos de procedimentos técnicos a pesquisa compõe-se como bibliográfica e de campo.

Os sujeitos da pesquisa foram os empresários individuais formalizados de Ijuí. O número de empreendedores pesquisados foi definido por meio não probabilístico, onde se definem a população por acessibilidade as informações e aplicação dos questionários com o universo da pesquisa.

Foram entrevistados 93 empreendedores dos mais diferentes setores de atuação. A coleta de dados foi feita através de questionário contendo perguntas fechadas e abertas, este foi aplicado no SEBRAE de Ijuí. Com a aplicação dos questionários, foram compilados os dados e dispostos através de gráficos com percentuais e ainda fala dos próprios entrevistados.

4. RESULTADOS E DISCUSSÃO

O Microempreendedor Individual é uma realidade em todo o Brasil, empreendedores de todos os setores de atuação estão se formalizando para garantir benefícios dos mais diversos, o programa está tirando muitas pessoas da informalidade e dando-lhes a oportunidade de competir no mercado cada vez mais competitivo. Os dados sintetizados no estudo com os Microempreendedores Individuais de Ijuí e sua relação com a gestão ambiental serão sintetizados nessa seção, iniciando com a caracterização dos entrevistados e suas organizações e finalizando com as práticas ambientais aplicadas em seus empreendimentos.

4.1. Caracterização dos microempreendedores individuais entrevistados

Os empresários que se dispuseram a responder ao questionário estiveram bastante divididos entre o sexo masculino e feminino, com maior aceitação das mulheres, foi identificado que estas são flexíveis e falam mais abertamente sobre a gestão do seu negócio. No número integral de 93 entrevistados durante a pesquisa, cinquenta destes foram mulheres, ou 54% do total, conseqüentemente quarenta e três homens foram entrevistados, 46%. A diferença é pequena e inversa ao número de empreendedores por sexo, no total no município há mais homens do que mulheres.

Como a pesquisa foi realizada em sua maior parte dentro da instituição SEBRAE, as mulheres procuram mais este para buscar orientações em gestão e realizar as obrigações básicas da empresa, disponibilizadas por este órgão. Verifica-se também que as mulheres muitas vezes são as responsáveis pelas empresas dos seus maridos, mesmo que informalmente, além de, exporem com mais facilidade as suas aflições e desafios na gestão do negócio para que sejam analisadas.

Ao olhar para a realidade do Brasil, temos um número maior de homens formalizados, mas este fato vem mudando gradativamente, conforme a pesquisa, Perfil do Microempreendedor Individual 2013 desenvolvida pelo SEBRAE Nacional, o número de pessoas do sexo feminino formalizadas aumenta a cada ano, em 2011 o número estava em 45%, passou para 46% em 2012 e chegou a 47% no ano de 2013. São mulheres envolvidas nas diferentes áreas de atuação e que compreendem o novo perfil empreendedor.

Referente à faixa etária dos entrevistados, esta foi bastante diversificada. Houve uma miscigenação de pessoas e perfis. Os entrevistados entre 21 a 30 anos somam 25%, de 41 a 50 anos são 24%, de 31 a 40 são 22%, os mais experientes, acima de 51 anos somam 19% e os jovens empreendedores até 20 anos são 10% dos entrevistados. A pesquisa evidencia que os gestores formalizados como empreendedores individuais estão divididos nas diferentes faixas etárias, conseguindo assim ter uma visão ampla das opiniões dos empresários.

Ao comparar com os resultados obtidos na pesquisa Perfil do Microempreendedor Individual 2013 (SEBRAE, 2016), os números são muito próximos, pois identificam que 58,8% dos MEI's possuem menos de 40 anos, o que demonstra um perfil relativamente jovem. No Brasil a faixa etária mais expressiva é de empreendedores entre 30 e 39 anos com 33,6%, chama atenção o baixo número de empresários até 24 anos, com apenas 9,9%, índice inferior aos empresários com mais de 50 anos, que somam 17,3%.

Levando em consideração os anos anteriores da pesquisa o resultado de empreendedores individuais com até 24 anos vem diminuindo gradativamente, em 2011 estes somavam 12,4%, diferença de mais de dois pontos percentuais para 2013. Há um grande universo de empreendedores para ser explorado, tanto no Brasil como no Rio Grande do Sul e em Ijuí.

Verifica-se, conforme fala dos empresários durante a pesquisa, que as pessoas mais interessadas nesta formalização no momento são empresários com experiências profissionais longas em grandes empresas ou mesmo empresas familiares que juntam recurso e força de vontade para abrir o seu próprio negócio, justificando assim um aumento constante de empreendedores com mais de 40 anos.

