



NILTON DOS SANTOS PORTUGAL

**GESTÃO E SUSTENTABILIDADE: UM ESTUDO
SOBRE AS AÇÕES E AS PERCEPÇÕES DOS
MICROEMPREENDEDORES INDIVIDUAIS DA
MICRORREGIÃO DE VARGINHA-MG**

LAVRAS - MG

2014

NILTON DOS SANTOS PORTUGAL

**GESTÃO E SUSTENTABILIDADE: UM ESTUDO SOBRE AS AÇÕES E
AS PERCEPÇÕES DOS MICROEMPREENDEDORES INDIVIDUAIS DA
MICRORREGIÃO DE VARGINHA-MG**

Tese apresentada à Universidade Federal de Lavras, como parte das exigências do Programa de Pós-Graduação em Administração, área de concentração em Gestão de Negócios, Economia e Mercados, para a obtenção do título de Doutor.

Orientador

Dr. Ricardo Pereira Reis

Coorientadora

Dra. Sabrina Soares da Silva

LAVRAS - MG

2014

**Ficha Catalográfica Elaborada pela Coordenadoria de Produtos e
Serviços da Biblioteca Universitária da UFLA**

Portugal, Nilton dos Santos.

Gestão e sustentabilidade : um estudo sobre as ações e as percepções dos microempreendedores individuais da microrregião de Varginha-MG / Nilton dos Santos Portugal. – Lavras : UFLA, 2014.

196 p. : il.

Tese (doutorado) – Universidade Federal de Lavras, 2014.

Orientador: Ricardo Pereira Reis.

Bibliografia.

1. Microempreendedor individual. 2. Empreendedorismo. 3. Gestão. 4. Sustentabilidade. I. Universidade Federal de Lavras. II. Título.

CDD – 658.022098151

NILTON DOS SANTOS PORTUGAL

**GESTÃO E SUSTENTABILIDADE: UM ESTUDO SOBRE AS AÇÕES E
AS PERCEPÇÕES DOS MICROEMPREENDEDORES INDIVIDUAIS DA
MICRORREGIÃO DE VARGINHA-MG**

Tese apresentada à Universidade Federal de Lavras, como parte das exigências do Programa de Pós-Graduação em Administração, área de concentração em Gestão de Negócios, Economia e Mercados, para a obtenção do título de Doutor.

APROVADA em 26 de novembro de 2014.

Dr. Gideon Carvalho de Benedicto	UFLA
Dr. Hélio Lemes Costa Júnior	UNIFAL-MG
Dr. Luiz Marcelo Antonialli	UFLA
Dr. Paulo Roberto Rodrigues de Souza	UNIFAL-MG

Dr. Ricardo Pereira Reis
Orientador

Dra. Sabrina Soares da Silva
Coorientadora

LAVRAS – MG

2014

AGRADECIMENTOS

A Deus, pela saúde e sabedoria.

Aos professores Ricardo e Sabrina, pelas orientações e pela paciência.

À minha esposa Lidiane e aos meus filhos, Igor e Nicole, pela compreensão e confiança.

Aos meus pais, pelo exemplo e pela inspiração.

Ao meu irmão Pedro, pelos debates e pela parceria.

Aos professores do programa, pelo apoio e pelos conhecimentos.

Aos colegas discentes, pelo companheirismo e pela alegria.

RESUMO

A presente pesquisa foi desenvolvida com o objetivo de descrever as ações e as percepções dos microempreendedores individuais e se justifica pela importância socioeconômica desta nova caracterização empresarial e pela projeção do crescimento de sua formalização, que retrata números e percentuais de relevante contribuição para o desenvolvimento do país. Com o objetivo de compreender os padrões de gerenciamento e sustentabilidade, o estudo se caracterizou como descritivo, de natureza quantitativa, optando-se pelo *survey*, com a aplicação de questionários estruturados em uma amostra de 391 empreendedores na microrregião de Varginha-MG. Foi possível evidenciar limitações nos padrões de gerenciamento destes empreendedores e compreender que suas prioridades, representadas pelas ações gerenciais, concentram-se na satisfação momentânea do cliente e no controle financeiro do negócio. Quanto às ações relacionadas à sustentabilidade, pela pesquisa revelou-se um baixo envolvimento dos microempreendedores com as questões sociais e ambientais. Destacaram-se a falta de diretrizes voltadas à preservação ambiental e o desinteresse pelo voluntariado. Contudo, as percepções de que a adoção de ações voltadas à preservação do meio ambiente pode assegurar melhores condições de vida às futuras gerações e a crença de que atitudes relacionadas à melhoria e bem estar do ser humano podem proporcionar vantagens para a empresa foram frequentes. Pelos resultados apontaram-se a existência de relações entre as variáveis escolaridade e idade e as ações de gestão e as ações e percepções de cunho sustentável. E, ainda, a não influência de variáveis como renda familiar, Índice de Desenvolvimento Humano do município e sexo nas ações e percepções dos microempreendedores individuais.

Palavras-chave: Microempreendedor Individual. Empreendedorismo. Gestão. Sustentabilidade.

ABSTRACT

The present work was performed aiming to describe actions and perceptions of single micro-entrepreneurs. It is relevant due to the socio-economic importance of this new firm-related characterization, and due to the growth projection of its formalization, which depicts numbers and percentages of relevant contribution for the country development. Seeking to understand the management and sustainability patterns, we performed a quantitative descriptive study using an unstructured questionnaire for the survey on a sample of about 391 enterprising of Varginha, State of Minas Gerais, Brazil. We found restrictions on the management pattern of these entrepreneurs. We also found that their priorities, represented by the management actions, are focused on customer momentary satisfaction and on the business financial control. Regarding actions related to sustainability, we found low micro-entrepreneurs involvement with social and environmental issues. Was highlighted the lack of guidelines focused on environmental preservation, and the lack of interest in volunteering. The understanding of that the adoption of actions focused on the environmental preservation may assure best living conditions for the future generations, and the belief of that attitudes related to improvement and human welfare may provide advantages for the company were commonly found. Therefore, relations between schooling and age, and between management and understanding actions of sustainable stamp were found. Besides, was also found the non influence of family income, human development index, and gender on actions and on the understanding of these single micro-entrepreneurs.

Key-words: Single micro-entrepreneurs. Entrepreneurship. Management. Sustainability.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1	Modelo conceitual das ações e percepções dos microempreendedores individuais relacionados à gestão e à sustentabilidade.....	62
Figura 2	Localização geográfica da microrregião de Varginha, MG.....	69
Figura 3	Divisão e localização dos municípios na microrregião de Varginha, MG.....	71
Quadro 1	Definições de empreendedor e empreendedorismo.....	20
Quadro 2	Síntese dos descritivos e resultados das hipóteses da pesquisa, semestre1/2014.....	167

LISTA DE TABELAS

Tabela 1	Dados econômicos e de desenvolvimento dos municípios na microrregião de Varginha-MG, 2010-2013	73
Tabela 2	Quantidade de microempreendedores individuais por município na microrregião Varginha-MG, semestre1/2014	75
Tabela 3	Distribuição da amostra dos MEI's na microrregião de Varginha-MG, por município, semestre1/2014	77
Tabela 4	Quantidade de MEI's pesquisados na microrregião de Varginha-MG, por município, semestre1/2014	79
Tabela 5	Distribuição de frequência referente à idade dos pesquisados, semestre1/2014	84
Tabela 6	Tabulação cruzada entre idade e escolaridade dos microempreendedores individuais, semestre1/2014	86
Tabela 7	Atividades econômicas dos MEI's pesquisados, semestre1/2014	87
Tabela 8	Tabulação cruzada entre atividade econômica e a variável possui empregado, semestre1/2014.....	88
Tabela 9	Microempreendedores individuais pesquisados que se configuram ou não por empresa familiar, semestre1/2014	89
Tabela 10	Tabulação cruzada entre as variáveis configuração da empresa e possui ou não empregado, semestre1/2014	90
Tabela 11	Tabulação cruzada entre as variáveis atividade econômica do MEI e a configuração (familiar e não familiar), semestre1/2014 ...	91
Tabela 12	Tempo de existência da empresa, semestre1/2014	92
Tabela 13	Tabulação cruzada entre as variáveis tempo de existência da empresa e atividade econômica, semestre1/2014	94

Tabela 14	Ranking médio das respostas por variável da temática gestão, dos 391 respondentes, semestre1/2014	98
Tabela 15	Ranking médio por dimensão e variável da temática gestão, dos 391 respondentes, semestre1/2014	102
Tabela 16	Descritivo e ranking médio das respostas por variável da temática sustentabilidade, dos 391 respondentes, semestre1/2014	106
Tabela 17	Ranking médio das respostas por dimensão e variável da temática sustentabilidade, dos 391 respondentes, semestre1/2014	109
Tabela 18	Correlações entre as ações de gerenciamento e as ações e percepções de cunho sustentável, semestre1/2014	112
Tabela 19	Correlações entre o grau de escolaridade do MEI e as ações de gestão, semestre1/2014	119
Tabela 20	Correlações entre o grau de escolaridade do MEI e as ações e percepções relacionadas ao gerenciamento sustentável, semestre1/2014	121
Tabela 21	Correlações entre a idade do MEI e as ações e as percepções relacionadas à sustentabilidade, semestre1/2014	123
Tabela 22	Correlações entre a renda média familiar dos municípios e as ações e percepções de cunho ambiental, semestre1/2014	125
Tabela 23	Correlações entre o IDH-M e as ações relacionadas à gestão e à sustentabilidade e as percepções de cunho sustentável dos MEI's, semestre1/2014	127
Tabela 24	Função discriminante canônica dos MEI's por IDH-M, semestre1/2014	128

Tabela 25	Resultados da análise discriminante dos MEI's, por IDH-M, com as etapas de extração, estatística Wilks' Lambda e nível de significância para cada variável, semestre1/2014	130
Tabela 26	Tabulação cruzada entre as variáveis clusters (gestão) e escolaridade dos microempreendedores individuais pesquisados, semestre1/2014	134
Tabela 27	Tabulação cruzada entre as variáveis clusters (gestão) e o IDH-M, semestre1/2014.....	135
Tabela 28	Função discriminante canônica dos clusters (gestão), semestre1/2014	136
Tabela 29	Resultados da análise discriminante dos clusters (gestão) com as etapas de extração, estatística Wilks' Lambda e nível de significância para cada variável, semestre1/2014	137
Tabela 30	Tabulação cruzada entre as variáveis clusters (sustentabilidade) e escolaridade dos microempreendedores individuais pesquisados, semestre1/2014	143
Tabela 31	Tabulação cruzada entre as variáveis clusters (sustentabilidade) <i>versus</i> idade dos microempreendedores individuais pesquisados, semestre1/2014	145
Tabela 32	Função discriminante canônica dos clusters (sustentabilidade), semestre1/2014.	146
Tabela 33	Resultados da análise discriminante dos clusters (sustentabilidade) com as etapas de extração, estatística Wilks' Lambda e nível de significância para cada variável, semestre1/2014	148
Tabela 34	Resumo do teste de hipótese IDH-M <i>versus</i> variáveis de gestão, semestre1/2014	152

Tabela 35	Resumo do teste de hipótese IDH-M <i>versus</i> variáveis relacionadas à dimensão ambiental da sustentabilidade, semestre1/2014	154
Tabela 36	Resumo do teste de hipótese sexo <i>versus</i> variáveis relacionadas à dimensão social da sustentabilidade, semestre1/2014.....	156
Tabela 37	Tabulação cruzada entre as variáveis sexo <i>versus</i> as ações e percepções de cunho social (temática sustentabilidade), semestre1/2014	159
Tabela 38	Função discriminante canônica dos MEI's (variável sexo), semestre1/2014	162
Tabela 39	Resultados da análise discriminante dos MEI's (variável sexo) com as etapas de extração, estatística Wilks' Lambda e nível de significância para cada variável, semestre1/2014	163
Tabela 40	Correlação do percentual de MEI's pela população <i>versus</i> o IDH-M, semestre1/2014	164
Tabela 41	Relação dos municípios com IDH-M em ordem decrescente, semestre1/2014	164
Tabela 42	Relação dos municípios com percentual de MEI's pela população total em ordem crescente, semestre1/2014	166

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	14
1.1	Questões da pesquisa	16
1.2	Objetivos	16
1.3	Justificativas	17
1.4	Estrutura do trabalho	17
2	REFERENCIAL TEÓRICO	19
2.1	Empreendedorismo	19
2.1.1	Evolução teórica do empreendedorismo	21
2.1.2	As influências e contribuições dos pequenos negócios na economia brasileira	26
2.1.3	Gerenciamento dos pequenos negócios	30
2.2	Desenvolvimento econômico	39
2.2.1	Desenvolvimento sustentável	43
2.2.2	Correntes econômicas e a sustentabilidade	45
2.3	Empreendedorismo sustentável	58
3	MODELO CONCEITUAL E ANALÍTICO	61
4	METODOLOGIA	64
4.1	Tipologia da pesquisa	64
4.2	Instrumento de coleta de dados	65
4.3	Variáveis da pesquisa	65
4.3.1	Variáveis de agrupamento por perfil do microempreendedor	66
4.3.2	Variáveis de agrupamento por características da empresa	66
4.3.3	Variáveis relacionadas à temática gestão	66
4.3.4	Variáveis relacionadas à temática sustentabilidade	68
4.4	Caracterização da região em estudo	69
4.5	População e amostra da pesquisa	74
4.6	Análise dos dados	79
5	RESULTADOS E DISCUSSÃO	83
5.1	Perfil dos microempreendedores individuais	83
5.2	Caracterização das empresas	87
5.3	Análises descritivas das ações e percepções dos MEI's	96
5.3.1	Ranking médio das variáveis de gestão	96
5.3.2	Ranking médio das variáveis de sustentabilidade	105
5.4	Análises multivariadas entre o perfil e as características dos MEI's e suas ações e percepções	111
5.4.1	Correlações entre perfil, características, ações e percepções	111
5.4.1.1	Correlações entre as variáveis de gestão e sustentabilidade	111
5.4.1.2	Correlações entre escolaridade do MEI e as variáveis de gestão	118

5.4.1.3	Correlações entre escolaridade do MEI e as variáveis relacionadas à sustentabilidade	120
5.4.1.4	Correlações entre idade do MEI e as variáveis relacionadas à sustentabilidade.....	122
5.4.1.5	Correlações entre renda média familiar dos municípios e as variáveis relacionadas à dimensão ambiental.....	124
5.4.1.6	Correlações entre IDH-M e as variáveis relacionadas à gestão e à sustentabilidade.....	126
5.4.2	Análise discriminante das ações e percepções dos MEI's de municípios com diferente IDH-M.....	128
5.4.3	Análise de clusters formados por ações de gerenciamento.....	131
5.4.4	Variáveis que discriminam os clusters formados por ações de gerenciamento	136
5.4.5	Análise de clusters formados por ações e percepções de cunho sustentável.....	140
5.4.6	Variáveis que discriminam os clusters formados por ações e percepções de cunho sustentável.....	146
5.4.7	Testes das hipóteses H6, H7 e H8 com a comparação de médias.	150
5.4.8	Variáveis que discriminam as ações e percepções dos MEI's homens e mulheres.....	161
5.4.9	MEI's em relação à população total do município.....	163
5.5	Síntese dos resultados das hipóteses da pesquisa	167
6	CONCLUSÃO	168
	REFERÊNCIAS.....	174
	APÊNDICES	184

1 INTRODUÇÃO

O desenvolvimento econômico de um país decorre da sua capacidade em construir e administrar suas riquezas, criar e introduzir, em diferentes contextos, bens, serviços e tecnologia. Frente a essa realidade, o empreendedorismo se configura como mola propulsora para o desenvolvimento, contribuindo para o crescimento econômico, para uma melhor distribuição de renda e para a diminuição da pobreza de uma nação.

A compreensão do fenômeno empreendedorismo e de seus atores, suas características, percepções e ações pode contribuir para a promoção do desenvolvimento e apontar caminhos mais assertivos e apropriados para quem tende a ousar, como empreendedor. A produção, que se resume em combinações que geram novos produtos e pode gerar novas formas de se fazer e de comercializar, conjectura partes dos elementos básicos da compreensão Schumpeteriana sobre o fenômeno do empreendedorismo. Somam-se a isto os recursos financeiros, cuja disponibilidade, na maioria das vezes, depende de crédito para a viabilização das ações; a mudança, que, no contexto organizacional, pode ser induzida por forças endógenas ou exógenas à empresa, pela competição ou pelas influências do ambiente econômico; a ação empreendedora, exercida no curso das novas combinações da produção e comercialização; e as ações voltadas para o bom gerenciamento da empresa, focadas na estrutura interna e no mercado.

Cabe ressaltar, segundo dados da Global Entrepreneurship Monitor - GEM (2003), que o Brasil já ocupou o primeiro lugar no grupo de países mais empreendedores do mundo, porém, paralelo a tal performance, imperava o alto índice de mortalidade empresarial. De acordo com o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas - SEBRAE (2013b), em 2002, de cada 100 empresas constituídas, 49 não passavam do segundo ano de existência. Em 2008,

o número de empresas que não passavam do segundo ano de existência caiu de 49 para 27. Fatores como o controle da inflação, a redução das taxas de juros, a ampliação do crédito para pessoas físicas e o aumento do poder de compra das classes C, D e E foram determinantes para essa melhora. Somam-se a estes fatores a melhoria em aspectos qualitativos do empreendedor, tais como: aumento na quantidade de tempo de estudos, a formação técnica e superior e a experiência adquirida pela vivência em outras empresas.

Estimular o empreendedorismo é crer na capacidade do indivíduo em inovar, criar novos negócios, empregar pessoas e gerar riquezas. Todavia, ressalta-se que a geração de riqueza, de fato, só se justificará se abarcar a preocupação com a sustentabilidade, objetivando um equilíbrio entre desenvolvimento econômico, qualidade de vida atual e futura e meio ambiente mais limpo e saudável. Nesse sentido, uma nova corrente empreendedora vem surgindo, o empreendedorismo sustentável, que se alicerça nas dimensões social, ambiental e econômica, incentivando o empreendedor a buscar oportunidades socialmente justas, ambientalmente corretas e economicamente viáveis, denominado *triple bottom line*.

Assim, baseado na importância do empreendedorismo e do desenvolvimento tanto econômico quanto sustentável para um país, sociedade e organizações, a presente pesquisa se caracteriza por um estudo sobre as ações e as percepções do microempreendedor individual (MEI), menor caracterização empresarial do Brasil, tendo, como procedimentos metodológicos, a adoção de um *survey*, e, como instrumento de coleta de dados, o questionário estruturado, aplicado em uma amostra de microempreendedores na microrregião de Varginha-MG, utilizando-se das técnicas estatísticas descritiva e multivariada para as análises dos dados e a discussão dos resultados.

1.1 Questões da pesquisa

Quais práticas de gestão têm sido adotadas pelos microempreendedores individuais (MEI's) da microrregião de Varginha-MG? Quais têm sido as ações e as percepções desses microempreendedores no que se refere à sustentabilidade (social, ambiental e econômica) dos seus negócios?