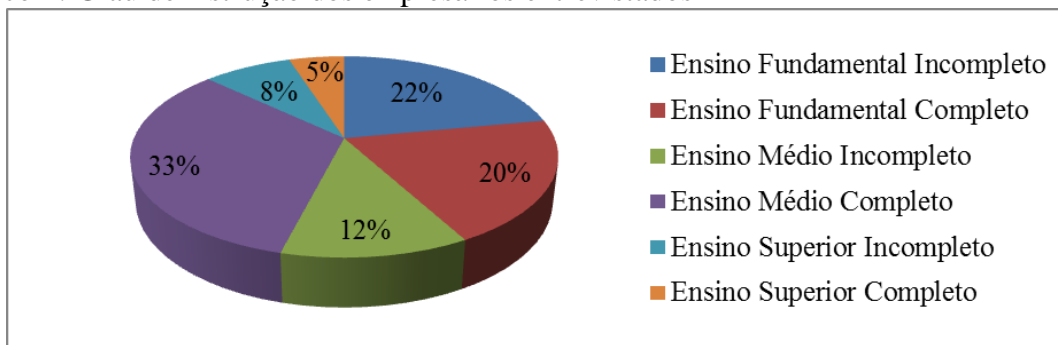
Pessoas de diferentes classes sociais e níveis de escolaridade se formalizam todos os dias, com o principal objetivo de concretizar o seu sonho, se tornar um empreendedor e trabalhar no seu próprio negócio. Em relação à escolaridade (Gráfico 1) dos Empreendedores Individuais formalizados em Ijuí estes estão concentrados principalmente entre ensino médio incompleto e completo, com 45% do total.

Nota-se um número elevado de pessoas de baixa escolaridade que registram o seu negócio, 42% dos entrevistados possuem ensino fundamental incompleto ou completo, em um

número global de 93 pessoas, 39 estão nesta faixa escolar. Se analisar o número de pessoas com grau superior de escolaridade chega-se apenas 5% e outros 8% estão cursando.

Usando como referência a pesquisa o Perfil do Microempreendedor Individual 2013 (SEBRAE, 2016) tem um resultado bastante parecido no Brasil. Isto porque, 48% dos empreendedores possuem ensino médio ou técnico completo, 37% possuem o ensino fundamental completo ou menos e bons 19% superior incompleto ou mais. Olhando de forma detalhada o grande destaque dos MEI's brasileiros fica por conta dos empresários com ensino médio ou técnico completo, com mais de 44% do total.

Gráfico 1: Grau de instrução dos empresários entrevistados



FONTE: Dados levantados pela Pesquisa (2016).

Explorando mais profundamente a pesquisa do SEBRAE (2016) referente ao perfil do microempreendedor individual brasileiro pode-se trazer ainda outros números interessantes. No que tange à classe social do MEI, destaca-se as classes médias e altas, em um total de 92,3%, resultado diferente do vivido pela população brasileira onde apenas 67% encontram-se nestas classes.

Quando foi identificada a raça/cor dos empreendedores brasileiros, 45,6% destes se classificam como “pardo” que inclui os termos moreno, mulato, mestiço, cafuzo, caboclo e outros, e 42,3% enquadram-se como “branco”, identifica-se assim que 87,9% dos MEI's classificam-se nestas duas categorias. Estas informações foram usadas como subsídio complementar para a aplicação da pesquisa, trazendo dados referentes aos empreendedores do Brasil.

4.2. Caracterização das empresas pesquisadas

As empresas formalizadas no Brasil estão divididas em diferentes setores de atuação, comércios, prestadores de serviços e indústrias movimentam a economia do país, criando empregos e renda, não podendo esquecer dos agricultores. O empreendedor individual não contempla atividades agrícolas, pela legislação diferenciada na qual é tratada. Com uma relação direta na formalização dos empreendedores individual no SEBRAE os gestores evidenciam diariamente o grande número de prestadores de serviço e comerciantes que procuram o registro, para usufruir dos benefícios que o MEI disponibiliza.

No total de entrevistados houve um equilíbrio entre dois setores de atuação, com 44% dos empresários nos setores de comércio e serviços. As pessoas formalizadas como proprietários de indústrias somam 12%. Estes números comparados com os do Brasil, conforme pesquisa do Perfil do Microempreendedor Individual (SEBRAE, 2016), são bastante equivalentes, temos em todo o território nacional, 39,3% dos MEI's no setor de comércio, 36,7% no setor de serviços e 14,7% no setor da indústria.

A Lei complementar 128 de 19 de dezembro de 2008, criou condições especiais para que os trabalhadores informais e os novos empreendedores pudessem legalizar o seu negócio. Pelo

curto tempo de existência o MEI possui empresas jovens que estão em maturação, buscando espaço no mercado e empresários com bastante conhecimento do produto que oferecem, mas ainda com uma gestão básica.

Tradicionalmente conhecido como o período crucial para manter a empresa no mercado, do total de entrevistados 70% possuem até dois anos como proprietários do seu próprio negócio, um número considerável e passível de acompanhamento para que estes consigam permanecer competitivos no mercado. Apenas 6% estão no mercado a mais de quatro anos, pessoas que permanecem desde o princípio da formalização e outros 24% estão entre três e quatro anos.

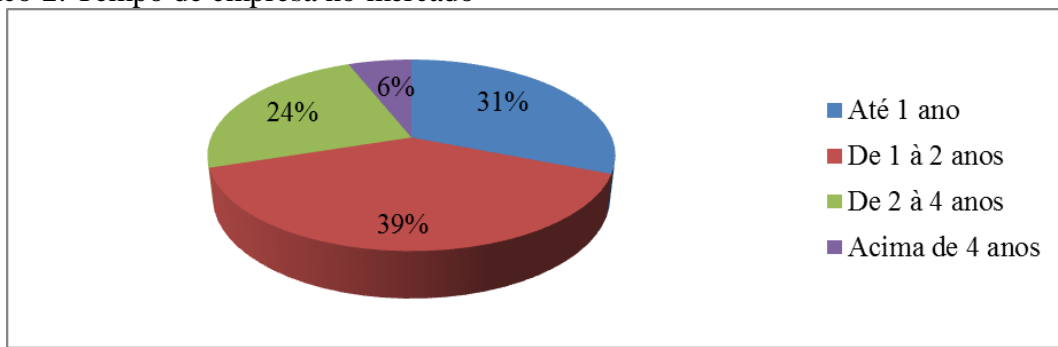
Hoje se encontra empresas há mais tempo no mercado, incluídas no Microempreendedor Individual, são Microempresas que fizeram à migração, mudaram o seu enquadramento fiscal, o Governo Federal possibilita esta alteração para aquelas empresas que não ultrapassam o faturamento de 60 mil reais por ano e nem possuem mais de um funcionário.

Esta migração pode ocorrer uma vez ao ano, sempre dentro do mês de janeiro, este também é o prazo que os MEI's têm para alterarem o seu enquadramento, ultrapassando o faturamento permitido é necessária à alteração, os ganham de fazer neste período são a permanência do mesmo CNPJ e o seu histórico empresarial, caso estes não o façam neste período, são obrigados a dar baixa e abrir uma nova empresa na modalidade Microempresa.

Na pesquisa o Perfil do Microempreendedor Individual 2013 (SEBRAE, 2016), os empreendedores formalizados foram perguntados se pretendem faturar mais de 60 mil reais com a sua empresa nos próximos anos, o número de pessoas que afirmaram positivamente foi de 84%, resultado bem superior ao de 2012 onde 70% afirmavam que sim.

Esta é a expectativa que o governo federal espera desde o lançamento do programa, tirar os empreendedores da informalidade e impulsionar os seus negócios com uma taxa tributária baixa, fazendo com que cresçam e necessitem migrar para modalidades com os tradicionais tributos cobrados.

Gráfico 2: Tempo de empresa no mercado



FONTE: Dados levantados pela Pesquisa (2016).

Ainda conforme a pesquisa o perfil do microempreendedor individual 2013 (SEBRAE, 2016), podemos destacar alguns pontos, como os motivos que levaram a formalização, 78,5% dos entrevistados citaram benefícios que a formalização trás para a sua empresa, como ter uma empresa formal, possibilidade de emitir nota fiscal, facilidade de abrir a empresa, possibilidade de crescimento, dentre outros.

Os outros 21,5% destacam que os benefícios do INSS foram o principal motivo para o registro. Foi analisada também a ocupação antes da formalização, os empreendedores que trabalhavam com carteira assinada eram 40,6%, já os empreendedores informais (sem CNPJ) somavam 30,6%.

4.3. Percepção e aplicabilidade das práticas ambientais na visão dos MEI's

O mundo corporativo vem alterando as suas perspectivas de competitividade de mercado. As empresas focavam as suas estratégias apenas na competição por preço, prazo, entrega e qualidade. Esta realidade não é diferente nos dias atuais, nem pode deixar de ser, mas os esforços começam a ser ampliados e temáticas voltadas para a gestão ambiental começam a ganhar corpo dentro do planejamento empresarial.

Diante desta realidade encontramos um crescimento elevado de Microempreendedores Individuais em todo o Brasil e uma curva que mostra um contínuo aumento para os próximos anos, entender os novos empresários e identificar as suas percepções e anseios torna-se fundamental para que estes cresçam de forma saudável e promissora. As questões ambientais são assuntos corriqueiros em reuniões de grandes empresas, que se usam destas ações para promover o seu produto ou serviço e buscam além do reconhecimento da sociedade retornos financeiros e marketing direto.

Em outra vertente, encontram-se os MEI's, empresários que possuem uma realidade diferente, trabalham sozinhos ou com o auxílio de um funcionário e por este motivo concentram os seus esforços no atendimento a demanda do seu cliente, deixando por muitas vezes o seu planejamento de lado em detrimento do cumprimento de prazos e da qualidade das entregas. Analisar as suas percepções e aplicação das temáticas em estudo é importante para direcionar estudos e ações para intensificar e disseminar os assuntos a eles.

Os 93 empresários foram colocados à frente de perguntas que instigaram a pensarem sobre as suas percepções e conhecimentos em relação ao assunto. O meio ambiente e suas inter-relações apareceu em pauta através da pergunta (Gráfico 3), qual das alternativas define melhor a temática Gestão Ambiental, com cinco opções de escolha, a opção todas as alternativas citadas foi escolhida por 61% dos entrevistados, demonstrando que os empresários consideram todas estas ações importantes e ferramenta de desenvolvimento do meio ambiente local e global.

As opções minimizar o desperdício de energia, água e papel com 16%, o plantio de árvores para reflorestamento com 11%, a separação do lixo para reciclagem com 8% e um planejamento estratégico voltado para decisões sustentáveis com 4% vieram na sequência.

Segundo Tachizawa (2002), a consciência ambiental e ecológica por parte das empresas resultou, na mitificação do conceito de qualidade do produto, que agora precisa ser ecologicamente viável, e não apenas lucrativo. Quando colocadas para avaliação todas às alternativas foram identificadas como importantes para o desenvolvimento empresarial, mostrando que os empresários possuem um bom grau de maturidade, pela valorização do assunto.