1.2 Objetivos

O objetivo geral deste estudo é compreender os padrões de gerenciamento e sustentabilidade dos microempreendedores individuais da microrregião de Varginha, situada no sul do estado de Minas Gerais.

Para o alcance desse objetivo, foram definidos os seguintes objetivos específicos:

- a) Descrever o perfil e as características dos microempreendedores individuais, como pessoas física e jurídica.
- b) Identificar as ações de gerenciamento e as ações e percepções de cunho sustentável, mais e menos trabalhadas pelos microempreendedores individuais, e suas relações.
- c) Analisar a influência das variáveis escolaridade, idade e sexo do microempreendedor individual em suas ações de gestão e em suas ações e percepções relacionadas à sustentabilidade.
- d) Averiguar a existência de relações das variáveis renda média familiar e Índice de Desenvolvimento Humano do Município com as variáveis que representam as ações de gestão e as ações e percepções relacionadas à sustentabilidade.

- e) Verificar a relação entre o Índice de Desenvolvimento Humano e os percentuais de microempreendedores individuais dos municípios.

1.3 Justificativas

A importância socioeconômica dos micro e pequenos negócios e a projeção esperada de crescimento da formalização dos microempreendedores individuais, para os próximos anos, que retratam números e percentuais de relevante contribuição para o desenvolvimento do país, justificam o presente estudo que tem como foco principal a intenção de compreender e retratar os padrões de gerenciamento do negócio e de gestão sustentável dos microempreendedores individuais, verificando se esses estão preparados para um ambiente de elevada competitividade e conscientes da seriedade das questões relacionadas à sustentabilidade. Com base nos resultados da pesquisa, espera-se poder apontar limitações, carências, potencialidades e estratégias que possam contribuir para o crescimento e expansão dos pequenos negócios e para o desenvolvimento sustentável da região.

1.4 Estrutura do trabalho

O presente trabalho está estruturado em seis capítulos. Nessa primeira parte foi retratada a introdução. Em seguida, será apresentado o arcabouço teórico que subsidia a pesquisa. Neste, as referências são remetidas, em suas primeiras seções e subseções, às teorias e conceitos relacionados às correntes e características do empreendedor e nas perspectivas teóricas referentes ao fenômeno do empreendedorismo. Em seguida, são apresentadas as contribuições e influências dos micro e pequenos negócios na economia brasileira e mineira e a importância do correto gerenciamento destes negócios. O desenvolvimento

abarcando desde a compreensão Schumpeteriana, importante corrente econômica que expõe o empreendedorismo desde as características do indivíduo empreendedor às suas competências de gerenciamento e a contribuição deste à economia, até o contexto sustentável, é apresentado na seção e subseções que se seguem. Entre os referenciais pertinentes à sustentabilidade, são expostas as principais correntes econômicas relacionadas à questão ambiental e ao contexto sustentável, em seu sentido mais amplo. Ao final do referencial teórico, é apresentado o conceito empreendedorismo sustentável.

O terceiro capítulo apresenta o modelo conceitual e analítico da pesquisa em suas temáticas, dimensões e variáveis e, ainda, as hipóteses do trabalho. Em seguida, no quarto capítulo são descritos os procedimentos metodológicos empregados no trabalho, apresentando a natureza da pesquisa, o instrumento utilizado na coleta de dados, as variáveis, a região em estudo, a população e a amostra e as técnicas estatísticas que farão parte das análises e discussão dos resultados.

No quinto capítulo são expostos os resultados obtidos com a pesquisa, gerados com base em técnicas estatísticas, suas análises e discussões, subsidiando o sexto capítulo representado pela conclusão do estudo. E, por fim, são apresentadas as referências utilizadas e o questionário estruturado, no Apêndice.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

O referencial teórico deste estudo se divide em três seções, sendo a primeira uma abordagem relacionada às bases teóricas do empreendedorismo, passando por sua evolução e influências na economia e finalizando com a importância do profissionalismo na gestão dos micro e pequenos negócios. Na segunda seção, o desenvolvimento é discutido, abrangendo as questões econômicas e sustentáveis, envolvidas das teorias e concepções de Schumpeter ao *triple bottom line*. A terceira e última seção do capítulo contextualiza o empreendedorismo sustentável, um novo conceito frente às novas demandas.

2.1 Empreendedorismo

Palavra de origem francesa, *entrepreneurship* é traduzido literalmente como “aquele que está entre”. Segundo Dolabela (2008a), empreendedorismo é um neologismo derivado da livre tradução que se utiliza para designar as características do indivíduo empreendedor, seu perfil, suas ações e suas percepções frente aos desafios e seu ambiente.

Nas conceituações do indivíduo empreendedor, duas correntes principais se destacam: a corrente dos economistas, precursora nas discussões sobre este ator e a corrente comportamentalista. A primeira associa a figura do empreendedor à criação, alguém capaz de introduzir, em diferentes contextos, processos, tecnologia e soluções inovadoras. Para Schumpeter (1950), a função do empreendedor é reformar ou revolucionar os padrões de produção, explorando algo não antes experimentado para produzir um novo produto ou um produto já existente em um novo formato, proporcionando uma nova fonte de suprimento de materiais ou uma nova forma de comercialização de produtos.

A segunda corrente, dos comportamentalistas, de acordo com Acs et al. (2012), enfatiza os aspectos procedimentais e atitudinais do empreendedor, como a intuição e a criatividade. Filion (1999) afirma que o empreendedor é uma pessoa criativa, capaz de estabelecer e atingir objetivos, com alto nível de consciência do ambiente em que vive, usando-a para detectar oportunidades de negócios.

Para Dolabela (2008b), o empreendedorismo não é um fenômeno apenas econômico, mas sim social. Dessa forma, várias são as definições adotadas para as palavras empreendedor e empreendedorismo. No Quadro 1 apresentam-se algumas dessas definições.

Pensadores/Instituições	Definições
Richard Cantillon (1680-1734)	Empreendedores são pessoas que compram matéria-prima, processa-as e depois as comercializa, obtendo ganhos econômicos sobre essas ações.
Jean-Baptiste Say (1767-1832)	Empreendedor é aquele que movimenta recursos econômicos de um setor de baixa produtividade para outro de mais alta produtividade e melhor rendimento. Sujeito inovador e agente de mudanças.
Joseph Alois Schumpeter (1883-1950)	Empreendedor é o elemento que contribui para o desenvolvimento econômico devido ao aproveitamento das oportunidades. Responsável pela destruição criativa, alguém que inova e cria produtos, mercados e organizações.
Babson College	Empreendedorismo é a forma de pensar e agir obcecada por oportunidades, holística na abordagem e apoiada na liderança, com o propósito de criação de riqueza.
Harvard University	Empreendedorismo é a exploração de oportunidades independente dos recursos que se tem em mãos. Padrão coeso e mensurável de comportamento gerencial.

Quadro 1 Definições de empreendedor e empreendedorismo

Fonte: Adaptado de Dolabela (2008a).

Embora pouco convergentes, essas definições evidenciam a importância do empreendedor e do fenômeno empreendedorismo para a sociedade. Segundo Dolabela (2008a), a capacidade do empreendedor em identificar oportunidades, correr riscos, estabelecer metas e criar redes de relacionamentos contribuem não só para a realização de projetos próprios, como também para o desenvolvimento econômico de uma sociedade e/ou país.

2.1.1 Evolução teórica do empreendedorismo

O fenômeno do empreendedorismo, analisado sob diferentes perspectivas, possui uma linha de pensamento evolutiva. De acordo com Venkataraman et al. (2012), essa linha evoluiu dos estudos relacionados às características do empreendedor para as relações entre indivíduo e oportunidades e, ainda mais, aos modelos de relacionamentos e ações desse indivíduo com o ambiente no qual está inserido. Para Shane (2012), esta evolução só foi possível por a atividade empreendedora ser iminentemente uma atividade humana e se desenvolve por meio de juízos e ações de atores, indivíduos empreendedores, nos intercâmbios com outros atores e o meio.

Em um primeiro momento, os estudos deste tema procuraram abarcar os traços da personalidade ou as características do indivíduo empreendedor. Segundo Salusse e Andreassi (2013), essa perspectiva reconhece o valor da pessoa do empreendedor e suas importantes contribuições para o fenômeno empreendedorismo e para conhecer os atributos de sua personalidade. Essa abordagem, relacionada aos traços da personalidade, comum no meio acadêmico, tem como principais contribuições analisar, expor e mensurar os predicados comuns existentes naqueles que empreendem. Sob a perspectiva teórica dos atributos do empreendedor, ainda de acordo com Salusse e Andreassi

(2013), o nível de análise é o do indivíduo e o objeto de estudo é a pessoa do empreendedor.

Como processo, o empreendedorismo, antes focado na figura do indivíduo, faz-se na relação existente entre o empreendedor e a oportunidade (SHANE, 2012). Nessa perspectiva, Neck e Greene (2011) afirmam que o interesse passa a ser não apenas os atores que identificam, avaliam e exploram as oportunidades, mas também as oportunidades que são identificadas, avaliadas e exploradas. Essa ampliação do nível da análise contribuiu significativamente por trazer outras variáveis à análise do fenômeno, como, por exemplo, a busca por recursos financeiros para o investimento, a alocação do capital, a performance e o crescimento do negócio. Salusse e Andreassi (2013) afirmam que a influência dos estudos ligados às estratégias empresariais, também nessa abordagem, traz ao empreendedorismo relevantes contribuições e permite que o fenômeno de empreender seja operacionalizado como um processo.

Tal operacionalização pode ser estudada e prevista pelos estudos de caso e pelas metodologias desenvolvidas na elaboração de planos de negócio. A importância dos estudos de caso se dá pela contribuição das situações descritas, explorando diferentes contextos e práticas, decisões e consequências vivenciadas. A segunda, caracterizada pelos métodos de elaboração de planos de negócios, dirige os esforços das discussões na obtenção e análise de dados secundários e aplicação em modelagens e simulações de um empreendimento, sem que haja necessariamente interação com a vivência. Blank e Dorf (2012) e Ries (2011), críticos desta técnica, afirmam que sua relevância se dá apenas quando há a necessidade da busca por recursos para investimentos iniciais em um empreendimento. Para os autores, as abordagens direcionadas à eficiência produtiva e aos relacionamentos são mais incisivas e contribuintes ao estudo do empreendedorismo.

O empreendedorismo, como processo cognitivo, volta a focar na figura do empreendedor, entretanto, não mais nas particularidades da personalidade e características do indivíduo, conforme discorrido anteriormente. A abordagem, nessa nova vertente, segundo Mitchell et al. (2002), tem sua análise ampliada nas estruturas de conhecimento utilizadas pelos empreendedores para as análises e avaliações das oportunidades de criação e/ou desenvolvimento de negócios. A contribuição está no fato de que o objeto de estudo passa a ser a forma como o indivíduo pensa de forma empreendedora, o que consente o desenvolvimento de uma abordagem mais ampla do fenômeno ao reconhecer a diversidade de formas pelas quais os indivíduos podem ser considerados empreendedores (SALUSSE; ANDREASSI, 2013).

A utilização de estudos de caso e simulações, também, é recorrente nessa perspectiva, todavia, ao contrário da perspectiva processual, essas técnicas focam nos processos de decisão e não somente na tomada de decisão do empreendedor. Os modelos mentais, baseados nas estruturas de conhecimento que os indivíduos empregam, para se lançarem em uma oportunidade de negócio e a interação que se faz entre o pensar e o agir, retratam a forma pela qual as pessoas pensam de maneira empreendedora. A identificação de oportunidades, segundo Detienne e Chandler (2004), e a pesquisa sistemática, de acordo com Fiet e Patel (2006), com a finalidade de compreender a utilização dos recursos necessários para o desenvolvimento de um modelo mental empreendedor, são técnicas trabalhadas na perspectiva cognitiva com o intuito de compreender os processos decisórios e as efetivas questões que envolvem as ações empreendedoras.

Nesse contexto, ressalta-se que a riqueza dessas ações e o dinamismo do empreendedorismo em sua forma de pensar, identificar oportunidades e atuar em função delas, possibilitam inúmeras oportunidades de estudo. Todavia, de acordo com Dimov (2011) e Venkataraman et al. (2012), essas oportunidades

deixam lacunas à medida que os estudos baseados na relação indivíduo e oportunidade aprofundam-se. As limitações dessa abordagem para o entendimento do fenômeno empreendedorismo aumentam, face à dificuldade de se conceituar, de forma objetiva, o constructo oportunidade, fazendo com que a abordagem cognitiva seja demasiadamente ampla. Com isso, segundo Sarasvathy e Venkataraman (2011), surge a necessidade de uma mudança de objeto de estudo, que passa a ser não mais apenas a relação do indivíduo com as oportunidades, mas também a relação do empreendedor com outros indivíduos imprescindíveis para que essas oportunidades possam ser empreendidas e consideradas como tal. Dessa forma, pode-se concluir que a oportunidade, como possibilidades de realizações e ganhos, deve ser assim conceituada quando o indivíduo age e se relaciona com coisas e pessoas para aproveitá-las de fato.

Sarasvathy e Venkataraman (2011) afirmam que emerge desta linha de pensamento a perspectiva do empreendedorismo como método, em que a oportunidade pode ser conceituada como um processo de troca contínuo do empreendedor com o ambiente externo. Sob essa perspectiva, a unidade de observação passa a conter, além dos fatores relacionados aos indivíduos e às oportunidades, variáveis pautadas nas ações dos empreendedores e na sua interação com os demais elementos do ambiente, por meio dos quais é possível explorar as oportunidades. De acordo com Venkataraman et al. (2012), a finalidade dessa abordagem é compreender a interação entre elementos do ambiente interno do empreendedor (cognição, emoções, aspirações e ações) e elementos do ambiente externo (mercado, clientela, instituições, sociedade, *stakeholders*, dentre outros).

A perspectiva do empreendedorismo, como método, pondera o fenômeno como algo possível de ser delineado pelo empreendedor. Para Dimov (2011), o pressuposto dessa abordagem modifica-se da busca por uma elucidação causal dos acontecimentos como realidade pragmática e produzida,

comum nas ciências natural e social, para a reprodução de ações em função de influências e contingências. O conceito de ações é a essência dessa perspectiva e implica na possibilidade do empreendedor empregar seus conhecimentos objetivando a execução de atos direcionados à geração de oportunidades, o que corresponde à criação dessas ações. Em meio a um ambiente em que não se pode prever ou controlar as contingências, em virtude das ações dos vários atores, a sobrevivência e desenvolvimento de um empreendimento, segundo Neck e Greene (2011), somente será possível por meio de alguns fatores. Dentre eles, destaca-se uma bem organizada gestão, o que, por sua vez, exigirá a competência de empregar estratégias, técnicas e ferramentas de gerenciamento e controle, e fundamentos para agir de modo empreendedor. Sendo assim, nessa perspectiva, o interesse das pesquisas volta-se para os métodos utilizados pelo empreendedor ao lidar com as interferências do meio. O foco na ação e na interação dos empreendedores faz com que o interesse das pesquisas na área de empreendedorismo mude de questões relacionadas a modelos de processos de decisão em ambiente de incertezas para pontos envolvendo problemas de como agir no presente e planejar oportunidades para o futuro diante de influências e contingências (SARASVATHY; VENKATARAMAN, 2011).

Essa perspectiva consiste em uma das bases das discussões deste trabalho, em que serão pesquisados os padrões de gerenciamento e de gestão com foco na sustentabilidade dos microempreendedores individuais, analisando a capacidade destes atores face ao gerenciamento, investigando as ações e as percepções destes microempreendedores frente às exigências e aos desafios do desenvolvimento sustentável.

2.1.2 As influências e contribuições dos pequenos negócios na economia brasileira

Observa-se que o fenômeno do empreendedorismo influencia o crescimento e desenvolvimento de um país, destacando-se por promover possibilidades de ganhos individuais e coletivos gerados por oportunidades de negócios. De acordo com Dolabela (2008a), o empreendedor é um agente de mudanças, que contribui diretamente para o desenvolvimento e a geração de riqueza. Para Acs et al. (2012), o empreendedor é uma peça fundamental em um processo de inovação e o responsável por um movimento que contribui para o progresso e melhoria dos padrões de vida de uma sociedade.

Ao se referir, neste estudo, aos “pequenos” negócios, incluem-se todas as organizações formais que, de acordo com a Lei Geral da Micro e Pequena Empresa, caracterizam-se por parâmetros de faturamento, a saber: Microempreendedor Individual (MEI), aqueles negócios com receita bruta anual de até R\$ 60 mil; Microempresa (ME), receita bruta anual de R\$ 60 mil e um centavo a R\$ 360 mil; e a Pequena Empresa (PE), com receita bruta anual de R\$ 360 mil e um centavo a R\$ 3,6 milhões (BRASIL, 2006, 2008).

Estes, de acordo com o SEBRAE (2013b), são responsáveis por:

99% do total de empresas no país, cerca de 6,9 milhões de negócios; 55,8% dos empregos formais;

40% da massa salarial; 25% do Produto Interno Bruto; aproximadamente 70% das novas vagas de emprego geradas por mês no primeiro semestre de 2013; e 1% das exportações.

A título de comparação, em 2010 as micro e pequenas empresas da União Europeia, com parâmetros específicos de caracterização daquele bloco, representaram 98,7% do total das empresas, com cerca de 20,6 milhões de

empreendimentos, que absorveram 50,2% dos empregos formais (EUROPEAN COMMISSION, 2011). Nos Estados Unidos, entre 1998 e 2004, de acordo com Kobe (2007), os empreendimentos de pequeno e médio porte produziram metade de todo o Produto Interno Bruto, excluído o setor agropecuário. Leung, Rispoli e Gibson (2011) estimam que as pequenas e médias empresas do Canadá contribuíram para 54,3% do PIB, no ano de 2005, sendo, na sua maioria, representadas pelos setores de agricultura, saúde, educação e construção civil.

No Brasil, a evolução da política de incentivos ao empreendedorismo teve como importante marco a criação da Lei Geral da Micro e Pequena Empresa em 2006 (BRASIL, 2006). Em 2007, a implementação do Super Simples, com a redução de 40%, em média, dos tributos foi outro fator relevante para o empreendedorismo no país. Em 1º de julho de 2009, entrou em vigor a Lei Complementar n.128/2008, que instituiu a figura do Microempreendedor Individual. Para os efeitos desta Lei, o microempreendedor individual, tipologia empresarial e jurídica, também, configura-se como empresário a que se refere o art. 966 da Lei nº 10.406, de 10 de janeiro de 2002 do Código Civil Brasileiro, que se enquadra como tal, todo o indivíduo que exerce atividade econômica planejada e organizada para a produção ou a circulação de bens ou de serviços.

Com um faturamento bruto mensal de até cinco mil reais, pagando R\$ 36,20 (referente a 5% de um salário mínimo) mais um real de ICMS ao Estado, quando comércio ou indústria; mais 5 reais de ISSQN, destinados ao município, quando prestador de serviços, cerca de 500 tipos de ocupações no Brasil podem se transformar em empreendedores individuais (BRASIL, 2013) e formalizar suas atividades, obtendo, além de obrigações fiscais e previdenciárias, benefícios mercadológicos e previdenciários.

Para Salgado (2012), o objetivo principal da Lei Complementar 128/2008 foi trazer à legalidade e, conseqüentemente, gerar tributação milhões de pessoas que estão na informalidade. Todavia, o autor afirma que o

empreendedor individual vem sendo descrito não apenas como uma inovação jurídico-tributária no país, mas também como um passaporte de acesso a produtos e serviços intangíveis a esse público, como suporte técnico, concessões de crédito, possibilidades de comercialização de produtos e serviços com órgãos públicos e cobertura previdenciária.

De acordo com o SEBRAE (2013b), a evolução nas formalizações somadas às constituições de novos negócios deverá, até ao final do ano de 2014, levar o país a cerca de 8,5 milhões de micro e pequenos negócios, conforme representado no Gráfico 1. Desses, pouco mais da metade é constituído de microempreendedores individuais.

Nota-se, ainda, que, até o ano de 2022, o total de pequenos negócios no país chegará a 12,9 milhões. Deste total, 60,5%, cerca de 7,8 milhões, corresponderá a microempreendedores individuais.

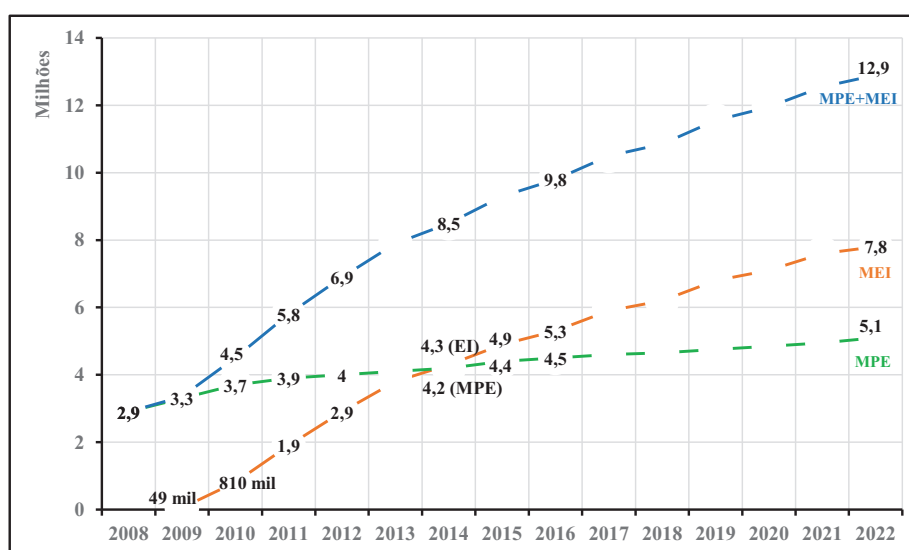


Gráfico 1 Tendências das micro e pequenas empresas e dos microempreendedores individuais no Brasil

Fonte: SEBRAE (2013b).

Em Minas Gerais, de acordo com a pesquisa GEM (2012), 52% dos mineiros com idade entre 18 e 64 anos afirmaram perceber boas oportunidades para começar um novo negócio na região em que vivem. O otimismo reflete as estimativas de melhores desempenhos da economia mineira e brasileira para os próximos anos. Fatores como o clima positivo da economia e a cultura se destacam como favoráveis ao empreendedorismo no estado. A proporção do total de empreendedores (iniciais ou já estabelecidos), em 2012, em relação à população mineira de 18 a 64 anos, foi de 29,1%, próxima à do país (30,2%) e superior à média do conjunto dos 67 outros países participantes da pesquisa (20,6%).

Observa-se, no país, uma elevada proporção de empreendedores nas atividades de serviços, com destaque para cabeleireiros e outras atividades voltadas ao tratamento de beleza (14,9%); comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios (8,2%); e indústria de confecção de peças de vestuário (4,9%). Dos empreendedores iniciais, 13,8% são jovens de 18 a 24 anos; 7,8% se encontram na faixa etária de 55 a 64 anos; e 58% entre 35 a 54 anos. 71% iniciaram seus negócios por identificarem oportunidades, contra 29% que começaram sua jornada empresarial por necessidade.

Em Minas Gerais, os indicadores relacionados às micro e pequenas empresas indicam a importância desse tipo de negócios para a economia do estado. De acordo com os estudos realizados pela Tendências Consultoria Integrada (2012), a participação das micro e pequenas empresas (MPE's) no Produto Interno Bruto mineiro manteve-se estável, em torno dos 37%, no período de 2004 a 2009.

Segundo SEBRAE (2013a), 83% das MPE's de Minas obtiveram lucro médio de R\$19.030 no primeiro trimestre de 2013 e apresentaram um faturamento médio de R\$ 67.177, frente a um custo médio das operações de R\$48.147. Outro ponto importante é o percentual de MPE's que possuem

empregados, que representa 67% de todas as MPE's em todo estado. O número médio de funcionários é cinco por empresa. O setor com o maior percentual de empresas que obtiveram lucro no primeiro trimestre foi o comércio (86%); seguido da indústria (83%), serviços (82%) e construção civil (77%). Com relação aos resultados médios, em valores monetários, por setor, destacam-se a construção civil, com R\$37.422, indústria (R\$29.341), comércio (R\$19.953) e serviços, com lucros médios de R\$10.640.

De acordo com Schmidt e Bohnenberger (2009), o empreendedorismo, além de compreender a ação focada nas oportunidades, deve acontecer de forma planejada e organizada. Segundo os autores, só assim será possível alcançar os resultados almejados, o que confirma a perspectiva teórica do empreendedorismo como método.

2.1.3 Gerenciamento dos pequenos negócios

Com o intuito de subsidiar as discussões e análises dos dados coletados na pesquisa, referentes à temática gestão, a presente seção tratará os conceitos e as técnicas para o bom gerenciamento dos pequenos negócios, contemplando as dimensões planejamento, marketing e relacionamento com clientes, mercado e finanças.

As constantes mudanças do ambiente econômico, os diversificados comportamentos de consumo e as estratégias da concorrência exigem dos pequenos empreendedores atenção, sensatez na administração dos negócios e assertividade nas ações para a adaptação a essas forças.

O planejamento das ações, segundo Reis Neto, Muñoz-Gallego e Souza (2010), deve ser o primeiro passo para o sucesso de um pequeno negócio. Para Borges, Hashimoto e Limongi (2013), atuar de forma estratégica exige a elaboração de um plano que contenha objetivos, metas e ações sequenciais que

determinem o objetivo desejado no futuro. Nesse sentido, o GEM (2012) aponta que um dos principais fatores de sucesso do empreendedorismo mineiro está na correta definição da estratégia que, para as pequenas empresas, resume-se no estabelecimento de um caminho a ser percorrido, definindo o que será feito, por quem, qual o motivo, como, quando e quanto irá custar.

O planejamento, segundo Barbera e Hasso (2013), deve levar em conta a análise ambiental, passando pela elaboração das metas e objetivos e pela determinação das formas de monitoramento das forças de mercado e das ações da concorrência. Para os autores, tanto o planejamento quanto a sua implantação exige do micro e pequeno empreendedor esforço e cautela. Afirmam ainda que, na fase de implantação, aparecem as reais dificuldades, devendo o empreendedor gerenciar aquilo que foi pré-determinado. Para Reis Neto, Muñoz-Gallego e Souza (2010), planejar é necessário, porém, tão importante quanto o planejamento é entender que a atividade econômica de uma empresa é influenciada, também, por fatores externos, principalmente, pelos clientes.

Nesse sentido, o marketing de relacionamento surge como uma estratégia que busca desenvolver um ciclo positivo, por meio da criação com cada cliente de um relacionamento cada vez mais personalizado e de longo prazo, gerando a afinidade e fidelidade necessárias para a conquista de novos clientes.

Dessa forma, a lealdade acaba sendo estabelecida como objetivo central das estratégias de marketing das empresas, independentemente de seu segmento, atividade ou porte. Para Rozzett e Demo (2010), o marketing de relacionamento envolve todas as etapas que a empresa deve assumir quando se propõe a conhecer seus clientes e a atendê-los melhor, não só satisfazendo seus desejos, como também superando suas expectativas, criando, assim, forte lealdade. Quanto mais fortes e consistentes forem os relacionamentos, mais eles duram e menor será a probabilidade de se acabarem.

Às vendas, juntamente com o marketing, cabe a missão de estimular o consumo. De acordo com Löbler, Bobsin e Visentini (2008), as atividades focadas na informação, motivação e persuasão do cliente com o propósito de instigá-lo à compra de um produto ou serviço é o que retrata a real função dos responsáveis pelo marketing e pelas vendas de uma empresa. Segundo Las Casas (2011), a promoção de vendas é um conjunto de ferramentas e processos decisórios que tem como função instigar o consumo em curto prazo. Enquanto a propaganda oferece ao consumidor uma razão para comprar, a promoção oferece um incentivo à compra e acaba exercendo uma importante contribuição no alcance das metas de vendas. Ainda, segundo o autor, as ações promocionais de vendas estão ao alcance de toda e qualquer empresa, de micro a grande porte, e nem sempre demandam grandes investimentos, mas exigem boa dose de criatividade.

Para Pizzinatto, Pizzinatto e Pizzinatto (2008), a promoção de vendas é uma das ferramentas mercadológicas mais eficientes à disposição dos prestadores de serviços e varejistas, tendo como principais benefícios o movimento nas lojas e o aumento das vendas. Para Las Casas (2011), as atividades de promoção são as que mais crescem dentre as estratégias e táticas de comunicação, principalmente, nos pequenos negócios. Esse aumento deve-se, sobretudo, a forças exercidas pelo mercado, como a comoditização dos produtos e serviços, por estarem cada vez mais parecidos. Sem diferenciação, a solução é partir para a aplicação de incentivos promocionais.

Em função disso, a melhor saída para o sucesso em vendas acaba sendo o incentivo às compras por meio de campanhas promocionais (LAS CASAS, 2011). Todavia, Pizzinatto, Pizzinatto e Pizzinatto (2008) afirmam que o uso de uma campanha promocional, para alavancagem das vendas e otimização dos ganhos, possui pontos ótimos de resultados, para que os resultados não se tornem decrescentes. Os autores alertam para o cuidado em campanhas longas e

para definição do produto ou mix que entrará em promoção, pois existem riscos em se trocar vendas com maiores margens por vendas com menores margens em campanhas.

Segundo Machado e Espinha (2010), tão importantes quanto as promoções são os vendedores. De acordo com os autores, o papel destes atores tem mudado com a exigência dos clientes e da concorrência. Espera-se, hoje, muito mais um consultor de negócios, que visa à solução dos problemas do cliente e à sua satisfação, do que um simples tirador de pedidos. Para Las Casas (2011), os vendedores são o elo pessoal da empresa com os clientes. Nos micro e pequenos negócios, os empreendedores representam a própria empresa frente ao consumidor. Vender envolve o entendimento das necessidades do cliente, o conhecimento e domínio daquilo que se vende e a interpretação e correta análise da concorrência. De acordo com Löbler, Bobsin e Visentini (2008), alguns pontos influenciam o comportamento e o desempenho de uma equipe de vendas, dentre eles destacam-se o delineamento da área geográfica em que a empresa deseja atuar, um coerente planejamento das metas de venda, a pesquisa junto à clientela, uma gestão das informações do cliente, o uso de tecnologia de informação, um plano de remuneração dos vendedores, a contratação, o treinamento e o controle dos vendedores e dos resultados.

Las Casas (2011) afirma, também, que o sucesso das vendas está diretamente ligado ao perfil do profissional que, nas pequenas empresas, na maioria das vezes, são os próprios donos. Para o autor, características como iniciativa, criatividade e envolvimento fazem toda a diferença no encantamento do consumidor e, por conseguinte, no cumprimento das metas de faturamento e nos resultados dos negócios.

As vendas, também, interferem diretamente nos níveis de materiais e produtos em estoques. Os micros e pequenos negócios, a depender de sua atividade, possuem estoques e estes influenciam diretamente nas operações, nas

finanças e nos resultados. Segundo Zouain et al. (2011), dependendo do setor em que as micro e pequenas empresas atuem, os estoques podem compreender a conta que consoma a maior parcela dos recursos aplicados no curto prazo. Por isso, a correta gestão destes recursos, também, tem uma considerável relevância para as pequenas empresas visto que, em determinados negócios, principalmente naqueles enquadrados em atividades de indústria e comércio, consiste em uma das principais contas para a manutenção e funcionamento da empresa.

Assaf Neto e Silva (2006) afirmam que os fatores que influenciam a demanda por estoques se resumem em nível de vendas, prazo de entrega dos fornecedores e alterações nos preços. Quando se trata de estoques de produtos acabados, ainda, segundo os autores, deve-se levar em consideração a disponibilidade sazonal de matérias-primas e a sinergia e eficácia do marketing, vendas e produção.

A manutenção dos estoques de matérias-primas, de produtos semiacabados ou de produtos acabados possui custos e benefícios. A confrontação destes custos e benefícios é o que deve determinar os níveis de materiais em estoque. Para uma decisão mais sensata e coerente sobre estes níveis para uma micro e pequena empresa, de acordo com Reis Neto, Muñoz-Gallego e Souza (2010), faz-se necessária a utilização de técnicas e índices relacionados a um eficiente gerenciamento e controle destes recursos.

A eficiência, também, faz-se necessária na logística do negócio e nas operações do negócio. A utilização de técnicas e ferramentas de gerenciamento e controle demanda das micro e pequenas empresas planejamento e organização dos fluxos. Chan e Zhang (2011) afirmam que, na maioria das empresas, a gestão de operações e logística tem a tarefa de implementar formas e metas que as tornem mais lucrativas, por meio da otimização da entrega, da redução de dispêndios e da melhora e flexibilidade dos serviços. Para Gunasekaran e Ngai (2009), as organizações precisam estar preparadas para atuar dessa forma,

desenvolvendo sistemas capazes de responder com agilidade e flexibilidade às diversas variáveis que interferem e influenciam a dinâmica da cadeia e dos segmentos nos quais pretendem participar.

Segundo Cheng, Gao e Shen (2011), o objetivo principal do gerenciamento de uma cadeia que abarca de fornecedores ao consumidor final é conseguir estabelecer fluxos organizados, da compra de matéria-prima ou produto a entrega ao consumidor final. Para se alcançar sucesso neste tipo de gestão, o empreendedor deve, desde o início das atividades da empresa, gerir um ativo fluxo de informações no que diz respeito à demanda, à disponibilidade de estoques e recursos financeiros em caixa.

Em todas as empresas é possível que parte das vendas seja à vista e, quando ocorre este caso, os recursos financeiros que estavam aplicados em estoque voltam para o caixa. Todavia, partes das vendas costumam ser realizadas com pagamento a prazo. Neste movimento, os recursos passam por um estágio intermediário antes de voltar para o caixa, conhecido como valores a receber. Becchetti, Castelli e Hasan (2010) definem valores a receber como sendo os recursos financeiros devidos às empresas, provenientes da comercialização de bens ou serviços no curso ordinário dos negócios, que tendem a retornar ao caixa em curto período de tempo ou que podem ainda se tornar moeda em caixa por meio de operações de crédito junto ao mercado financeiro.

A decisão sobre os valores a receber está diretamente ligada ao custo adicional da última unidade de fundos comprometida com esta conta que deve ser, pelo menos, igual à receita esperada. Em resumo, o custo marginal deverá ser igual à receita marginal. Basicamente, a decisão dos valores a receber deveria envolver um ajuste de política de crédito até o ponto em que qualquer outro afrouxamento nos padrões de concessão de crédito ocasionaria custos acima do lucro sobre as vendas adicionais.

Dentre os benefícios e as finalidades dos valores a receber, segundo Zouain et al. (2011), estão o aumento da receita de vendas, o investimento defensivo para enfrentar a concorrência, o aumento do giro dos estoques e o aumento das atividades da empresa.

Segundo Becchetti, Castelli e Hasan (2010), em praticamente todas as atividades econômicas e portes de empresas a conta valores ou duplicatas a receber pode ter uma participação média de até 45% dos fundos aplicados em capital de giro, o que justifica um bom gerenciamento. Outro ponto importante apontado pelos autores é que, assim como os valores a receber possuem finalidades e benefícios também, possuem custos que devem ser corretamente acompanhados e controlados para não comprometer, negativamente, os recursos aplicados nesta conta e, por conseguinte, os resultados da empresa.

Para Barbera e Hasso (2013), é interessante que a empresa, quando na necessidade de vendas a prazo, adote uma base de classificação de seus clientes a fim de saber como agir com cada tipologia de clientela e minimizar os riscos deste ativo. Esta classificação pode ser feita baseada em dados fornecidos por uma associação ou escritório de informações comerciais ou na própria experiência da empresa.

Além disso, uma política de crédito, também, pode auxiliar na correta gestão dos valores a receber. A política de crédito consiste nas diretrizes para alinhar as funções de recebimentos e crédito com as metas financeiras da empresa. De acordo com Assaf Neto e Silva (2006), em algumas circunstâncias, a política de crédito deverá ser voltada para as vendas, visando ao cumprimento de metas de vendas e, em outras vezes, voltada para a cessão de crédito, tendendo manter uma qualidade destes ativos por meio da aplicação de políticas e padrões de crédito. Para Barbera e Hasso (2013), o ideal, para a empresa, é não se orientar especificamente por uma dessas duas formas, mas buscar um equilíbrio de lucro potencial e risco. Para os autores, o lucro potencial,

juntamente com a análise dos riscos, deve ser estimado com base em um estudo dos custos e benefícios, sendo sempre revisados.

Segundo Zouain et al. (2011), os principais fatores que podem influenciar na demanda de fundos para manter os valores a receber são as mudanças nos níveis de vendas, na política de crédito e no portfólio de produtos. Os autores afirmam que os índices mais recomendados para o acompanhamento e análise financeira dos valores a receber das micro e pequenas empresas são: os valores a receber como porcentagem das vendas; a rotação dos valores a receber, que consiste em uma medida do período médio que as contas a receber estão em circulação, mostra quantas vezes as contas a receber giraram dentro do período; e o período de recebimento, que constitui na relação entre as contas a receber e as vendas diárias médias.

No que tange às disponibilidades financeiras de caixa de uma empresa, Assaf Neto e Silva (2006) afirmam que estes ativos consistem na capacidade da empresa acumular, sem atrasos, recursos financeiros a fim de satisfazer as demandas das mais diferentes áreas e necessidades. Nesta categoria do ativo circulante, encontram-se o caixa (moeda corrente mantida em poder da empresa), os saldos em bancos (movimentados em conta corrente) e os investimentos de curto prazo (com alta liquidez e baixo risco, que a empresa pode resgatar sem demora quando deles necessite).

De acordo com Becchetti, Castelli e Hasan (2010), a manutenção de saldos em disponibilidades justifica-se pela finalidade de promover a continuidade das operações como, por exemplo, saldos para troca no caso de empresas varejistas, ou ainda, pela impossibilidade de prever uma demanda com perfeita precisão. Assaf Neto e Silva (2006) afirmam que os fluxos de caixa não são possíveis de previsões precisas e as necessidades financeiras imprevistas podem colocar a empresa em uma situação complicada se não puder cumprir com suas obrigações prontamente.