É notório o grande caminho que precisa ser percorrido para que as ações identificadas como importantes sejam realmente colocadas em prática, empresários com foco no resultado, sem setores definidos e trabalhando sozinhos tendem a fazer apenas o seu trabalho, sem envolvimento com um planejamento, mesmo que básico, do seu negócio.

Conforme discurso de um empresário do setor de prestação de serviços, *“falamos muito em todas estas opções, elas estão à frente de nossos olhos todos os dias, mas falta mais ação, acredito que todas estas são importantíssimas, mas se não forem tiradas do papel nunca teremos um país melhor”*. O empresário complementa afirmando que *“posso ações diárias, e todas que estão ao meu alcance são realizadas, trabalhamos em família na empresa e tento passar boas ações para todos que estão envolvidos”*.

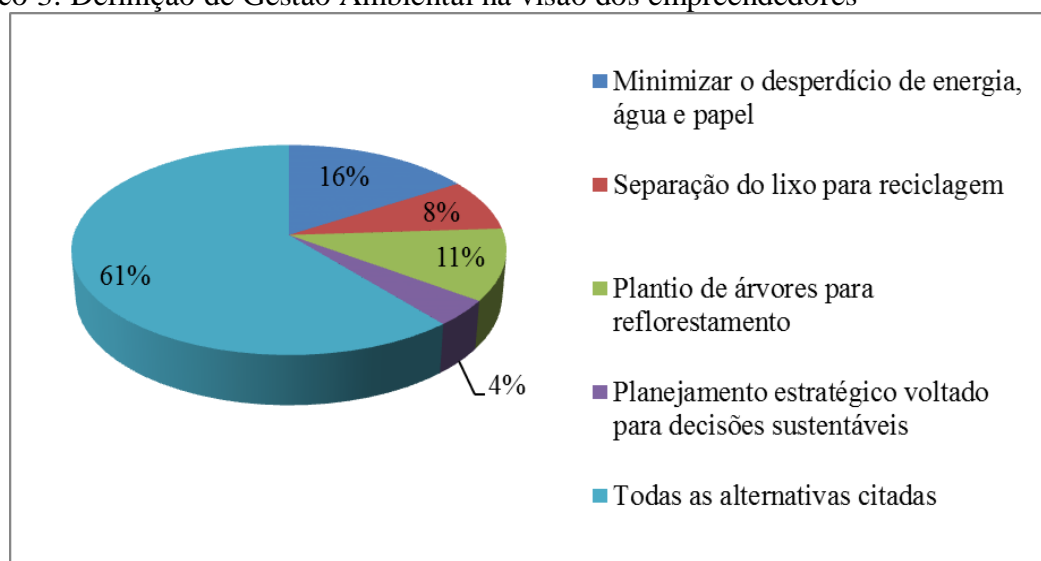
As empresas começam buscar alternativas de envolvimento no desenvolvimento sustentável da sociedade. Segundo Barbieri e Cajazeira (2009), muitas empresas se engajam espontaneamente na formulação de propostas de gestão ambiental coerentes com os propósitos do desenvolvimento sustentável, criando modelos de gestão que buscam reduzir a quantidade de materiais e energia por bem ou serviço produzido.

Percebe-se que esta migração para uma nova visão, vem acompanhada de novas virtudes e ideais, sempre atrelado ao desenvolvimento econômico que esta variável trás. Ao analisar o

MEI, este é hoje a porta de entrada dos empresários na legalização do seu negócio, funciona como um impulsionador, através de adições fiscais, fazendo com que o empresário tenha todos os benefícios legais na formalização.

Órgãos como o SEBRAE, que servem como orientador na gestão vem mudando o seu foco de atendimento há estes empreendedores, e começa a formular capacitações e treinamentos básicos para eles, e incluindo as temáticas em estudo como forma de instigar e fazer pensar na mudança de cultura organizacional que é necessária. O oferecimento de novas soluções está atrelado ao interesse dos empresários em agregar conhecimento e mudar a sua visão na forma de gestão.

Gráfico 3: Definição de Gestão Ambiental na visão dos empreendedores



FONTE: Dados levantados pela Pesquisa (2016).

Atitudes simples a serem adotadas no dia a dia dos empreendimentos podem fazer grande diferença para torná-lo sustentável na prática. Seja na otimização da coleta seletiva à manutenção dos equipamentos de refrigeração; do aproveitamento da água da chuva para irrigação de jardins e limpeza de áreas externas à reutilização de embalagens e produtos de forma criativa e da preferência por equipamentos elétricos eficientes são bons exemplos a serem citados.

Sustentabilidade é consequência de um complexo modelo de organização que apresenta cinco características fundamentais: interdependência, reciclagem, parceria, flexibilidade e diversidade. Se estas características forem aplicadas às sociedades humanas, essas também poderão alcançar a sustentabilidade (CAPRA, 2006, *apud* ROSA, 2007).

Os empreendedores individuais de Ijuí/RS foram perguntados se considera importante o investimento em práticas sustentáveis pelas empresas, percebe-se que 74% dos MEI's responderam que consideram importante a adoção de práticas sustentáveis pelas empresas, 24% consideram parcialmente e apenas 2% desconsideram a necessidade de tais investimentos.