Segundo Zouain et al. (2011), outros fatores podem influenciar diretamente a necessidade das micro e pequenas empresas em manter recursos em caixa e contas correntes, dentre eles: o nível de operações, pois uma expansão nas operações da empresa tende a aumentar entradas e saídas de caixa, o que irá provocar um aumento no nível médio de fundos a ser mantido em caixa ou bancos; a exatidão das previsões de caixa, pois quanto mais necessário é o fluxo de caixa da empresa, menor será a necessidade de se manter fundos de precaução ou de compromissos, as disponibilidades e custo do crédito rápido. Quanto mais altas as taxas de juros, menos a empresa deverá buscar esta forma de financiamento para cobrir suas necessidades. E quanto maior o tempo de se manter o dinheiro disponível em caixa, menos conveniente se torna esta decisão, isto porque tais recursos poderiam estar aplicados em atividades mais rentáveis para a empresa, como em estoques ou aplicações.

Assim como existem fatores que influenciam as necessidades de fundos em caixa e bancos, existem, também, fatores que influenciam nos investimentos de curto prazo da empresa, ou seja, na decisão sobre qual parcela do ativo disponível poderá ser investida em curto prazo. Dentre esses fatores, de acordo com Becchetti, Castelli e Hasan (2010), destacam-se as taxas oferecidas pelo mercado financeiro para este tipo de aplicação, a estimativa de excesso de caixa, o qual poderá ser aplicado, e o perfil do empreendedor, que em uma parcela considerável das micro e pequenas empresas, costuma não aplicar suas disponibilidades de caixa em aplicações financeiras.

De acordo com Reis Neto, Muñoz-Gallego e Souza (2010), toda micro e pequena empresa deve utilizar de um modelo de gestão de caixa que melhor se adapte às suas características e necessidades, mesmo que seja por meio de mecanismos e formas mais simples. Os chamados fluxos de caixa constituem o termômetro do dia a dia da empresa, ou seja, como ela está se comportando quanto aos pagamentos e aos recebimentos de suas operações. Caracteriza uma

técnica simples e eficaz de retratar as entradas e saídas de valores do caixa, que podem ser dimensionadas para um período curto, subdividido conforme as conveniências da empresa.

Segundo Assaf Neto e Silva (2006), o objetivo principal desta técnica é saber a que nível ficará o saldo de caixa a cada subperíodo relevante, podendo este subperíodo ser diário, semanal, quinzenal ou mensal. Para Ferreira et al. (2012), as informações advindas de um fluxo de caixa representam importantes subsídios para decisões, tanto para a adequada captação de recursos, quanto para o investimento de curto prazo, caso aconteçam sobras de caixa, e por quanto tempo isto ocorrerá. Por outro lado, identificam as reais necessidades de moeda, em qual período esta necessidade ocorrerá e por quanto tempo irá perdurar. Além disso, de posse dessas informações, tomam-se decisões como a aceleração de recebimentos (cobranças, venda de bens não utilizados), a redução de saídas (contenção de gastos, renegociação com fornecedores para aumentar os prazos de pagamento ou obter maiores descontos), ou a busca por capital com custos menos onerosos para a empresa.

Apresentadas estas questões, evidencia-se a importância de gerir de maneira profissional um micro ou pequeno negócio. As ações e as decisões de um empreendedor, segundo Reis Neto, Muñoz-Gallego e Souza (2010), devem ser subsidiadas por informações, advindas de técnicas e ferramentas de gerenciamento, caminho pelo qual pode-se possibilitar maiores probabilidades de sobrevivência e sucesso.

2.2 Desenvolvimento econômico

Nesta seção e nas demais que seguem, serão tratados e referenciados os conceitos sobre o desenvolvimento, dentro da compreensão Schumpeteriana, a diferença entre crescimento e desenvolvimento econômico, as linhas de

pensamento relacionadas à sustentabilidade e o binômio empreendedorismo sustentável.

De acordo com Silva et al. (2013), pela teoria capitalista de Marx afirma-se que o desenvolvimento pode ser entendido como um processo que visa à maximização da riqueza de um país, ou seja, a acumulação de ativos públicos e individuais, advindos do crescimento da produção e da remuneração recebida pelos que participam da atividade econômica. Tal processo influencia e sofre influências de forças que operam durante um período de tempo consideravelmente longo, causando alterações em determinadas variáveis.

Nesse contexto, dois conceitos se destacam: crescimento e desenvolvimento econômico. Para Bresser-Pereira (2008b), esses conceitos são indissociáveis, porém Schumpeter (1997) foi o primeiro economista a assinalar diferenças entre. Para ele, o desenvolvimento econômico provoca transformações estruturais do sistema econômico, algo mais complexo e amplo que o simples crescimento. Schumpeter defendeu tal distinção para salientar a ausência de lucros econômicos no fluxo circular onde, no máximo, aconteceria crescimento e demonstrar a importância da inovação, ou seja, de investimento com o objetivo de incorporar o progresso técnico no verdadeiro processo de desenvolvimento econômico. Nesse sentido, Bresser-Pereira (2008a) afirma que, para haver desenvolvimento tem que haver inovação, algo que pode e deve contribuir para a produtividade. O que se aproxima da primeira corrente conceitual do empreendedorismo, que associa a figura do empreendedor à criação de produtos, mercados e empresas. O autor afirma, também, que o desenvolvimento está relacionado às capacidades dos indivíduos. Capacidades estas de consumo, de educação e bem-estar, apontadas como sinônimo do próprio Índice de Desenvolvimento Humano (IDH), o que acaba por corroborar com a distinção apresentada por Schumpeter.

De acordo com Silva et al. (2013), a compreensão do indivíduo, como empreendedor, em suas características e ações, e dos elementos básicos do empreendedorismo, podem contribuir para um melhor entendimento do desenvolvimento econômico.

O primeiro elemento é a produção que, para Schumpeter (1997), significa combinar forças e materiais que estão ao alcance para elaborar outras coisas ou as mesmas com métodos diferentes. O foco está na ação, ou seja, nos processos que determinam a mudança e, por conseguinte, o desenvolvimento. De acordo com esse autor, novas combinações geram: um novo bem que os consumidores ainda não conhecem; um novo método de produção ou comercialização que, segundo Schumpeter, não precisa necessariamente basear-se em uma inovação, podendo se constituir em uma nova forma de relacionamento de troca; um novo mercado ainda não explorado; uma nova fonte de oferta de matérias primas ou bens semimanufaturados, independentemente de já existirem ou não; e uma nova organização em uma empresa já existente.

O segundo elemento se resume nos recursos financeiros que, na maioria das vezes, depende da disponibilidade de crédito para a viabilização das ações, sejam elas produção, comercialização de bens ou prestação de serviços. A posse da riqueza ou desses recursos, de acordo com Schumpeter, não é um pré-requisito indispensável à ação empreendedora, pois boas ideias podem se beneficiar de maior disponibilidade de crédito para aumentar sua base própria de riquezas. Para o autor, um sistema financeiro que promova e estimule ações em bases empreendedoras, financiando arranjos de empresas e transferência de recursos entre as mesmas, com o objetivo de estimular o fluxo econômico, configura-se como um importante fator de desenvolvimento econômico.

O empresário é o terceiro elemento entendido por Schumpeter como parte fundamental do processo de desenvolvimento econômico. Ressalta-se,

todavia, a diferença entre empresários e administradores. Segundo o autor, a ação empreendedora é exercida no movimento das novas combinações, diferenciando-a da ação de administrar, que estaria ligada apenas à rotina do negócio. Compreende-se, dessa forma, que assim que se conclui a implantação do empreendimento e a ação se resume em manter o negócio, com intervenções incrementais, o agente passa da função de empresário/empreendedor a de empresário/administrador, tornando-os semelhantes aos atores que atuam no fluxo circular e normal da economia. Esse argumento fundamenta o elemento gerenciamento, fator essencial para a sobrevivência do empreendimento.

O elemento mudança, também, permeia a discussão schumpeteriana. Segundo Silva et al. (2013), o autor não confere a este elemento um status de elemento, mas o apresenta como uma resultante da interação dos demais. Representa o resultado da busca consciente, ou não, que move a ação do empreendedor. A mudança, no contexto organizacional, pode ser alcançada ou induzida pelas novas combinações, pelas influências do ambiente econômico e pela competição.

As ações voltadas para o gerenciamento, focadas na estrutura interna e no mercado, representam o quinto elemento do empreendedorismo que contribui para desenvolvimento. Para Schumpeter (1997), quando as atividades da empresa tendem à rotina administrativa, o processo empreendedor se dá por encerrado. Porém, de acordo com Acs et al. (2012), as ações corretivas e de manutenção são tão importantes ao desenvolvimento quanto as empreendedoras, incorporadas ao projeto primário de criação e advindas de ideias complementares, num período posterior a sua implantação. Essa perspectiva, de acordo com Silva et al. (2013), advoga que o processo empreendedor, como propulsor do desenvolvimento econômico, não se encerra com a implementação ou ativação da ideia emergente, mas persiste nas ações corretivas e de

gerenciamento que mantêm a organização viva e competitiva durante suas atividades.

Nesse sentido, é possível observar os aspectos estruturais e comportamentais do empreendedorismo como influenciadores e colaboradores do crescimento e desenvolvimento econômico, por meio das linhas de ações escolhidas por seus empreendedores em termos de planejamento, criatividade, comunicação, relacionamento, controle e responsabilidade socioambiental.

2.2.1 Desenvolvimento sustentável

Desde o início da década de 1970, as discussões envolvendo meio ambiente, sociedade e economia passaram a abarcar argumentos mais articulados e científicos, passando a ser foco de pesquisas e novas abordagens teóricas. Todavia, afirmar que o meio ambiente e seus recursos naturais passaram a ser considerados na economia, apenas a partir dessa época, caracteriza uma visão parcial. Ao retomar as linhas e escolas do pensamento econômico e suas evoluções, nota-se que os recursos naturais já eram considerados nas primeiras correntes de pensamento. Com o passar do tempo, os apontamentos relacionados à questão ambiental sofreram um retrocesso, voltando a ser abordados a partir dos anos de 1970.

Segundo Faucheux e Noël (1995), a evolução das linhas de pensamento econômico sobre os recursos naturais, até a década de 1970, pode ser apresentada em quatro correntes. A primeira, representada pelos Fisiocratas, considerava os recursos naturais como o fator de produção mais importante do processo produtivo, independentemente de seu valor econômico. Segundo os autores, nessa visão, a riqueza somente poderia decorrer da terra e de seus produtos, sendo a terra entendida como o conjunto dos fluxos diretos e indiretos ofertados pela natureza, ou seja, o símbolo do conjunto dos bens e recursos

naturais. A segunda, dos pensadores da Escola Clássica, inicia um processo de reconsideração da importância dos recursos naturais, atribuindo relevância apenas aos recursos naturais mercantis, ou seja, aqueles passíveis de proporcionar valor de troca. Contudo, os recursos naturais não mercantis, por não possuírem valor de troca, foram excluídos do campo de estudo da economia política clássica, ficando denominados como bens livres.

Na terceira, a concepção Marxista, embora tivesse considerado que a riqueza não poderia ser produzida apenas por um fator, o trabalho, com a utilização concomitante da natureza, abandona os recursos naturais em suas discussões. Ainda, de acordo com Faucheux e Noël (1995), pelo fato de Marx ter se concentrado no entendimento do sistema capitalista e na concepção mercantil da produção, que envolve o valor de troca das mercadorias, os bens naturais gratuitos, ou seja, aqueles que não apresentam valor de troca, foram desprezados. Por fim, a quarta corrente, representada pelos Neoclássicos, predominou a partir da segunda metade do século XIX até a primeira metade do XX. Nela, optou-se pelo total abandono dos recursos naturais nas análises realizadas, mesmo aqueles considerados mercantis. Evidência disso é a função de produção neoclássica, composta apenas pelos fatores Capital e Trabalho. Nessa concepção, os recursos naturais passam a ser substituíveis, principalmente pelo fator capital, o que mais tarde foi a base para a denominada sustentabilidade fraca.

No final dos anos de 1960 e início da década de 70, a preocupação com a questão ambiental e o provável esgotamento dos recursos naturais não renováveis, utilizados nos processos produtivos, chamaram a atenção e ganharam espaços em conferências e construções teóricas, retomando na economia o fator recursos naturais nas análises da função produção. As contribuições principais se deram em virtude da obra de Rachel Carson, *Silent Spring*, da realização da Conferência de Estocolmo em 1972, onde surgiram

abordagens relacionadas às questões sociais e, concomitantemente, da publicação do relatório *The Limits to Growth* pela equipe do *Massachusetts Institute of Technology* (MIT).

Segundo Baiocchi (2012), a década de 90 marca a consolidação do desenvolvimento sustentável com base na verificação de que os serviços ecossistêmicos advindos dos sistemas naturais do planeta possuem limites para absorver os impactos da produção e do consumo. Esse conceito evidenciou a necessidade de um sistema produtivo que preserve a base ecológica e considere a capacidade de carga do planeta.

De acordo com Lélé (1991), Machado (2005), Nobre e Amazonas (2002) e Pinheiro (2012), o conceito de desenvolvimento sustentável vem sendo moldado, historicamente, em debates acadêmicos e políticos. Em ambos, os confrontos em torno da sustentabilidade se deparam, na maioria das vezes, com posicionamentos divergentes, quando defendidos por países, e reivindicatórios, quando defendidos por movimentos socioambientais.

2.2.2 Correntes econômicas e a sustentabilidade

Na busca de um melhor entendimento das questões relacionadas à economia e à sustentabilidade, demonstram-se, nesta seção, de forma cronológica, as correntes de pensamento econômico relacionadas aos contextos ambiental e sustentável, este em seu sentido mais amplo. Dentre as correntes econômicas que abordam as questões relacionadas ao meio ambiente, serão tratadas e discutidas, em suas características específicas, surgimento, evolução e principais contribuições as correntes: Malthusiana; Neoclássica; Economia Ecológica; e Economia do Desenvolvimento Sustentável, também conhecida por Ecodesenvolvimento.

Segundo Portugal, Portugal Júnior e Brito (2012), a corrente Malthusiana inicia-se com a teoria de Thomas Robert Malthus, economista inglês, cuja doutrina relacionava o progresso da população com a capacidade de produção da economia. Nessa relação, a população cresceria em uma progressão geométrica, enquanto a produção, sobretudo de alimentos, teria seu crescimento em progressão aritmética. As progressões em escalas diferentes levariam a um sério problema de abastecimento em um mercado com demanda em franco desenvolvimento.

Para Sachs (2004), os estudos desta linha de pensamento foram além das relações do crescimento da população à capacidade produtiva, ao tratar questões relevantes e pouco consideradas na época, como o controle das taxas de natalidade, a manutenção de ganhos aos níveis de subsistência e o auxílio às classes pobres.

Outro pensador contemporâneo a Malthus foi David Ricardo que, também, formulou questões importantes para o entendimento dos limites do crescimento econômico. Segundo Hussien (2013), Ricardo, diferentemente de Malthus, defendia que não seria o crescimento da população que traria consequências negativas à expansão da economia. Para ele, o que impediria o crescimento econômico seria o progressivo declínio da quantidade e da qualidade dos recursos naturais, principalmente, de terras agricultáveis. Definido como produtividade marginal decrescente, tal declínio impactaria gravemente o crescimento de longo prazo, principalmente, pelo fato da fronteira agrícola expandir-se para terras menos férteis.

As considerações desses economistas contribuíram para formar a base para o surgimento de correntes que avaliam como a escassez de recursos naturais poderia ocasionar problemas no crescimento econômico. Dentre essas correntes de pensamento, destaca-se a Neomalthusiana. De acordo com Hussien (2013), o objetivo principal desta corrente tem sido o desenvolvimento de modelos

conceituais que incorporam efeitos não apenas da população e da escassez de recursos, mas também da tecnologia e instituições humanas sobre a sustentabilidade ambiental.

As evoluções recentes nesta teoria demonstram uma atenção maior aos aumentos da população, porém a atenção exacerbada a este fator tem contribuído para um descuido com o aumento do consumo per capita, que segundo Baiocchi (2012), é um fator tão influente na depleção dos recursos naturais quanto o crescimento populacional. Para o autor, o alto consumo per capita tem influência direta dos incentivos advindos de propagandas, das compras supérfluas, do alto índice de desperdícios e de bens com vida útil cada vez menor.

Segundo Colby (1990), as principais diretrizes estabelecidas por esta corrente para a minimização dos impactos ambientais advindos da influência humana são: o controle do crescimento populacional, política já implementada por alguns países objetivando a redução do consumo de alimentos; o equilíbrio ou a redução do uso per capita dos recursos naturais; e a busca e o desenvolvimento de tecnologias não lesivas ao meio ambiente.

Para Portugal, Portugal Júnior e Brito (2012), uma das principais publicações dessa corrente foi o relatório denominado *The Limits of growth*, elaborado em 1971 e publicado no ano seguinte, que apontou problemas cruciais para o desenvolvimento das nações. Baseados em modelagens matemáticas, a equipe de pesquisadores do *Massachusetts Institute of Technology*, contratados pelo Clube de Roma, formado por personalidades que se reuniam para debater assuntos relacionados à política, à economia e ao meio ambiente, chegou à conclusão de que a capacidade do planeta não suportaria as crescentes demandas de consumo em razão da escassez dos recursos naturais e energéticos e do aumento da degradação ambiental, mesmo considerando o avanço da tecnologia.

As críticas à corrente Malthusiana foram desde a não consideração das contribuições da evolução da tecnologia, voltadas à preservação ambiental, até

os pontos centrais do relatório supracitado. De acordo com Herrera et al. (1976), a degradação do meio ambiente não é uma consequência do progresso da humanidade, mas de distúrbios sociopolíticos que resultam em desorganizações da sociedade, baseada em valores deturpados. Entretanto, os estudos publicados pelo Clube de Roma serviram para chamar a atenção da sociedade, levando-a a refletir sobre os limites do uso dos recursos naturais.

Essas contribuições, segundo Baiocchi (2012), instigaram novas linhas de pensamento voltadas para a correta gestão dos recursos naturais para o uso futuro, como a Economia Ecológica.

A segunda corrente, denominada Neoclássica, ficou assim conhecida por aplicar à questão ambiental os conceitos básicos da teoria clássica da economia, sobretudo os referentes à teoria do equilíbrio geral e as considerações marginalistas. As bases desta corrente, segundo Hussen (2013), estão fundamentadas no individualismo metodológico, no utilitarismo e no equilíbrio. Sua principal crença é de que a problemática ambiental pode ser solucionada pelo *mainstream* da economia, por meio da aplicabilidade da chamada microeconomia ambiental.

De acordo com Romeiro (2003), a corrente neoclássica afirma que os recursos naturais não representam, no longo prazo, um limite à expansão da economia. Isto porque o fator recursos naturais poderia ser substituído pelos fatores capital e trabalho, caso ocorresse sua escassez. Esse raciocínio ficou conhecido como sustentabilidade fraca.