Um dos empresários que desconsidera estas questões comenta que *“trabalho sozinho, sem o auxílio direto de uma pessoa ou órgão que gerencie o meu negócio, não tenho tempo para pensar em ações de sustentabilidade, preciso focar em atender os meus clientes da melhor forma possível e buscar soluções econômicas para as minhas necessidades”*.

Esta fala demonstra uma cultura e uma realidade bastante encontrada nos MEI's atuais, que qualificam a empresa como simples arrecadadora de recursos financeiros, esta é a visão de muitos empresários, mesmo que a pesquisa como um todo mostra que a maioria considera em algum momento as temáticas sustentáveis. Ser sustentável requer pequenas atitudes diárias que

devem atingir também o modo como nos comportamos e agimos e considerá-las é um caminho que deve ser seguido por todos, principalmente empresas que estão entrando no mercado.

Práticas de Gestão Ambiental são desenvolvidas por pessoas físicas e jurídicas, em grande ou pequena proporção, conforme a disponibilidade e grau de importância que cada um considera. Os empreendedores individuais entrevistados foram colocados diante de algumas perguntas que através de uma escala identifica a sua importância, a escolha poderia ser entre um (pouco importante) a cinco (muito importante).

Segundo LACERDA *et al.* (2006), a gestão dos recursos hídricos no Brasil, principalmente nas indústrias mais antigas, sempre foi vista como um assunto de menor importância, pois a água era considerada um recurso inesgotável e abundante, não oferecendo o apelo econômico de outros custos variáveis, como energia e insumos químicos.

A água é um dos bens mais preciosos que possuímos é indispensável para a nossa sobrevivência, usá-la com consciência é fundamental. Quando perguntados qual o grau de importância de tratar e reutilizar a água no processo produtivo, 67% dos entrevistados consideram muito importante esta ação, 28% consideram importante, 3% foi indiferente e apenas 2% consideram parcialmente importante. A opção pouco importante não foi citada pelos empresários. Manter o seu uso controlado faz bem e ainda traz economia no dia a dia dos negócios.

Para um empresário da construção civil, *“utilizamos água da chuva e reutilizamos sempre que possível este procedimento traz uma economia no custo total da obra e um grande ganho para o meio ambiente”*. Importante notar que as vertentes econômicas e de conscientização estão enraizadas no pensamento do empresário, o que demonstra um ganho em ambos os setores.

Ações como a do empresário, demonstram que simples atitudes trazem bons retornos em diferentes áreas. Pode ser identificado ainda que o MEI trabalha com a maximização dos recursos para uma diminuição do custo de produção e muitas vezes, mesmo que indiretamente, contribui para uma conscientização sustentável de suas ações. O controle no uso da água entra como uma ferramenta crucial para se manter esta fonte por mais tempo ainda com baixos investimentos.

A visão geral das empresas em anos anteriores na criação de seus produtos estava focada principalmente em diminuir custos para maior agregação de valores. Hoje algumas empresas líderes de mercado em diversos setores comprometeram-se a tornar mais eficaz sua cadeia de valor, desde a origem das matérias-primas até o descarte de seu resíduo pós-consumo, trazendo uma nova visão para o mercado.

Segundo Tachizawa (2002), a gestão ambiental envolve a passagem do pensamento mecanicista para o pensamento sistêmico, onde a percepção do mundo como máquina cede lugar a percepção como um sistema vivo. Todos envolvidos buscam a melhoria da gestão dos seus resíduos, os empresários, diante desta nova visão trabalham para combater o alto índice de impacto dos seus produtos, considera-se aqui uma pequena mudança na parte funcional de um produto um grande ganho para todos os envolvidos.

Quando os empreendedores individuais foram perguntados, referente à importância da criação de produtos que provoquem o mínimo de impacto ambiental, 95% dos entrevistados consideram importante ou muito importante esta ação e apenas 5% se manteve indiferente a colocação. Isso mostra um interesse da classe, mas é necessário verificar na prática o real exercício desenvolvido por estes.

Conforme coloca um empresário que trabalha com fotografia, *“a simples alteração do papel onde faço a impressão das minhas fotos, trouxe uma grande alteração nos impactos ambientais que a antiga matéria-prima trazia, além de trazer ganhos financeiros para a empresa”*. Por indicação do seu fornecedor, o empreendedor começou a trabalhar com um

produto de composição diferenciada, ajudando assim o meio ambiente, mantém ainda o papel tradicional, mas hoje trabalha bastante com o novo material.

Com um crescimento econômico acelerado, é certo que a sua distribuição por países e setores tem profundo impacto sobre a integridade do meio ambiente, isso não é diferente na realidade no MEI, que foi lançado para impulsionar a economia e fomentar o empreendedorismo. A economia se entrelaça com o ambiente ecológico e estes precisam manter uma relação próxima, pois cada vez mais necessitam andar juntos, tanto no planejamento quanto na execução de todos os objetivos empresariais.

Nos dias atuais a economia ambiental edifica seus argumentos a partir das leis de mercado, e a economia ecológica apela à natureza para dar suporte a sua teoria dos fatos socioeconômicos e ambientais. Diante desta realidade, ações simples podem trazer grandes diferenças, tanto para o meio ambiente como para os negócios da organização.

As mudanças que as empresas fazem na compra da matéria-prima utilizada na fabricação de um produto ou na mudança de um fornecedor sempre são analisadas de duas formas a partir desta nova visão de mercado que vem ganhando força, no retorno financeiro que esta vai trazer e no ganho que o meio ambiente e a sociedade vão ter.

A partir de 2010 ficou estabelecida a Política Nacional de Resíduos Sólidos, que provocou mudanças na gestão de resíduos em todo o país, essa traz uma modificação tanto cultural quanto de hábitos, tendo como pontos principais a sustentabilidade, a proteção da saúde pública, a preservação do meio ambiente e a mudança de comportamento socioambiental do cidadão. Ela estabelece a responsabilidade compartilhada dos geradores de resíduos: fabricantes, importadores, distribuidores, comerciantes e o cidadão, onde todos precisam ter o controle dentro e no todo do seu processo.

Pode-se destacar dentro dos diversos pontos importantes estabelecidos pela lei, a logística reversa, que se caracteriza por um conjunto de ações, procedimentos e meios destinados a viabilizar a coleta e a reutilização dos resíduos sólidos ao setor empresarial, para o reaproveitamento, em seu ciclo ou em outros ciclos produtivos, ou outra destinação final ambientalmente adequada.

Ao falar de MEI's, a criação de um sistema completo de resíduos sólidos torna-se um processo complexo e muitas vezes inviável, quando estes foram perguntados sobre o assunto, seguiram uma lógica natural de importância, ao todo 55% dos entrevistados consideram muito importante a adoção desta técnica, para 34% esta é importante e os demais 11% ficaram divididos entre parcialmente importante e indiferente.

Hoje são desenvolvidas pelos empreendedores ações básicas, os resíduos produzidos são encaminhados para o recolhimento via empresa de coleta do lixo urbana. Conforme empresário que trabalha com metalúrgica, *“tentamos ao máximo reutilizar as sobras da produção, tanto em um conserto como na fabricação de produtos menores, o que não há possibilidade é deixado no lixo comum para recolhimento”*. Esta atitude pode trazer grandes prejuízos para a população, pois há caminhos diferentes para o destino dos resíduos.

Falar em sistema de resíduos sólidos ecoa com bastante desentendimento por parte dos empresários, não há uma perspectiva animadora, hoje não se vê por parte dos empresários e governantes ações de união de todos os órgãos para a criação de um sistema conjunto.

Conforme verificado na pesquisa muitos dos empreendedores não identificam que os seus produtos geram detritos, o que é preocupante para os dias atuais. Hoje qualquer atividade gera, mesmo que de forma reduzida, resíduos dos mais diversos, e estes precisam ter um destino adequado e condizente com o grau de contaminação que gera para o meio ambiente.

Preferir comprar em lojas e fornecedores que desenvolvam práticas socioambientais conscientes, pois assim adquirimos produtos que irão contribuir para a construção de um planeta melhor, essa é uma busca constante de boa parte da população que muda os seus hábitos e

costumes, as empresas quando fazem à compra de seus suprimentos e matéria-prima, começam a analisar desta forma e levam em consideração na escolha do fornecedor.

Foi questionado aos MEI's se estes consideram importante dar preferência para a compra de matéria-prima de empresas que também sigam os princípios da Responsabilidade Ambiental, 71% consideram muito importante, 23% importante e 6% consideram-se indiferentes, as demais opções não foram mencionadas. Esse índice é bastante satisfatório, pois demonstra a preocupação destes novos fomentadores da economia, um empresário do ramo da indústria salienta, *“se quisermos nos tornar sustentáveis, precisamos estar em uma cadeia, onde todos se unem e trabalham juntos na busca de uma sociedade preocupada com as questões ambientais”*.

Para as empresas disponibilizarem um produto no mercado com uma proposta sustentável, o processo precisa iniciar antes mesmo da sua fabricação, pois todos os agentes envolvidos precisam estar alinhados com esta mesma sugestão, direção, fornecedores, funcionários, precisam estar engajados. Verifica-se uma preocupação dos empreendedores individuais pesquisados, e essa se reflete no produto final que é oferecido, mostram também aos seus fornecedores que são clientes críticos e buscam algo diferenciado.

O empreendedor individual busca se diferenciar das demais empresas para ser competitivo no mercado, a iniciativa de oferecer um produto ou levar um serviço a domicílio, o bom atendimento, a agilidade já são diferenciais utilizados, mas a vertente sustentável vem ganhando força e ofertar um produto com estas características torna-se mais uma ferramenta de competição.

A necessidade de energia cresce a cada período, para amparar o desenvolvimento dos países. É necessário, para acompanhar o ritmo e sustentar o crescimento sem desgastar os recursos naturais pesquisar novas maneiras sustentáveis de geração de energia, esta busca vem acontecendo, mas ainda em ritmo lento. As energias limpas/renováveis podem se tornar uma grande solução, pois são não poluentes e inesgotáveis, podem vir do sol, vento, além de resíduos de restos agrícolas e lixo orgânico, é um dos vetores de alavancagem mais importantes para uma nova era que se inicia, a era do desenvolvimento sustentável, mas estas esbarram ainda no alto investimento que se faz necessário para implementá-las, continuar trabalhando com as energias atuais torna-se mais cômodo e barato.