Embora reconheçam a seriedade relacionada à degradação ambiental, os neoclássicos afirmam que isto ocorre pelo fato de que os impactos incididos no meio ambiente não são internalizados pelos mecanismos de precificação do mercado, sendo a indefinição de propriedade dos recursos naturais uma das principais causas para que tal internalização não seja efetivada. Nesse contexto, a defesa, de acordo com Portugal, Portugal Júnior e Brito (2012), é de que um

dos caminhos para a correção dessa falha passe pelo rearranjo e organização das relações dos agentes: governo, sociedade, empresas e consumidores. Esse rearranjo ocorreria por meio da determinação das funções, direitos e obrigações de cada agente e a normatização das relações e dos valores de troca e exploração dos recursos.

Além disso, a corrente neoclássica, segundo Donaire (1994), propõe a determinação dos direitos de propriedade sobre os bens ambientais e a negociação destes direitos em mercados privados, para que sejam apurados os custos de sua utilização, podendo ser por meio da criação de um mercado de venda e compra de direitos de poluir (como, por exemplo, o mercado de créditos de carbono) ou pela adoção de mecanismos compensatórios com o objetivo de contribuir para a conservação da qualidade ambiental.

Para alcançar os objetivos da negociação dos direitos de propriedade, essa corrente apoiou-se na importância da criação de valor econômico para o meio ambiente, acreditando que os métodos de valoração e a atribuição de valores monetários aos recursos naturais contribuiriam para a descontinuidade da degradação da natureza antes que essa extrapolasse a fronteira da irreversibilidade (MARQUES; COMUNE, 1997).

Para Donaire (1994), as linhas de pensamento neoclássicas estimularam o surgimento de instrumentos econômicos de controle como formas de internalizar os custos da exploração ambiental, como, por exemplo, os impostos, taxas, licenças e quotas de poluição, subsídios, normas e padrões de gerenciamento ambiental. De acordo com Corazza (2003), a utilização destes instrumentos tem como função restabelecer a eficiência no funcionamento do mercado e, assim, corrigir suas falhas e insuficiências, obrigando empresas e gestores a considerarem as externalidades relacionadas aos impactos ambientais em suas discussões e decisões estratégicas.

Outro ponto que merece destaque nesta corrente, embora muito criticado, é a afirmação de que o aumento da renda média das famílias pode contribuir para a diminuição da poluição. Esta linha de raciocínio baseia-se na curva ambiental de Kuznets, que, segundo Hussien (2013), estabelece que determinada sociedade, quando atinge um alto nível de renda per capita, apresenta um avanço na demanda por uma melhor qualidade ambiental. A curva de Kuznets é representada por um U invertido onde, inicialmente, há um aumento na poluição em função do aumento da renda per capita até o ponto no qual ocorre uma inflexão na curva (ponto de inversão). Assim, com um aumento contínuo na renda, a poluição é reduzida como produto de um processo de conscientização e exigência de uma sociedade mais abastada. Nesse sentido, a teoria de Kuznets defende que tanto as sociedades mais ricas quanto as de mais baixa renda não são as principais classes responsáveis pelos impactos ambientais. Os principais responsáveis pela degradação do meio ambiente, segundo esta teoria, são as sociedades e classes em desenvolvimento.

A teoria de Kuznets tem sido criticada pelo fato de que muitos países que atingiram elevados níveis de renda per capita não conseguiram reduzir seu nível de poluição e, por vezes, exportam partes de sua poluição para outros países. Além disso, segundo Mueller (2007), a visão de que o aumento na renda pode contribuir para a redução da poluição acaba sendo simplista, sem o aprofundamento necessário e a inclusão de fatores como o aumento do consumo e, por conseguinte, um maior descarte de resíduos.

Todavia, não se descarta por completo a teoria do U invertido, pois com uma maior renda, questões como a melhora na qualidade de vida, por meio do saneamento básico e do acesso à saúde e à educação, acabam sendo atendidas. Esses fatores são determinantes para a sustentabilidade socioambiental em um sentido mais amplo. Outra contribuição, em um contexto setorial, aponta que com o aumento da renda da população o desenvolvimento tende a promover uma

economia menos dependente da indústria e mais centrada em serviços, contribuindo para a redução da degradação ambiental (PANAYOTOU, 2003).

Arthur Pigou, um pensador neoclássico, defendeu a criação de uma taxa que viabilizasse a incorporação dos efeitos poluidores, denominados externalidades negativas, na produção. É o princípio do poluidor pagador, também conhecido por mecanismo pigouviano, qual seja, o causador da externalidade negativa tem de compensar o dano gerado. Segundo Donaire (1994), a questão que é levantada por esta linha de pensamento emana da constatação de que há uma divergência entre o valor do produto líquido marginal privado e o valor do produto líquido marginal social, ocorrendo pela não incorporação das perdas ambientais nos processos produtivos.

Para Alcoforado (2001), a adoção do mecanismo pigouviano condiciona aquele que polui a busca por processos preventivos e ambientalmente corretos, pela pressão dos custos da taxação. Assim, uma organização sujeita a pagamentos de taxas sobre o quanto ela irá causar danos à natureza, tende a confrontar esses custos aos custos de aquisição de equipamentos de controle da contaminação, da redução de sua produção ou de alguma outra possibilidade para diminuir seu impacto sobre o meio ambiente. Em suma, a linha de pensamento pigouviana teria como foco a redução da diferença entre o produto marginal privado e o produto marginal social.

As principais críticas à corrente neoclássica, segundo Portugal, Portugal Júnior e Brito (2012), concentram-se na visão de que a problemática ambiental pode ser facilmente resolvida por meio da incorporação das externalidades negativas por meio de instrumentos de mercado, sem a intervenção efetiva da sociedade ou do Estado.

A terceira corrente, conhecida por Economia Ecológica, surgiu na década de 1980 nos Estados Unidos, opondo-se aos modelos convencional e neoclássico. Essa corrente foi organizada pela *International Society for*

Ecological Economics (ISEE), uma instituição sem fins lucrativos dedicada a promover a compreensão das relações entre os sistemas econômicos, sociais e ecológicos, para o mútuo bem-estar do ser humano e natureza. No Brasil, sua representação se faz por meio da Sociedade Brasileira de Economia Ecológica (ECOECO), criada na Rio-92, para aprofundar os conhecimentos sobre as relações da economia com o meio ambiente. May, Lustosa e Vinha (2003, p. 12) definem a economia ecológica como o

campo de conhecimento transdisciplinar, desenvolvido a partir do reconhecimento de que, de um lado, o sistema socioeconômico baseia-se e depende dos sistemas naturais e, de outro lado, ele interfere e transforma o funcionamento destes últimos.

Nesse contexto, segundo Hussen (2013) e Romeiro (2003), a economia e o meio ambiente, em seus sistemas ecológicos, são considerados subsistemas de um sistema maior e mais complexo, interagem e são interdependentes impondo restrições e limites à produção. Esses autores, ainda, afirmam que os fatores de produção, incluindo os recursos naturais, são complementares e integrados em um processo sistêmico que possui um comportamento não determinístico. Soma-se a isso a complexidade sistêmica do capital natural e a possibilidade de perdas irreversíveis. Ao contrário da corrente neoclássica, esta linha de raciocínio ficou conhecida como sustentabilidade forte.

De acordo com Baiocchi (2012), os objetivos da Economia Ecológica são: agregar os estudos das diferentes áreas do conhecimento, englobando a biologia, a física, a química, a administração, dentre outras, com a intenção de extrapolar as compreensões convencionais, aprofundar e entender a relação do homem com a natureza e apontar os caminhos para a compatibilidade entre crescimento econômico e a disponibilidade de recursos, tratando a questão ambiental de forma sistêmica e harmoniosa. Para exemplificar essa harmonia,

Cavalcanti (2010) descreve perspectivas econômicas para identificar a escala da economia compatível com sua base ecológica, a saber:

um barco, cuja carga - estando distribuída de forma ótima no seu interior (solução do problema microeconômico) - deve respeitar a linha de calado. Quando a marca da água atinge essa linha, o barco está cheio; alcançou sua capacidade segura de carga (escala ótima). Os economistas ambientais, trabalhando com mercados, não elaboram o problema da carga ótima; interessa-lhes só a acomodação adequada da carga no barco. Os economistas ecológicos - apelando para princípios da física e ecologia - consideram que o tamanho da carga seja fundamental. Na concepção de uma possível macroeconomia do ambiente, a capacidade de carga, portanto, assume papel-chave. É ela que vai delimitar o âmbito do desenvolvimento sustentável (CAVALCANTI, 2010, p. 4).

Os embasamentos teóricos dessa abordagem encontram-se em estudos que incorporaram, em suas análises econômicas, a noção de entropia da segunda Lei da Termodinâmica, que afirma que a qualidade da energia sempre se degrada, passando de estados mais nobres para aqueles menos nobres. Nesse sentido, os economistas ecológicos se fundamentam na defesa de que os processos produtivos geram perdas de matéria e energia que não podem ser recuperadas integralmente, motivo pelo qual se impõe um limite aos processos produtivos e ao consumo, estabelecendo uma escala coerente e sustentável de utilização dos serviços ecossistêmicos da natureza e dos recursos naturais, objetivando a equidade intra e intergerações (DALY; FARLEY, 2003).

Para a corrente Ecológica, o grande desafio na busca pela sustentabilidade é a dificuldade em calcular e estabelecer, com precisão, a capacidade dos ecossistemas e, por conseguinte, ter a aplicação do princípio da precaução ao explorar os recursos naturais. De acordo com Daly e Farley (2003), uma escala ecologicamente equilibrada e sustentável é aquela cujo fluxo de recursos – material e energia – dá-se dentro da capacidade de suporte do sistema

e a escala ótima seria a que maximiza os benefícios e minimiza os impactos ambientais advindos da correta exploração dos recursos com o correto descarte.

Segundo Baiocchi (2012), a corrente ecológica recomenda que a economia deva ser vista como um fluxo entrópico de materiais e energia que atravessa todo um ciclo produtivo, considerando-o um subsistema econômico dentro de um sistema mais amplo, onde energia e matérias-primas entram no fluxo de produtos e fatores e, posteriormente, são liberados energia residual e resíduos materiais que deverão, dentro das possibilidades, ser reintegrados ao fluxo. Dessa forma, deve-se minimizar a exploração e a utilização de energia e materiais, assim como a poluição, utilizando tecnologias mais eficientes, incentivando a reciclagem e a reutilização dos materiais. Ainda, o autor afirma que o uso dos recursos renováveis deve considerar sua capacidade de renovação e os recursos não renováveis devem ser utilizados em um ritmo não superior ao de sua substituição por recursos renováveis, conservando a diversidade biológica e gerando resíduos dentro da capacidade de absorção dos ecossistemas do planeta.

Outro ponto importante dessa linha de pensamento é a compreensão de que pode ser possível uma melhor qualidade de vida para o ser humano sem necessariamente, um crescimento quantitativo exacerbado nas suas dimensões econômicas (*decoupling*). Para Montibeller-Filho (2001), a produção sem degradar o meio ambiente e utilizando o mínimo possível dos recursos não renováveis deve ter como base principal a fixação de parâmetros de densidade populacional e consumo. Todavia, tornam-se necessárias políticas ambientalistas e pressões de movimentos sociais para que o mercado possa incorporar as externalidades aos processos produtivos.

Em suma, a economia ecológica tem como foco elucidar que somente após verificar a real capacidade de carga do planeta em oferecer matérias primas e energia e absorver lixos e rejeitos produzidos pela sociedade é que se pode ter

noção da valoração econômica do meio ambiente e internalizar as externalidades ocasionadas pela produção e consumo.

A corrente Ecodensenvolvimentista, por sua vez, buscou reestruturar a relação entre sociedade e natureza, propondo um tipo de desenvolvimento que exige uma ação direta sobre o ser humano, indicando uma mudança no estilo de desenvolvimento dos países (PORTUGAL; PORTUGAL JÚNIOR; BRITO, 2012). O termo ECO, advindo de ecológico e econômico, propõe uma reorientação em termos de integração e entendimento de conceitos sociais, econômicos e ecológicos. Segundo Donaire (1994), o objetivo da corrente foi implementar questões abordadas na Conferência do Meio Ambiente de 1972, onde surgiu o termo ecodesenvolvimento e, no Relatório da Comissão Brundtland de 1987, sendo este responsável pela definição de desenvolvimento sustentável como a capacidade de atender as necessidades das atuais gerações sem comprometer as capacidades das gerações futuras em atender suas próprias necessidades.

A mensagem principal do relatório da comissão, também conhecido por *Our Common Future*, alertou tanto para a existência de um limite mínimo para o bem-estar da humanidade, como também de um limite máximo para a utilização dos recursos naturais. Surge, ainda, nessa corrente, o conceito *triple bottom line* conhecido como os três pés da sustentabilidade, a saber: *people*, que se refere ao tratamento do capital humano em uma empresa, com salários justos, bem-estar e saúde dos empregados e, na sociedade, com a participação, incentivos à cultura e o respeito aos direitos humanos; *planet*, fator ambiental caracterizado pelas preocupações em como amenizar os impactos ambientais produzidos pela atividade econômica, incluindo formas de reposição dos recursos naturais utilizados e de controle da poluição; e *profit*, refere-se ao lucro, ou resultados financeiros positivos da organização.

Para Sachs (2009), os objetivos do desenvolvimento que tem como base a sustentabilidade devem ser sempre socialmente justos, ambientalmente prudentes e economicamente viáveis. Portanto, a qualidade social deve ser medida pela melhoria do bem-estar das populações despossuídas e a qualidade ecológica, pela solidariedade com as futuras gerações. O autor expõe os princípios que devem nortear esse novo modelo de desenvolvimento: satisfação das necessidades básicas; solidariedade com as gerações futuras; participação da população envolvida; preservação dos recursos naturais e do meio ambiente; e elaboração de um sistema social garantindo emprego, educação, segurança social e respeito às diversidades culturais.

Segundo Donaire (1994), os estudos desta corrente demonstram que a poluição é fruto do estilo de desenvolvimento econômico que se tornou o paradigma da atual sociedade. Este estilo se caracteriza pelo capitalismo, influenciado, principalmente, pelo avanço das grandes empresas multinacionais, via propaganda maciça de seus produtos, criando desejos e hábitos muitas vezes supérfluos, buscando reproduzir, nos demais países, o padrão de consumo e crescimento de seus países de origem. Soma-se a isso a dependência crescente do petróleo, como fonte principal de energia, a emissão de poluentes, a crescente utilização de automóveis, contribuindo para um aumento constante do consumo de aço e combustíveis, e a cultura e os hábitos substituídos por padrões de outras nações.

Hussen (2013) afirma que a múltipla abrangência da corrente ecodesenvolvimentista se dá ao considerar questões como justiça e equidade na distribuição da produção e renda. Essas considerações têm uma dimensão temporal, que envolve várias gerações e incluem questões de bem-estar de todas as espécies do bioma. O autor inclui, ainda, duas questões importantes tratadas por essa corrente: a incerteza, que advém das expectativas imprevisíveis com relação às mudanças na tecnologia, renda e preferências pessoais; e a

irreversibilidade, que denota que a continuação da exploração dos recursos naturais nos níveis atuais pode ocasionar danos irreversíveis para o meio ambiente.

Nesse sentido, Cleveland e Ruth (1997) afirmam que os desafios principais seriam determinar o montante mínimo de capital natural necessário para sustentar um dado padrão de vida e verificar o montante em que os recursos renováveis poderiam substituir recursos já quase esgotados e recursos não renováveis. Além disso, o critério socialmente ético e os mecanismos legais são abordados por esta corrente, sobretudo pelo fato de se tratar de uma preocupação atual com a situação das gerações futuras. O desafio, portanto, é encontrar um equilíbrio entre o desenvolvimento atual e futuro.

As soluções propostas pelos ecodesenvolvimentistas, para lidar com a problemática ambiental, de acordo com Donaire (1994), fixam-se na correção do rumo do desenvolvimento atual, com a redefinição dos seus objetivos em consonância com os recursos disponíveis. Tal correção exigirá: uma ação sobre todos os atores sociais; um reequilíbrio entre os poderes e o exercício mais efetivo do papel da sociedade, por meio do trabalho digno e da correta aplicação dos recursos e capital; um repensar mais qualitativo sobre o desenvolvimento; uma conservação mais incisiva da natureza, com a ampliação da base dos recursos renováveis; e uma reorientação da tecnologia para a busca por ecoeficiência; e a manutenção da garantia do direito das gerações futuras suprirem suas necessidades de forma justa e igualitária.

Para Sachs (2009), a corrente ecodesenvolvimentista tem como fio condutor o correto aproveitamento dos recursos disponíveis na natureza, dando provas de desenvoltura na adaptação ecologicamente prudente e socialmente útil às necessidades humanas, levando em consideração o retorno econômico e as questões ambientais e sociais na tomada de decisão sobre os processos produtivos e o consumo. Estes pontos têm provocado o aparecimento de novas

regras e leis e um novo comportamento de consumo, exigindo uma nova postura na gestão das empresas.

2.3 Empreendedorismo sustentável

O empreendedorismo avançou em resposta às mudanças e evoluções do mercado, continuando abarcar a inovação e a liderança combinando-as a variáveis como habilidades de gestão, criatividade e sustentabilidade, em seu sentido mais amplo.

De acordo com Cohen e Winn (2007), o empreendedorismo ganha um novo viés, como um complemento da definição de Dolabela (2008a), Fillion (1999) e Schumpeter (1997), entre outros. A sustentabilidade passa a ser incorporada, na busca de entender como as oportunidades de desenvolver futuros bens e serviços são descobertas, criadas e exploradas, por quem e com quais consequências sociais, ambientais e econômicas.

Nesse contexto, surge o binômio empreendedorismo sustentável alicerçado sobre o *triple bottom line* (DIXON; CLIFFORD, 2007; TILLEY; YOUNG, 2009), constituído pelas dimensões social, ambiental e econômica, e termos como *ecovantage*¹ (ESTY; WINSTON, 2008), *ecopreneurship*² (DIXON; CLIFFORD, 2007; SHARPER, 2002) e *ecopreneur*³ (HOLT, 2011) que, de certa forma, passam a influenciar diretamente as ações do empreendedor na busca por oportunidades.

Cohen e Winn (2007) afirmam que as ações de um empreendedor atento a este novo contexto condicionam empresa e dirigentes a escolhas mais sensatas

¹ Vantagem competitiva para a empresa pela utilização de energia limpa, maximização de recursos, redução de resíduos e respeito aos serviços ecossistêmicos.

² Empreendedorismo ambientalmente correto.

³ Empreendedores que reconhecem que os desafios ambientais podem ser resolvidos por meio do desenvolvimento de produtos e serviços que fornecem tanto oportunidade de negócio, quanto opções ambientalmente sustentáveis.

e equilibradas entre o lucro, o bem estar das pessoas e o planeta. Para Esty e Winston (2008), empresas que investem no binômio empreendedorismo e sustentabilidade ajustam oportunidades à criação de valor dentro das dimensões econômica, social e ambiental.

A dimensão econômica é aquela que se volta à possibilidade de alocar e gerir recursos de forma mais eficiente, regulando o fluxo de investimentos e objetivando os melhores retornos (SACHS, 2004). Essa perspectiva traduz-se nas melhores formas de gestão para obter vantagens competitivas.