A importância em dar preferência, sempre que possível, para uso de fontes de energia limpas e renováveis no processo produtivo foi perguntada aos microempreendedores, onde, 66% consideram muito importante esta ação, 31% veem como importante e 3% se dizem indiferentes. O assunto ainda, como foi possível perceber, é pouco explorado e muitas vezes desconhecido pelos empresários.

Um dos entrevistados na pesquisa possui um sistema de captação de energia solar em sua casa, e utiliza também para a sua empresa, conforme o empresário, *“o investimento foi alto, ainda o uso é tímido na nossa região, tive receio em instalar, pois não sabia como iria reagir, mas depois de dois anos com o sistema instalado, é possível ver bons retornos, e uma grande economia na energia elétrica”*.

Um dos impeditivos é sem dúvida o elevado custo de instalação, o retorno médio ocorre em até 10 anos, torna-se vantajoso principalmente para as pessoas que possuem um alto gasto médio de energia, mas sem dúvida é um investimento que vai trazer retornos, tanto na diminuição dos gastos como para o meio ambiente.

Conforme fala dos empresários durante a pesquisa, é muito cômodo o uso da energia atual, com uma grande facilidade de tela, mesmo cobrando bem por isso, o investimento em novas energias ainda é muito elevado e a cultura empresarial muito tradicional.

Os interesses econômicos estão presentes em todas as ações tomadas pelas empresas, que buscam a saúde financeira do seu negócio, hoje o homem com uma tecnologia cada vez mais moderna, passa a intervir no meio ambiente como jamais se imaginou. Essas alterações

geraram uma grande preocupação dos ambientalistas em frear ou desacelerar o ritmo incessante de destruição ambiental.

Os interesses econômicos estão presentes em todas as ações tomadas pelas empresas, que buscam a saúde financeira do seu negócio, hoje o homem com uma tecnologia cada vez mais moderna, passa a intervir no meio ambiente como jamais se imaginou. Essas alterações geraram uma grande preocupação dos ambientalistas em frear ou desacelerar o ritmo incessante de destruição ambiental.

O que se pode ver nos dias atuais, são rios totalmente poluídos, o desmatamento aumentando em níveis muito preocupantes, lixo jogados em todos os lugares, e o que se pode esperar é que a população vai pagar a conta por todo este descaso. As empresas, diante desta realidade, desenvolvem ações preventivas, buscam o destino correto para resíduos e investem em reflorestamento e demais ações corretivas ao meio ambiente.

Nunca adotar ações que possam provocar danos ao meio ambiente como, por exemplo, poluição de rios e desmatamento, foi uma pergunta colocada para análise, conforme opinião dos empreendedores, 67% consideram a ação muito importante, 26% importante e 7% se mostrou indiferente. Ações simples e diárias podem fazer grande diferença na rotina das empresas, de todos os portes, pois é através destas que se evitam danos ao ambiente, conscientizar-se é o melhor negócio.

Ao analisar a realidade vivida pelo empreendedor individual, e o grande número de empresárias formalizadas no município de Ijuí, temos um universo de mais de duas mil pessoas que podem ser atingidas por projetos de conscientização para diminuição dos danos ao meio ambiente.

Hoje esses empreendedores desenvolvem ações esporádicas e simplificadas, mas que são de grande valor para melhora do ambiente. É preciso que todos vejam os benefícios e ganhos que há no desenvolvimento de uma atuação ambientais, para que assim o respaldo financeiro não seja um impeditivo para o incremento de novas ações.

Os empreendedores foram colocados diante de diversas realidades e questões de grande relevância para o aperfeiçoamento de sua gestão ambiental. Trabalhar uma cultura sustentável na cabeça dos novos empreendedores de Ijuí/RS é um passo importante para os inúmeros desafios que estes são expostos todos os dias.

O MEI é uma realidade no país, e precisa de uma atenção especial, para que os novos empresários cresçam de forma promissora. É possível perceber na fala dos empresários uma visão otimista dos assuntos analisados na pesquisa, mesmo que timidamente ações são desenvolvidas e são diferenciais para as comunidades em que as empresas estão inseridas.

Há empresários que concordam, tais ações precisam ser incluídas no planejamento mesmo que informalmente, devido a sua importância e complexidade, ter atuação sustentável de auxílio e cuidado com a comunidade e meio ambiente, demonstra interesse e uma nova visão de mercado dos empresários. Ainda é grande o número de empreendedores individuais sem planejamento, trabalham mesmo que registrados, informalmente, sem controle algum das suas ações diárias.

CONCLUSÃO

A urgência de buscar e incorporar os princípios da sustentabilidade para os novos negócios coloca as empresas diante de grandes desafios, estas precisam entender a amplitude dessa temática e criar mecanismos para incorporar no dia a dia um jeito moderno de fazer as ações, onde não só a empresa saia ganhando, mas também os fornecedores, clientes, meio ambiente e sociedade.

As questões relacionadas à responsabilidade ambiental das empresas ganham força cada dia por estarem presentes no planejamento de grandes organizações. A sociedade começa a

fiscalizar, mesmo que informalmente, as atividades desenvolvidas para o fomento de novas ferramentas de gestão pensadas para a sustentabilidade do negócio e das comunidades em que estão inseridas. No entanto, esta discussão não está normalmente presente nas ações das empresas do MEI. Supõe-se que pela informalidade de planejamento e pela atuação ser local, não tendo os reflexos de uma competição globalizada.