Na dimensão social, segundo Dixon e Clifford (2007), a busca pela consolidação dos processos de crescimento e desenvolvimento orientados para a qualidade de vida do ser humano e o bem-estar de toda a sociedade é o objetivo principal.

De acordo com Holt (2011), o cerne da dimensão ambiental gira em torno da correta utilização do uso dos recursos potenciais dos vários ecossistemas, objetivando a exploração com um menor impacto negativo possível a eles e propósitos socialmente válidos.

Para Parrish (2010), o empreendedorismo sustentável evidencia a evolução do pensamento do empreendedor e das suas ações nas organizações e a importância da busca pelo equilíbrio das dimensões econômica, social e ambiental no intuito de suprir as necessidades da atual geração, sem comprometer a sobrevivência e bem-estar das gerações futuras, tornando essencial a convergência das finalidades do empreendedorismo e da sustentabilidade. O autor afirma, ainda, que o empreendedorismo, nessa nova abordagem, pode não só colaborar para o alcance dos objetivos empresariais, como também promover o desenvolvimento econômico e o avanço tecnológico, ampliando assim suas contribuições para com a sociedade e o meio ambiente.

Nesse sentido, de acordo com Dixon e Clifford (2007), as organizações que não estiverem atentas às novas exigências, não sobreviverão, ao passo que

aquelas que estiverem ajustadas serão promovidas. Um novo ponto de vista que alerta empreendedores e empresas de que mudanças estão acontecendo e novas oportunidades de mercado surgindo. Com isso, os autores consideram a necessidade da divulgação, em âmbito global, das ações que visam à sustentabilidade das empresas como pontapé inicial para a “destruição criativa” de Schumpeter.

Segundo Cavalcanti e Teixeira (2013), frente a gama de estratégias possíveis para sobreviver em um mercado e alcançar vantagem competitiva, as ações de gestão que priorizarem os benefícios sociais e a preservação ambiental tendem a ser as mais eficazes, visto que, para promover os seus interesses, os empreendedores podem alinhar, de maneira seletiva, suas ações às mudanças e exigências do mercado, na expectativa de alcançar um equilíbrio apropriado. Para Fenker e Ferreira (2011), a busca por este equilíbrio suscitou a necessidade de incorporar, no pensamento administrativo, nas ações do empreendedor e na formulação das estratégias organizacionais, conceitos relacionados ao bem-estar e à ecologia, adotando-se, também, valores não monetários como parâmetros de mensuração da sustentabilidade.

Diante disso, de acordo com Boszczowski e Teixeira (2009), apesar de ser um campo de estudo recente e de ainda não haver parâmetros completamente definidos pela literatura (DALMORO, 2009), o binômio empreendedorismo e sustentabilidade fez emergir o empreendedorismo sustentável como novo campo de pesquisa que, no presente trabalho, perfaz-se pelo estudo das práticas de gestão adotadas pelos MEI's e as ações e as percepções desses microempreendedores no que se refere à sustentabilidade dos seus negócios.

3 MODELO CONCEITUAL E ANALÍTICO

O modelo conceitual e analítico, representado na Figura 1, visa caracterizar o perfil dos microempreendedores individuais, bem como evidenciar as ações no que tange à capacidade de gerenciamento do negócio e às ações e percepções relacionadas à gestão sustentável da empresa.

Nota-se que o modelo proposto divide o contexto do objeto de pesquisa, as ações e as percepções dos microempreendedores, em duas temáticas: gestão e sustentabilidade. Na primeira, a temática se subdivide em quatro dimensões: planejamento, no qual se analisarão as variáveis relacionadas às ações voltadas para as estratégias e diretrizes do negócio e o monitoramento dos concorrentes; dimensão clientes, em que o foco das análises dar-se-á nas variáveis da gestão da informação, controle e acompanhamento das expectativas frente à satisfação da clientela; dimensão mercado, na qual serão analisadas as ações de gerenciamento relacionadas às interações com fornecedores, à administração das operações, qualidade e produtividade e aos processos de comercialização; e, por fim, a dimensão financeira, que aborda as ações referentes aos procedimentos de controle financeiro, crédito e estoques.

A segunda temática, sustentabilidade, subdivide-se em três dimensões, tendo como alvo das análises as questões relacionadas ao social, ambiental e econômico, conhecidas como *triple bottom line*. As variáveis referentes à gestão de pessoas e sociedade se enquadram na dimensão social; a responsabilidade com as futuras gerações e o gerenciamento dos impactos ambientais na dimensão ambiental; e o controle e a busca por resultados na dimensão econômica.

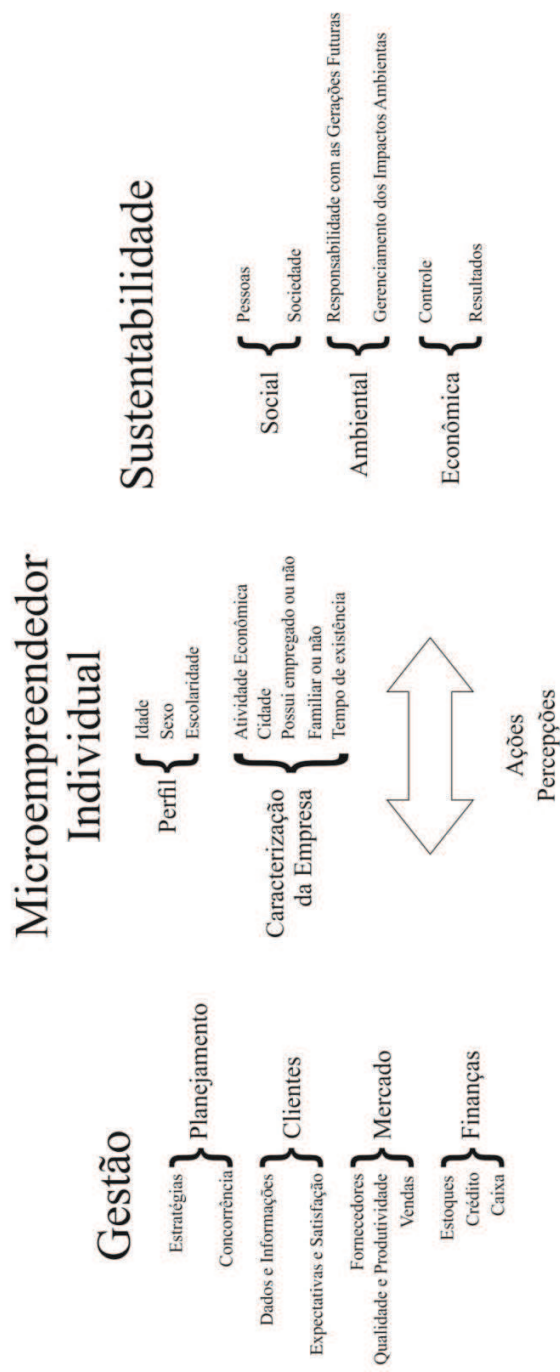


Figura 1 Modelo conceitual das ações e percepções dos microempreendedores individuais relacionados à gestão e à sustentabilidade

Fonte: Elaborado pelo autor (2014).

Baseado no modelo conceitual e analítico sugerido, propõem-se as seguintes hipóteses:

H₁: Existe correlação positiva entre os conhecimentos em técnicas de gestão e o conhecimento relacionado à sustentabilidade.

H₂: Existe correlação positiva entre o nível de escolaridade e a capacidade de gestão dos negócios.

H₃: Existe correlação positiva entre o nível de escolaridade e as ações e percepções relacionadas ao gerenciamento sustentável dos negócios.

H₄: Existe correlação negativa entre a idade e as ações e as percepções relacionadas ao gerenciamento sustentável dos negócios.

H₅: Existe correlação negativa entre a renda média familiar do município e as ações e percepções de cunho ambiental dos microempreendedores.

H₆: O Índice de Desenvolvimento Humano do município (IDH-M) possui relação positiva com as ações dos microempreendedores individuais na gestão dos negócios.

H₇: O Índice de Desenvolvimento Humano do município (IDH-M) influencia as ações e as percepções dos microempreendedores individuais relacionadas à questão ambiental.

H₈: Microempreendedores individuais do sexo feminino tendem a ter ações e percepções mais positivas com relação à dimensão social da sustentabilidade.

H₉: Municípios com IDH-M mais elevado possuem um menor percentual de microempreendedores individuais em relação ao número total da população.

4 METODOLOGIA

Neste capítulo, são apresentados os procedimentos metodológicos aplicados no estudo. Primeiramente, descreve-se a tipologia da pesquisa, na sequência são descritos o instrumento utilizado para a coleta dos dados, as variáveis da pesquisa, as características da região em estudo, a população e a amostra pesquisada e as técnicas que farão parte das análises e discussão.

4.1 Tipologia da pesquisa

O propósito deste estudo é analisar e compreender as ações e formas de gerenciamento dos microempreendedores individuais, no que tange às ferramentas e técnicas de planejamento, marketing e controle financeiro da atividade; bem como seus atos, procedimentos e percepções relacionadas à sustentabilidade do negócio, nas dimensões social, ambiental e econômica.

Nesse sentido, o estudo se caracteriza como descritivo, pois visa à “identificação, registro e análise das características, fatores ou variáveis que se relacionam com o fenômeno ou processo” (JUNG, 2004, p. 152). Para Cervo, Bervian e Silva (2007), a pesquisa descritiva procura descobrir, com a precisão possível, a frequência com que um fenômeno ocorre, sua relação e conexão com os outros, sua natureza e características, correlacionando fatos ou fenômenos (variáveis) sem manipulá-los.

Optou-se por um levantamento do tipo *survey* que, segundo Babbie (1999), consiste em uma técnica de pesquisa conduzida com uma amostra representativa de uma determinada população, empregando, de modo geral, um questionário estruturado para a obtenção de dados que deverão ser estudados por meio de técnicas estatísticas para medir relações entre variáveis.

A abordagem utilizada é de natureza quantitativa, que, de acordo com Theóphilo e Martins (2009), permite ao pesquisador, dependendo da natureza das informações, dos dados e das evidências levantadas, empreender uma avaliação quantitativa, ou seja, organizar, sumarizar, caracterizar e interpretar os dados numéricos coletados.

4.2 Instrumento de coleta de dados

Para a coleta de dados, utilizou-se de um questionário estruturado (APÊNDICE), aplicado entre os meses de março e julho de 2014, baseado em recomendações e direcionamentos do SEBRAE e do Instituto Ethos, organização da sociedade civil de interesse público cuja missão é mobilizar e apoiar as empresas a gerir seus negócios de forma sustentável. Este instrumento se divide em três partes. A primeira parte objetivou identificar o microempreendedor e as características de sua empresa; a segunda teve o foco nas ações relacionadas à temática gestão; e a terceira parte o objetivo foi analisar as ações e as percepções relacionadas à sustentabilidade.

4.3 Variáveis da pesquisa

As variáveis da pesquisa se agrupam em características do indivíduo empreendedor e da empresa, em variáveis relacionadas às ações de gerenciamento do negócio e em ações e percepções relacionadas à sustentabilidade, sendo descritas nas seções que seguem.

4.3.1 Variáveis de agrupamento por perfil do microempreendedor

As variáveis relacionadas ao perfil do microempreendedor são: idade, sexo e escolaridade.

4.3.2 Variáveis de agrupamento por características da empresa

As variáveis que se referem às características da empresa são: atividade econômica, o município a que pertence, se possui ou não empregado, é familiar ou não e quando iniciaram as atividades, com a intenção de medir o tempo de vida da empresa.

4.3.3 Variáveis relacionadas à temática gestão

Com a finalidade de analisar as ações dos MEI's em suas atividades cotidianas relacionadas à temática gestão, abordando aspectos de planejamento, clientes, mercado e finanças, foram estabelecidas as variáveis, medidas por meio de uma escala de três pontos (Não, Em parte e Sim), assumida neste trabalho como escala intervalar.

Na dimensão planejamento foram adotadas as seguintes variáveis:

- a) descrição em papel daquilo que deseja para o negócio;
- b) definição de objetivos e metas;
- c) monitoramento do mercado;
- d) monitoramento da concorrência;
- e) destaque do ponto de venda.

Na dimensão clientes, adotou-se:

- a) clientes e localização;

- b) dados e informações;
- c) conhecimento sobre os fatores que influenciam a clientela;
- d) pesquisa com clientes;
- e) cumprimento com compromissos assumidos com a clientela;
- f) avaliação da satisfação do cliente.

Na dimensão mercado:

- a) diversificação e pesquisa de fornecedores;
- b) cadastro básico dos fornecedores;
- c) controle do desempenho dos fornecedores;
- d) gestão da produtividade da empresa;
- e) padronização dos procedimentos;
- f) metas de vendas;
- g) promoção;
- h) comunicação com a clientela para informá-los das promoções.

Na dimensão finanças:

- a) ferramenta de gestão para entradas e saídas de mercadorias;
- b) controle de estoque;
- c) gerenciamento de compra;
- d) controle dos valores a receber;
- e) cobrança;
- f) inadimplência;
- g) controle de caixa;
- h) controle das contas a pagar;
- i) fluxo de caixa.

4.3.4 Variáveis relacionadas à temática sustentabilidade

As variáveis relacionadas à temática sustentabilidade, contemplando pontos referentes às dimensões social, ambiental e econômica, também foram medidas por meio de uma escala de três pontos (Não, Em parte e Sim), assumida neste trabalho como escala intervalar (exceto para as questões 46 e 47).

Na dimensão social foram adotadas as variáveis:

- a) saúde e segurança;
- b) incentivos monetários (gratificações, comissões e participação nos lucros);
- c) apoio a treinamentos e capacitações;
- d) patrocínio a eventos culturais ou científicos;
- e) contribuição para campanhas e ações de cunho social;
- f) voluntariado;
- g) crença de que a adoção de atitudes relacionadas à melhoria do bem estar do ser humano e da sociedade proporciona vantagem competitiva.

Na dimensão ambiental:

- a) diretrizes/políticas relacionadas à preservação ambiental;
- b) conhecimento das influências dos processos e/ou atividades no meio ambiente;
- c) preocupação com o consumo de água;
- d) preocupação com o consumo de energia elétrica;
- e) separação de resíduos para a coleta seletiva;
- f) preocupação com a redução do uso de materiais;
- g) crença de que a adoção de ações voltadas à preservação ambiental pode assegurar melhores condições de vida às futuras gerações;

h) motivos a adotar práticas de gestão ambiental.

A dimensão econômica abordou:

- a) precificação;
- b) apuração dos resultados;
- c) satisfação com os resultados da empresa;
- d) expectativa, enquanto empreendedor.

4.4 Caracterização da região em estudo

A microrregião de Varginha (Figura 2), região onde foi realizada a pesquisa com os MEI's, é uma das microrregiões do estado de Minas Gerais pertencentes à mesorregião Sul e Sudoeste de Minas. De acordo com dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE (2010), sua população é de 441.278 habitantes. Possui uma área total de 7.599,369 km², seu clima é ameno e o relevo se configura por montanhas.



Figura 2 Localização geográfica da microrregião de Varginha, MG
Fonte: Wikimedia Maps (2013).

A região está localizada em um eixo equidistante entre algumas das principais capitais brasileiras: São Paulo, Rio de Janeiro e Belo Horizonte. De acordo com o IBGE (Tabela 1), o PIB nominal de aproximadamente 8,7 bilhões de reais advém do setor de serviços (56,6%), 17,2% da indústria, 14,1% do comércio e 11,7% da agropecuária. Este com destaque para a cafeicultura, o milho e a produção leiteira.

A microrregião possui dezesseis municípios, a saber: Boa Esperança, Campanha, Campo do Meio, Campos Gerais, Carmo da Cachoeira, Coqueiral, Elói Mendes, Guapé, Ilícinea, Monsenhor Paulo, Santana da Vargem, São Bento Abade, São Tomé das Letras, Três Corações, Três Pontas e Varginha, conforme Figura 3.

Estes com disparidades em suas configurações e diferenças marcantes em seus desempenhos econômicos. Conforme demonstrado na Tabela 1, Varginha é o município com a maior renda familiar nominal com 36,1 mil, São Tomé das Letras o município com a menor renda familiar nominal, com 17,2 mil reais. A média da renda familiar nominal da região é de 23,5 mil. O município com maior PIB nominal, também, é Varginha, seguida de Três Corações, Três Pontas e Boa Esperança. As cidades de São Bento Abade, São Tomé e Campo do Meio são as que apresentam os menores índices do Produto Interno Bruto.

O PIB per capita da microrregião é de 19,7 mil. As cidades com os melhores índices referentes a este indicador são Varginha (32,1 mil), Três Corações (24,1 mil) e Santana da Vargem (15,1 mil). Nota-se que os municípios de Monsenhor Paulo e Três Corações se destacam pelos percentuais do PIB industrial, 28,5% e 27,4%, respectivamente. Com relação à participação do comércio no PIB, os destaques são Varginha (20,5%) e Três Corações (12,6%). Três Pontas e Campanha são as que apresentam os maiores percentuais de participação dos serviços no PIB, 61,1% e 60,9%, respectivamente.

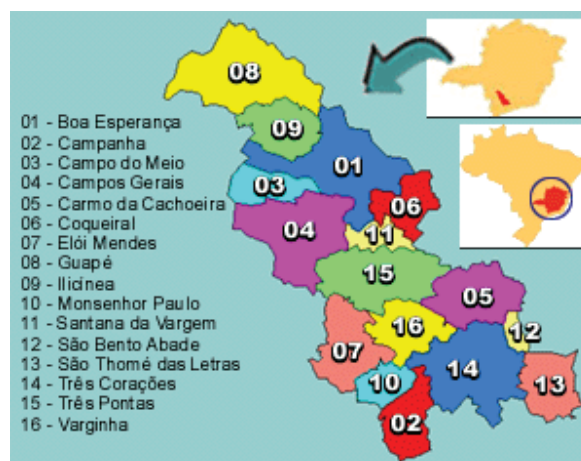


Figura 3 Divisão e localização dos municípios na microrregião de Varginha, MG

Fonte: Portal CityBrazil (2013).

Os municípios da microrregião apresentam um comércio diversificado, organizações do setor de serviços, como instituições financeiras, instituições de ensino profissionalizante, técnico e superior, hospitais e clínicas especializadas e indústrias do segmento de peças automotivas, entre outras.

As cidades de Boa Esperança, Campo do Meio, Guapé e São Thomé das Letras destacam-se pelo turismo (IBGE, 2010). Os municípios de Campanha, Monsenhor Paulo e Três Corações possuem uma relevante participação da indústria em suas economias, principalmente, por se localizarem às margens da rodovia Fernão Dias, condição que privilegia a produtividade, logística e eficiência deste setor. Elói Mendes destaca-se por um forte comércio influenciado por indústrias de vestuário e móveis. As demais cidades se destacam pela produção cafeeira, tendo destaque Três Pontas, que é considerada um dos seis maiores produtores do fruto no país, ficando, em Minas Gerais, em segundo lugar.

Com relação ao IDH-M, indicador que leva em consideração quesitos como a expectativa de vida, a renda mensal per capita e a educação, variando entre 0 e 1, a cidade com melhor desenvolvimento humano é aquela cujo índice se aproxima ao número 1. De acordo com o Programa das Nações Unidas Para o Desenvolvimento; Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada e Fundação João Pinheiro - PNUD, IPEA e FJP (2013), a microrregião apresenta um IDH-M médio de 0,699, desempenho 4,3% abaixo dos 0,731 do estado de Minas Gerais e 3,8% abaixo dos 0,727 do país.

Ressalta-se que, dos 16 municípios da região, apenas seis (Boa Esperança, Campanha, Monsenhor Paulo, Três Corações, Três Pontas e Varginha) apresentaram IDH-M considerados altos. As demais cidades apresentaram performances entre 0,655, em Carmo de Cachoeira, e, 0,698, em Santana da Vargem, sendo classificadas em nível médio de desenvolvimento humano. Varginha é uma das treze cidades mineiras que se configuram entre as 200 cidades com melhores índices do Brasil, ocupando a 145ª posição dos 5.565 municípios avaliados.

Tabela 1 Dados econômicos e de desenvolvimento dos municípios na microrregião de Varginha-MG, 2010-2013

Municípios	População	IDH-M	Renda familiar nominal (média anual)	PIB nominal (em mil)	PIB per capita	Participação da Indústria no PIB (em mil)	Participação do Comércio no PIB (em mil)	Participação dos Serviços no PIB (em mil)	Participação da Agropecuária no PIB (em mil)
Boa Esperança	38.734	0,704	25.392,12	505.238,00	13.120,00	49.055,00	32.808,00	289.808,00	133.568,00
Campanha	15.433	0,709	25.676,76	164.097,00	10.631,46	24.323,00	10.591,00	100.008,00	29.175,00
Campo do Meio	11.476	0,683	18.468,84	90.333,00	7.842,81	6.187,00	2.531,00	51.855,00	29.760,00
Campos Gerais	27.600	0,682	21.183,48	331.411,00	11.997,64	25.615,00	15.121,00	164.436,00	126.239,00
Carmo da Cachoeira	11.836	0,655	23.403,60	140.462,00	11.867,34	7.965,00	4.720,00	60.796,00	66.981,00
Coqueiral	9.289	0,694	21.729,72	140.462,00	11.867,34	5.034,00	4.720,00	46.100,00	52.032,00
Elói Mendes	25.220	0,685	24.421,92	329.980,00	13.060,24	29.607,00	30.498,00	187.309,00	82.566,00
Guapé	13.872	0,679	21.077,16	124.307,00	8.983,04	8.416,00	4.479,00	63.516,00	47.897,00
Iliteia	11.488	0,680	18.244,44	107.746,00	9.379,06	9.135,00	3.164,00	52.938,00	42.509,00
Montesior Paulo	8.161	0,721	22.071,36	117.995,00	14.445,99	33.645,00	10.931,00	45.256,00	28.162,00
Santana da Vargem	7.231	0,698	23.402,76	109.682,00	15.151,52	7.586,00	6.074,00	52.117,00	43.905,00
São Bento Abade	4.577	0,672	18.328,08	41.433,00	9.052,42	3.268,00	1.079,00	21.466,00	15.620,00
São Tomé das Letras	6.655	0,667	17.280,24	63.593,00	9.555,61	14.005,00	1.908,00	30.552,00	17.127,00
Três Corações	72.765	0,744	29.680,56	1.758.233,00	24.152,88	482.175,00	221.142,00	949.891,00	105.025,00
Três Pontas	53.860	0,731	28.704,84	738.145,00	13.713,79	76.071,00	65.178,00	450.811,00	146.085,00
Varginha	123.081	0,778	36.145,92	3.956.616,00	32.133,82	720.349,00	812.496,00	2.370.608,00	52.863,00
Total	441.278			8.719.733,00	19.760,18	1.502.436,00	1.227.440,00	4.937.467,00	1.019.514,00
						17,2%	14,1%	56,6%	11,7%

Fonte: Elaborado pelo autor com base em IBGE (2010) e PNUD, IPEA e FJP (2013).

Considerando a média nacional do IDH-M, o índice cresceu 15,8% no Brasil, nos últimos 10 anos, alterando seu status de médio desenvolvimento, em 2000, para alto, em 2010. Minas Gerais, em relação a 2000, melhorou de 0,624 para 0,731 (17%), passando, também, da categorização de médio para alto. E, por fim, a microrregião teve uma melhora de, aproximadamente, 14%, passando de 0,600, em 2000, para 0,699, em 2010. Porém, ainda permanecendo em um nível médio de desenvolvimento humano.

4.5 População e amostra da pesquisa

A população pesquisada, também conhecida por universo da pesquisa, é o conjunto de indivíduos que partilham de, pelo menos, uma característica em comum (MARCONI; LAKATOS, 2008). Desta forma, assume-se como universo desta pesquisa o conjunto de MEI's da microrregião Varginha-MG.

De acordo com o Portal do Empreendedor (2014), sítio eletrônico oficial do Governo Federal que tem como fonte de informações as bases dos sistemas oficiais da Secretaria da Receita Federal do Brasil, a microrregião de Varginha possui uma população de 8.260 MEI's formalizados, distribuídos conforme a Tabela 2. Esta população deriva de um corte transversal, que se justifica, segundo Malhotra (2012), por custos relativamente mais baixos que nos estudos longitudinais, por coletas de dados mais rápidas e, ainda, por retratar a realidade de modo satisfatório em um contexto histórico-temporal.

Tabela 2 Quantidade de microempreendedores individuais por município na microrregião Varginha-MG, semestre1/2014

Municípios	Quantidade de MEI's
Boa Esperança	874
Campanha	410
Campo do Meio	176
Campos Gerais	340
Carmo da Cachoeira	179
Coqueiral	201
Elói Mendes	397
Guapé	191
Ilicínea	254
Monsenhor Paulo	112
Santana da Vargem	122
São Bento Abade	133
São Tomé das Letras	321
Três Corações	876
Três Pontas	1022
Varginha	2652
Total	8260

Fonte: Elaborado pelo autor com base nas informações do Portal do Empreendedor (2014).

Foi selecionada uma amostra probabilística que, de acordo com Levin (1987), constitui um número menor de sujeitos tirados de uma determinada população, para a qual se busca generalizar as conclusões do estudo.

Com a população identificada e finita, o tamanho da amostra foi calculado de acordo com a fórmula a seguir, proposta por Stevenson (2001):

$$n = Z^2 \cdot P \cdot Q \cdot N / (N - 1) \cdot e^2 + P \cdot Q \cdot Z^2 \quad (1)$$

Onde:

n - é o tamanho da amostra;

Z - é o número de desvios padrões, retirado da tabela de distribuição normal reduzida, em função de uma confiança preestabelecida;

P - é a proporção conhecida dos respondentes a uma pergunta ($P+Q=1$);

Q - Percentagem complementar ($1 - P = Q$);

N - é o tamanho da população;

e - refere-se ao erro amostral tolerado, pré-estabelecido.

Considerando um nível de confiança de 95% ($\alpha=5\%$, $Z_{\alpha/2} = Z_{0,025}$), segundo Levin (1987), obtém-se o valor de 1,96 de desvios padrões, retirado da tabela de distribuição normal reduzida, para o cálculo da amostra. Assim, de acordo com Levin (1987) e Stevenson (2001), para um universo de 8.260 microempreendedores, pré-estabelecendo um erro amostral de 5%, a amostra será composta por 367 microempreendedores individuais.

Pela presente pesquisa pretende-se apresentar resultados que poderão ser generalizados apenas para o universo de microempreendedores individuais da região em estudo, dentro dos limites estatísticos estabelecidos. Para tanto, a técnica de amostragem foi a probabilística aleatória, tendo como forma de escolha do MEI a ser pesquisado o sorteio. Amostra probabilística, segundo Hair Junior et al. (2009), por basear-se na premissa de que cada elemento da população alvo tem uma probabilidade conhecida, mas não necessariamente igual de ser selecionado para a amostra.

Com a finalidade de abranger todos os municípios da região em estudo, optou-se por uma proporcionalidade, considerando a quantidade de microempreendedores individuais de cada cidade e número total da região. A proporcionalidade tem a finalidade de garantir a participação de empreendedores de toda a microrregião. Na Tabela 3 apresenta-se a quantidade de MEI's a ser pesquisada por município.

Tabela 3 Distribuição da amostra dos MEI's na microrregião de Varginha-MG, por município, semestre1/2014

Municípios	Quantidade de MEI's	Proporção de MEI's da microrregião no município	Quantidade de MEI's a ser pesquisada por município
Boa Esperança	874	10,58%	39
Campanha	410	4,96%	18
Campo do Meio	176	2,13%	8
Campos Gerais	340	4,12%	15
Carmo da Cachoeira	179	2,17%	8
Coqueiral	201	2,43%	9
Elói Mendes	397	4,81%	18
Guapé	191	2,31%	8
Ilicínea	254	3,08%	11
Monsenhor Paulo	112	1,36%	5
Santana da Vargem	122	1,48%	5
São Bento Abade	133	1,61%	6
São Tomé das Letras	321	3,89%	14
Três Corações	876	10,61%	39
Três Pontas	1022	12,37%	45
Varginha	2652	32,11%	118
Total	8260	100%	367

Fonte: Elaborado pelo autor com base nas informações do Portal do Empreendedor (2014).

De acordo com Malhotra (2012), essas subpopulações devem ser mutuamente excludentes e coletivamente exaustivas, de modo que cada elemento da população deve ser atribuído a um único estrato e nenhum elemento da população deve ser omitido.

Cabe ressaltar que, embora a pesquisa tenha determinado uma amostra de 367 (trezentos e sessenta e sete) MEI's a serem pesquisados, distribuída proporcionalmente nos municípios, a estratégia adotada foi aplicar algo em torno de 20% (vinte por cento) a mais deste total, com a finalidade de possibilitar o descarte dos questionários com dados *missing* e/ou *outliers*, mantendo-se os mínimos pré-determinados por cidades.

Dados *missing*, de acordo com Prass (2004), são registros com dados incompletos, que podem ocorrer por falhas no processo de coleta. O autor afirma, ainda, que os efeitos de alguns processos de dados incompletos são conhecidos e podem ser diretamente ajustados no plano de pesquisa e que o tratamento destes casos é necessário para que os resultados do processo de mineração de dados sejam confiáveis. Casos deste tipo, nesta pesquisa, foram evitados por meio de contatos posteriores com os microempreendedores individuais e, quando não obtido sucesso nestas novas abordagens, por descarte do questionário.

Os questionários que apresentaram uma única resposta do início ao fim do instrumento ou ainda duas ou três alternativas respondidas para uma mesma pergunta foram considerados *outliers*, dados com valores extremos, atípicos ou com características bastante distintas dos demais registros (PRASS, 2004) e, também, foram descartados da amostra.

Nota-se que, ao final dos trabalhos de campo, a quantidade de questionários válidos e que puderam ser considerados para as análises desta pesquisa foi de 391 (trezentos e noventa e um), distribuídos de acordo com a Tabela 4.

Tabela 4 Quantidade de MEI's pesquisados na microrregião de Varginha-MG, por município, semestre1/2014

Cidades	Amostra inicial proposta	Amostra realizada	Porcentagem dos MEI's pesquisados por município	Porcentagem acumulativa
Boa Esperança	39	41	10,5	10,5
Campanha	18	18	4,6	15,1
Campo do Meio	8	9	2,3	17,4
Campos Gerais	15	17	4,3	21,7
Carmo da Cachoeira	8	8	2,0	23,8
Coqueiral	9	9	2,3	26,1
Elói Mendes	18	20	5,1	31,2
Guapé	8	10	2,6	33,8
Ilicínea	11	14	3,6	37,3
Monsenhor Paulo	5	6	1,5	38,9
Santana da Vargem	5	7	1,8	40,7
São Bento Abade	6	6	1,5	42,2
São Thomé das Letras	14	16	4,1	46,3
Três Corações	39	42	10,7	57,0
Três Pontas	45	49	12,5	69,6
Varginha	118	119	30,4	100,0
Total	367	391	100,0	

Fonte: Elaborado pelo autor (2014).

Observa-se que a margem de 20% (vinte por cento) a mais da amostra proposta garantiu não apenas o mínimo necessário (367), mas cerca de 6,5% acima desse valor, mantendo a proporcionalidade dos microempreendedores individuais por município.

4.6 Análise dos dados

Para a análise dos dados do presente estudo, em um primeiro momento, foi realizada a estatística descritiva dos dados coletados, com a finalidade de possibilitar a descrição dos fatos, compreendendo a organização e a

simplificação de informações mais complexas. Para Malhotra (2012), as técnicas da estatística descritiva são usadas para resumir e descrever dados, servindo para melhorar a conveniência, a interpretação e a comunicação dos estudos. A finalidade é tornar as informações mais fáceis de entender, relatar e discutir. Os dados relacionados ao perfil dos microempreendedores individuais e à caracterização das empresas foram interpretados e descritos por meio de distribuições de frequência e tabulações cruzadas. Em seguida, procedeu-se a um ranking médio das variáveis que, segundo Belkaoui (1987), deriva da média ponderada das respostas. Neste estudo, essa foi advinda da atribuição dos valores às alternativas estabelecidas na escala assumida como intervalar (1-Não, 2-Em parte e 3-Sim), possibilitando verificar a variação entre elas e o ranqueamento das ações e percepções mais e/ou menos utilizadas pelos microempreendedores participantes da amostra.

Em um segundo momento, foram utilizadas técnicas estatísticas multivariadas que, de acordo com Hair Junior et al. (2009), referem-se aos métodos estatísticos que, simultaneamente, analisam múltiplas medidas sobre o indivíduo ou o objeto sob investigação. Dentre essas técnicas, foram aplicadas, neste estudo, as técnicas de dependência (correlação múltipla e a análise discriminante múltipla) e a análise de agrupamentos como técnica de interdependência.

A correlação múltipla, segundo Malhotra (2012), é um método de análise que mede a associação entre duas variáveis. O objetivo da utilização desta técnica no estudo se deu na busca pela confirmação, ou não, das hipóteses H1, H2, H3, H4, H5, H6, H7 e H9, verificando as associações apontadas, utilizando a correlação de Pearson. De acordo com Hair Junior et al. (2009), esta técnica mede a associação linear entre duas variáveis quantitativas, indicando o grau em que a variação de uma variável X está associada à variação de uma variável Y. Dessa forma, um $r > 0$ sugere uma relação positiva, ou seja, um

aumento em X é acompanhado por um acréscimo em Y. Por outro lado, $r < 0$ sugere uma relação negativa, isto é, um aumento de X é acompanhado por um decréscimo de Y. Para Cooper e Schindler (2011), estas correlações podem se apresentar em associações fracas, acima de 0 a 0,3, moderadas acima de 0,30 a 0,70 e fortes acima de 0,70. Para os autores, em Administração, a investigação por outros meios será necessária quando r for igual zero.

Para as hipóteses H6 e H7, já trabalhadas pela técnica de correlação, e H8 procedeu-se ao teste de hipóteses, valendo-se do teste-t de amostras independentes, no qual, de acordo com Pereira e Patrício (2013), sempre que o *P-value* for menor do que o valor definido para o nível de significância, deve-se rejeitar a hipótese nula e, por conseguinte, confirmar a hipótese proposta.

A análise discriminante múltipla (MDA) é uma técnica multivariada adequada, quando a única variável dependente é dicotômica ou multicotômica e, portanto, não-métrica (MALHOTRA, 2012). Pressupõe-se que as variáveis independentes sejam métricas. É aplicável em situações nas quais a amostra total pode ser dividida em grupos, baseados em uma variável dependente não-métrica, que caracteriza diversas classes conhecidas. Os objetivos da análise discriminante múltipla são entender as diferenças de grupos e prever a probabilidade de uma entidade (indivíduo ou objeto) pertencer a uma classe ou grupo em particular com base em diversas variáveis independentes métricas. Esta técnica foi aplicada para uma segunda análise das hipóteses H6, H7 e H8 e para o aprofundamento dos estudos relacionados aos agrupamentos gerados com base na análise de clusters.

Como técnica de interdependência, foi utilizada a análise de clusters, conhecida, também, por análise de conglomerados ou análise de agrupamentos que, de acordo com Hair Junior et al. (2009), é uma técnica exploratória de análise multivariada que tem como principal objetivo agrupar indivíduos, pessoas, empresas ou objetos em grupos homogêneos, em função da

similaridade dos valores de suas variáveis. A operacionalização desta técnica se deu na divisão do grupo total dos microempreendedores individuais pesquisados em subgrupos com características homogêneas dentro dos clusters e heterogêneas entre eles, ou seja, variância mínima dentro do grupo e variância máxima entre os grupos. Características essas, primeiramente, vinculadas às ações gerenciais dos negócios e, posteriormente, às ações e percepções voltadas à sustentabilidade, com o objetivo de melhor avaliar as correlações e apontar variáveis discriminantes entre os agrupamentos.

Para a tabulação e o processamento dos dados da pesquisa, utilizou-se do *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS) que, segundo Pereira e Patrício (2013), consiste em uma ferramenta que permite realizar cálculos estatísticos complexos, ideal para análise de dados em estudos sociais.

5 RESULTADOS E DISCUSSÃO

O presente capítulo foi estruturado considerando-se a necessidade de caracterizar os MEI's, pessoa física e jurídica, pesquisados na microrregião em estudo e responder aos objetivos específicos de analisar o perfil de gerenciamento do microempreendedor individual em seu empreendimento frente à competitividade e às exigências legais da formalização; verificar quais as ações desenvolvidas pelo microempreendedor individual, em sua empresa, relacionadas à sustentabilidade; identificar os aspectos de semelhança e diferenciação das ações e das percepções dos microempreendedores individuais e caracterizar as percepções destes microempreendedores frente aos desafios do desenvolvimento sustentável dos negócios. Nesse sentido, buscou-se compreender os padrões de gerenciamento e sustentabilidade dos microempreendedores individuais, conforme proposto no objetivo geral desta pesquisa.

Em um primeiro momento, serão demonstrados os dados coletados utilizando-se da estatística descritiva, possibilitando a exposição e a discussão das informações. Posteriormente, as discussões se desdobram por meio das análises multivariadas, objetivando a confirmação, ou não, das hipóteses propostas.

5.1 Perfil dos microempreendedores individuais

Dos 391 MEI's pesquisados, 196 (50,1%) são do sexo masculino e 195 (49,9%) feminino. Em relação à idade, a média da amostra pesquisada é de 36,4 anos, a moda de 30 anos, o empreendedor mais novo possui 19 anos e o de maior idade 70 anos.

Na Tabela 5 apresenta-se a distribuição de frequência referente à idade dos respondentes da pesquisa, sendo o maior percentual de microempreendedores individuais da faixa etária de 26 a 35 anos, representando 35,81% da amostra. A parcela daqueles mais experientes, microempreendedores com mais de 55 anos de idade, representa apenas de 4,6%.

Tabela 5 Distribuição de frequência referente à idade dos pesquisados, semestre1/2014

Idade	Frequência	%	% acumulado
Até 25 anos	61	15,60%	15,60%
26 a 35 anos	140	35,81%	51,41%
36 a 45 anos	116	29,67%	81,08%
46 a 55 anos	56	14,32%	95,40%
Acima de 55 anos	18	4,60%	100%
Total	391	100%	

Fonte: Elaborado pelo autor (2014).