No Brasil surgem a cada dia novos empreendedores, pessoas com diferentes ideias e perfis que investem em novos negócios, produtos e serviços diferenciados e que buscam atender as necessidades dos consumidores. O Microempreendedor Individual é um caminho para a formalização dos empreendimentos, uma forma de fomentar o registro sem as altas taxas tributárias existentes e de tirar da informalidade um grande número de pessoas.

Devido a este aumento considerável de novos empreendedores, hoje há mais de quatro milhões de pessoas formalizadas no país, que o fomento as questões socioambientais precisam ganhar força e serem estimuladas, conhecer o perfil e entender como desempenham as suas funções é fundamental para poder criar condições e incentivos aos empreendedores.

Hoje as atividades desempenhadas pelos MEI's, concentram-se nos setores de prestação de serviços e comércio, ao olharmos por gênero, verifica-se uma concentração maciça de empreendedoras formalizadas no setor de comércio, já do lado masculino o predomínio é de prestadores de serviço. Em sua maioria, empresários formalizados nas atividades mais comuns, como comércio de artigos do vestuário e acessórios e obras de alvenaria.

Referente ao entendimento dos empreendedores sobre as temáticas ambientais, é possível perceber que há conhecimento dos assuntos, e da importância dos mesmos para o crescimento da economia e da sociedade em que a empresa está inserida. Referente a todos os pontos trabalhados é possível verificar uma uniformidade nas avaliações, e na fala dos empresários.

Conhecer estes novos empresários que entram no mercado torna-se gratificante, verificar as suas preocupações, dificuldades, anseios e também as suas conquistas diárias é importante para entendê-los mais a fundo, conhecimento este que vou levar para a vida e para o meu trabalho diário, conseguindo indicar assim as melhores ferramentas de auxílio e fomento ao desenvolvimento gerencial e sustentável destes negócios.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BARBIERI, J. C. **A gestão empresarial**: conceitos, modelos e instrumentos. São Paulo, 2004.

BARBIERI, J. C., CAJAZEIRA, J. E. R. **Responsabilidade social empresarial e empresa sustentável**: da teoria à prática. São Paulo. Editora Saraiva, 2009.

BRUNSTEIN, Israel, BUZZINI, Regina Rosa. **Análise das estratégias ambientais (ecoestratégias) e das estratégias de qualidade no setor cerâmico**: estudo de casos. In: XVIII Enegep e 4º Congresso Internacional de Engenharia Industrial. Rio de Janeiro, 1998.

CAMPOS, Lucila M. de Souza; ALBERTON, Anete. Sistemas de gestão ambiental (SGA) para pequenas empresas. In. PREVIDELLI, José J.; MEURER, Vilma. **Gestão da micro, pequena e média empresa no Brasil**: uma abordagem multidimensional. São Paulo: Ed. Unicorpore, 2005.

DAROIT, Dorian. **A teoria organizacional e o tratamento econômico da gestão ambiental**. In: ENCONTRO DO ANPAD, 30, 2006, Salvador. **Anais...** Salvador, BA: 2006, 1 CD-ROM.

EPELBAUM, Michel. **A Influência da Gestão Ambiental na competitividade e no sucesso empresarial.** São Paulo, USP, 2004. Dissertação. Departamento de Engenharia a Produção.

FARIAS, Josivânia Silva; TEIXEIRA, Rivanda Meira. **A pequena e micro empresa e o meio ambiente: a percepção dos empresários em relação aos impactos ambientais.** O&S, v.9, n.23, jan-abr. 2002, p. 99-113.

FLORIANO, Fernanda; SOUZA, Antonia Egídia de; CORRÊA, Hamilton Luiz. **Impacto Ambiental:** Estudo no Arranjo Produtivo Local de Calçados de São João Batista/SC. In: ENCONTRO DO ANPAD, 31, 2007, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro, RJ: 2007, 1 CD-ROM.

LACERDA, L.P, *et. al.* **A. Racionalização do uso de água: Projetos de minimização de consumo numa indústria de pigmento.** XVI Congresso Brasileiro de Engenharia Química. III Congresso Brasileiro de Termodinâmica Aplicada – CBTERMO. 2006.

PORTAL DO EMPREENDEDOR. Disponível em <<http://www.portaldoempreendedor.gov.br/>>. Acesso em 02 de janeiro de 2016.

PREVIDELLI, José J.; MEURER, Vilma. **Gestão da micro, pequena e média empresa no Brasil:** uma abordagem multidimensional. São Paulo: Ed. Unicorpore, 2005.

SEBRAE. Disponível em <<http://www.ead.sebrae.com.br/Bibliotecaonline/>>. Acesso em 26 de fevereiro de 2016.

SEBRAE. Disponível em <<http://www.sebrae.com.br/estudos-e-pesquisas/PerfildoMicroempreendedorIndividual2013>>. Acesso em 19 de abril de 2016.

VERGARA, S. C. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração.** São Paulo: Atlas, 1997.

VEIGA, José Eli da. **Meio ambiente e desenvolvimento.** São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2006. (Série Meio Ambiente; 5/ coordenação José de Ávila Aguiar Coimbra).

TACHIZAWA, Takeshy. **Gestão Ambiental e Responsabilidade Social Corporativa:** estratégias de negócios focadas da realidade brasileira. São Paulo. Editora Atlas, 2002.