Ainda, com relação ao perfil do microempreendedor pesquisado, a amostra apresenta uma maior parcela (51,41%) de empreendedores mais jovens entre 19 e 35 anos de idade. Com relação à escolaridade, conforme demonstrado na Tabela 6, prevalece o ensino médio completo com 32,23% dos pesquisados. Dentre os pesquisados, nessa faixa de escolaridade, destacam-se os empreendedores com idade entre 26 e 35 anos, com 28,6% e aqueles com idade entre 36 a 45 anos (33,3%).

Em relação à escolaridade, destaca-se a baixa escolaridade dos MEI's, sendo 34 deles com o ensino fundamental incompleto (8,7%), 38 com o ensino fundamental completo (9,72%), 45 com o ensino médio incompleto (11,51%) e 126 com o ensino médio completo (32,23%), totalizando 62,16%.

Já, aqueles com mais anos de estudos, os microempreendedores individuais com o ensino superior completo representam 15,09% dos MEI's

pesquisados e os que possuem pós-graduação representam 8,95%, somando 24,04%.

Tabela 6 Tabulação cruzada entre idade e escolaridade dos microempreendedores individuais, semestre I/2014

Idade do MEI	Escolaridade do Entrevistado														Total	
	Ensino Fundamental Incompleto		Ensino Fundamental Completo		Ensino Médio Incompleto		Ensino Médio Completo		Ensino Superior Incompleto		Ensino Superior Completo		Pós-graduação			
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Até 25 anos	0	0,0%	2	5,3%	4	8,9%	23	18,3%	21	38,9%	7	11,9%	4	11,4%	61	15,60%
26 a 35 anos	10	29,4%	13	34,2%	11	24,4%	36	28,6%	24	44,4%	30	50,8%	16	45,7%	140	35,81%
36 a 45 anos	13	38,2%	13	34,2%	18	40,0%	42	33,3%	5	9,3%	14	23,7%	11	31,4%	116	29,67%
46 a 55 anos	9	26,5%	7	18,4%	10	22,2%	20	15,9%	2	3,7%	4	6,8%	4	11,4%	56	14,32%
Acima de 55 anos	2	5,9%	3	7,9%	2	4,4%	5	4,0%	2	3,7%	4	6,8%	0	0,0%	18	4,60%
Total	34		38		45		126		54		59		35		391	
Percentual	8,70%		9,72%		11,51%		32,23%		13,81%		15,09%		8,95%		100%	

Fonte: Elaborado pelo autor (2014).

A faixa etária entre 26 a 35 anos é a que apresenta o maior grau de escolaridade entre os pesquisados. Esta faixa etária é a que apresenta o maior número de empreendedores com ensino superior completo, são 30 MEI's, representando 50,8%, e em relação àqueles com pós-graduação, também, nesta faixa estão 16 MEI's, representando 45,7%.

5.2 Caracterização das empresas

Dentre as características das empresas, observou-se uma predominância entre os microempreendedores individuais da atividade econômica comércio, com 51,15% da amostra, seguida dos serviços (27,37%), do comércio e serviços (16,62%) e, por fim, da atividade que se caracteriza pela indústria e comércio, com 4,86%, conforme demonstrado na Tabela 7.

Tabela 7 Atividades econômicas dos MEI's pesquisados, semestre1/2014

Atividade Econômica	Frequência	Percentual
Indústria e Comércio	19	4,86%
Comércio	200	51,15%
Serviços	107	27,37%
Comércio e Serviços	65	16,62%
Total	391	100%

Fonte: Elaborado pelo autor (2014).

Os microempreendedores individuais que não possuem empregados são em maior número, 209 MEI's (53,45%), frente àqueles que possuem um empregado, quantidade única permitida pela Lei Complementar n.128/2008 (BRASIL, 2008), que representam 182 MEI's (46,55%).

O cruzamento das variáveis da amostra atividade econômica da empresa e possuir ou não empregado, de acordo com a Tabela 8, demonstra que a

atividade econômica que mais emprega é o comércio (55,49%), em seguida os serviços, com 19,78%, comércio e serviços (17,58%) e indústria e comércio com 7,14%. Dentro da mesma atividade econômica, embora com números absolutos baixos (19 MEI's), o setor da indústria e comércio é o que apresenta o maior percentual de empregabilidade dentre as atividades (68,42%). Por outro lado, os serviços é a atividade dos microempreendedores individuais que menos emprega, em termos percentuais, ou seja, são apenas 33,64%, frente aos 66,36% dos que se enquadram neste setor e que não possuem empregados.

Tabela 8 Tabulação cruzada entre atividade econômica e a variável possui empregado, semestre1/2014

Possui empregado	Atividade Econômica da Empresa				Total
	Indústria e Comércio	Comércio	Serviços	Comércio e Serviços	
Frequência absoluta	13	101	36	32	182
% dentro de Possui empregado?	7,14%	55,49%	19,78%	17,58%	100%
Sim % dentro de Atividade Econômica da Empresa	68,42%	50,50%	33,64%	49,23%	46,55%
% do Total	3,32%	25,83%	9,21%	8,18%	46,55%
Frequência absoluta	6	99	71	33	209
% dentro de Possui empregado?	2,87%	47,37%	33,97%	15,79%	100%
Não % dentro de Atividade Econômica da Empresa	31,58%	49,50%	66,36%	50,77%	53,45%
% do Total	1,53%	25,32%	18,16%	8,44%	53,45%
Frequência absoluta	19	200	107	65	391
% dentro de Possui empregado?	4,86%	51,15%	27,37%	16,62%	100%
Total % dentro de Atividade Econômica da Empresa	100%	100%	100%	100%	100%
% do Total	4,86%	51,15%	27,37%	16,62%	100%

Fonte: Elaborado pelo autor (2014).

Nota-se, ainda, que a atividade econômica do comércio, maior parcela da amostra (51,15%), apresenta um equilíbrio em termos de oportunidades de emprego, sendo 101 MEI's (50,5%) desta atividade com empregados e 99 (49,5%) sem empregados. Outra atividade com este mesmo equilíbrio é a de comércio e serviços, que apresentou um percentual de 49,23% e 50,77% com e sem empregados, respectivamente.

No que tange à configuração familiar ou não familiar (Tabela 9), 216 microempreendedores pesquisados (55,24%) se configuram como uma empresa familiar, estas constituídas por membros de uma mesma família, utilizadas como uma fonte de recursos para sustentar e/ou complementar a renda familiar. A outra parte da amostra, 175 MEI's (44,76%), não se configura como uma organização familiar.

Tabela 9 Microempreendedores individuais pesquisados que se configuram ou não por empresa familiar, semestre1/2014

Configuração	Frequência	Percentual
Familiar	216	55,24%
Não familiar	175	44,76%
Total	391	100%

Fonte: Elaborado pelo autor (2014).

Com relação ao cruzamento entre as variáveis possui empregado e configuração familiar, a quantidade de MEI's cuja configuração é familiar e que possui empregado é de 106, 27,11% do total da amostra, já as empresas familiares sem empregado correspondem a 28,13% (110 microempreendedores individuais). Dentre as 175 empresas que se configuram como não familiares, 43,43% empregam e 56,57% não possuem empregados, respectivamente, 19,44% e 25,32% da amostra, conforme se observa na Tabela 10.

Tabela 10 Tabulação cruzada entre as variáveis configuração da empresa e possui ou não empregado, semestre1/2014

Configuração da empresa		Possui empregado		Total
		Sim	Não	
Familiar	Frequência absoluta	106	110	216
	% dentro de A empresa se configura por:	49,07%	50,93%	100%
	% dentro de Possui empregado?	58,24%	52,63%	55,24%
	% do Total	27,11%	28,13%	55,24%
Não familiar	Frequência absoluta	76	99	175
	% dentro de A empresa se configura por:	43,43%	56,57%	100%
	% dentro de Possui empregado?	41,76%	47,37%	44,76%
	% do Total	19,44%	25,32%	44,76%
Total	Frequência absoluta	182	209	391
	% dentro de A empresa se configura por:	46,55%	53,45%	100%
	% dentro de Possui empregado?	100%	100%	100%
	% do Total	46,55%	53,45%	100%

Fonte: Elaborado pelo autor (2014).

Na Tabela 11 apresenta-se um cruzamento entre as variáveis atividade econômica do microempreendedor individual e a configuração da empresa (familiar e não familiar). Dentro da configuração familiar a atividade econômica com maior percentual é a de comércio (59,72%), 32,99% de toda amostra, em seguida observa-se a atividade serviços com 17,59%, comércio e serviços (16,67%) e a indústria e comércio com 6,02% das empresas familiares.

Dentre as empresas que se configuram como não familiares, também, destaca-se a atividade de comércio, com 40,57%, correspondendo a 18,16% da amostra, seguida bem de perto pela atividade de serviços com 39,43%. A atividade econômica de indústria e comércio, embora tenha um baixo percentual (4,86%) em relação ao total da amostra, apresenta uma alta percentagem (68,42%) que se configura como empresa familiar. Por outro lado, as empresas de serviços apresentam o maior percentual, 64,49%, de empresas que se enquadram não familiares, correspondendo a 17,65% da amostra (Tabela 11).

Tabela 11 Tabulação cruzada entre as variáveis atividade econômica do MEI e a configuração (familiar e não familiar), semestre I/2014

Configuração da empresa	Atividade Econômica da Empresa				Total
	Indústria e Comércio	Comércio	Serviços	Comércio e Serviços	
Frequência absoluta	13	129	38	36	216
Familiar					
% dentro de A empresa se configura por:	6,02%	59,72%	17,59%	16,67%	100%
% dentro de Atividade Econômica da Empresa	68,42%	64,50%	35,51%	55,38%	55,24%
% do Total	3,32%	32,99%	9,72%	9,21%	55,24%
Não familiar					
Frequência absoluta	6	71	69	29	175
% dentro de A empresa se configura por:	3,43%	40,57%	39,43%	16,57%	100%
% dentro de Atividade Econômica da Empresa	31,58%	35,50%	64,49%	44,62%	44,76%
% do Total	1,53%	18,16%	17,65%	7,42%	44,76%
Total					
Frequência absoluta	19	200	107	65	391
% dentro de A empresa se configura por:	4,86%	51,15%	27,37%	16,62%	100%
% dentro de Atividade Econômica da Empresa	100%	100%	100%	100%	100%
% do Total	4,86%	51,15%	27,37%	16,62%	100%

Fonte: Elaborado pelo autor (2014).

Em relação ao tempo de vida dos microempreendedores individuais, como empresa, participantes da pesquisa (Tabela 12), observa-se que o maior percentual da amostra (23,79%) possui entre 4 e 5 anos de existência e apenas 28,13% estão abaixo dos 2 anos de existência, período considerado, pelo SEBRAE (2013b), de alto risco de mortalidade para pequenos negócios, e 71,87% estão acima deste tempo de vida.

Cabe ressaltar que os 57 microempreendedores individuais com mais de 5 anos (14,58% da amostra), ou seja, aqueles que iniciaram suas atividades antes de 1º de julho de 2009, deixaram de se caracterizar como microempresa (ME), para se tornarem MEI's, possivelmente pelas vantagens tributárias e redução de custos com encargos sociais e serviços contábeis.

Tabela 12 Tempo de existência da empresa, semestre1/2014

Tempo de existência da empresa	Frequência	Percentual	Percentual Acumulativo
Até 1 ano	32	8,18%	8,18%
1 a 2 anos	78	19,95%	28,13%
2 a 3 anos	65	16,62%	44,76%
3 a 4 anos	66	16,88%	61,64%
4 a 5 anos	93	23,79%	85,42%
Acima de 5 anos	57	14,58%	100%
Total	391	100%	

Fonte: Elaborado pelo autor (2014).

Nesse contexto, merece destaque o percentual de microempreendedores individuais com menos de 1 ano de existência, apenas 8,18%. Este baixo índice pode ter relação direta com a data de corte para o sorteio dos participantes da amostra e a execução da pesquisa, o que acabou por não considerar na população aqueles MEI's formalizados no primeiro semestre do ano de 2014.

Por meio do cruzamento das variáveis tempo de existência e atividade econômica da empresa (Tabela 13) é possível observar que o maior percentual

de microempreendedores possui entre 4 e 5 anos de existência e pertence à atividade de comércio com 13,30% da amostra. Em seguida e, ainda na mesma atividade, aparecem os microempreendedores individuais formalizados entre 1 e 2 anos, com 10,74% da amostra.

Em todos os parâmetros relacionados ao tempo de existência, o comércio é a atividade que mais se destaca, seguido da atividade de serviços. A atividade de comércio e serviços vem em terceiro lugar, com a maior quantidade de MEI's em relação ao total pesquisado entre 2 e 3 anos (3,84%). É, também, neste parâmetro de tempo que esta atividade mais se aproxima dos serviços, 23,08% frente a 26,15%.

Ainda, com relação ao tempo de existência *versus* a atividade econômica, nota-se que a indústria e comércio têm sua maior parcela de formalizados entre 4 e 5 anos (31,58%) e acima dos 5 anos (31,58%), ambos totalizando 63,16% da atividade, que representa apenas 4,86% dos pesquisados.

Por fim, cabe observar a distribuição das atividades com menos de um ano de formalização, nota-se que as atividades de indústria e comércio e comércio se mantêm quando comparados aos demais tempos de existência medidos.

Tabela 13 Tabulação cruzada entre as variáveis tempo de existência da empresa e atividade econômica, semestre I/2014

Tempo de existência		Atividade Econômica da Empresa				Total
		Indústria e Comércio	Comércio	Serviços	Comércio e Serviços	
Até 1 ano	Frequência absoluta	1	17	13	1	32
	% dentro de Tempo de existência	3,13%	53,13%	40,63%	3,13%	100%
	% dentro de Atividade Econômica da Empresa	5,26%	8,50%	12,15%	1,54%	8,18%
	% do Total	0,26%	4,35%	3,32%	0,26%	8,18%
1 a 2 anos	Frequência absoluta	2	42	21	13	78
	% dentro de Tempo de existência	2,56%	53,85%	26,92%	16,67%	100%
	% dentro de Atividade Econômica da Empresa	10,53%	21,00%	19,63%	20,00%	19,95%
	% do Total	0,51%	10,74%	5,37%	3,32%	19,95%
2 a 3 anos	Frequência absoluta	2	31	17	15	65
	% dentro de Tempo de existência	3,08%	47,69%	26,15%	23,08%	100%
	% dentro de Atividade Econômica da Empresa	10,53%	15,50%	15,89%	23,08%	16,62%
	% do Total	0,51%	7,93%	4,35%	3,84%	16,62%
3 a 4 anos	Frequência absoluta	2	34	19	11	66
	% dentro de Tempo de existência	3,03%	51,52%	28,79%	16,67%	100%
	% dentro de Atividade Econômica da Empresa	10,53%	17,00%	17,76%	16,92%	16,88%
	% do Total	0,51%	8,70%	4,86%	2,81%	16,88%

“Tabela 13, conclusão”

Tempo de existência		Atividade Econômica da Empresa				Total
		Indústria e Comércio	Comércio	Serviços	Comércio e Serviços	
4 a 5 anos	Frequência absoluta	6	52	22	13	93
	% dentro de Tempo de existência	6,45%	55,91%	23,66%	13,98%	100%
	% dentro de Atividade Econômica da Empresa	31,58%	26,00%	20,56%	20,00%	23,79%
	% do Total	1,53%	13,30%	5,63%	3,32%	23,79%
Acima de 5 anos	Frequência absoluta	6	24	15	12	57
	% dentro de Tempo de existência	10,53%	42,11%	26,32%	21,05%	100%
	% dentro de Atividade Econômica da Empresa	31,58%	12,00%	14,02%	18,46%	14,58%
	% do Total	1,53%	6,14%	3,84%	3,07%	14,58%
Total	Frequência absoluta	19	200	107	65	391
	% dentro de Tempo de existência	4,86%	51,15%	27,37%	16,62%	100%
	% dentro de Atividade Econômica da Empresa	100%	100%	100%	100%	100%
	% do Total	4,86%	51,15%	27,37%	16,62%	100%

Fonte: Elaborado pelo autor (2014).

5.3 Análises descritivas das ações e percepções dos MEI's

Descrito o perfil dos microempreendedores individuais, como pessoa física e a caracterização da pessoa jurídica, procedeu-se às análises descritivas dos dados, objetivando organizar, caracterizar e interpretar as informações coletadas para melhor compreender as ações e as percepções dos microempreendedores individuais e subsidiar as conclusões da pesquisa.

5.3.1 Ranking médio das variáveis de gestão

Em um primeiro momento, processou-se um ranking médio das variáveis relacionadas ao gerenciamento da empresa, derivado da média ponderada das respostas, advinda da atribuição dos valores às alternativas estabelecidas na escala assumida como intervalar (1-Não, 2-Em parte e 3-Sim), a fim de identificar que ações são mais e/ou menos trabalhadas pelos microempreendedores individuais no dia a dia.

Dentre as mais trabalhadas destacam-se, conforme Tabela 14: a busca pelo cumprimento dos compromissos assumidos com os clientes (prazos, horários e preços), com o maior desempenho (2,73); seguida da avaliação da qualidade dos produtos/serviços oferecidos frente às expectativas dos clientes (2,45), ações estas que, segundo Rozzett e Demo (2010), contribuem para satisfazer as necessidades do cliente e criar lealdade. A diversificação de fornecedores, atrelada a uma constante pesquisa de preços para compra, com 2,38, é a terceira variável do ranking. Também merecem destaque as seguintes variáveis, todas pertencentes à dimensão financeira e importantes subsídios para decisões do pequeno empreendedor (ASSAF NETO; SILVA, 2006; FERREIRA et al., 2012; REIS NETO; MUÑOZ-GALLEGO; SOUZA, 2010; ZOUAIN et

al., 2011): o controle das contas a pagar (2,35), as informações referentes às disponibilidades de caixa (2,32) e o controle de contas a receber (2,30).

Tabela 14 Ranking médio das respostas por variável da temática gestão, dos 391 respondentes, semestre 1/2014

Variáveis	Frequência absoluta		Ranking médio	
	Não	Sim		
Você cumpre os compromissos assumidos com seus clientes (prazos, preço e horário)?	24	57	310	2,73
Você avalia se a qualidade oferecida por sua empresa está de acordo com a expectativa de seus clientes?	55	105	231	2,45
Você busca diversificar os fornecedores e pesquisar constantemente os valores dos itens que adquire?	81	82	228	2,38
Sua empresa possui um controle para verificar os compromissos a pagar (ex.: pagamento ao fornecedor)?	50	155	186	2,35
Você possui informações referentes às suas disponibilidades financeiras existentes (Fluxo de Caixa)?	61	145	185	2,32
Sua empresa possui um controle formal para verificar os valores a receber de clientes?	65	142	184	2,30
Você controla os novos pedidos de mercadoria com o que já tem no estoque?	87	104	200	2,29
Sua empresa controla as entradas e saídas de dinheiro?	74	130	187	2,29
Sua empresa possui definições de objetivos e metas?	60	173	158	2,25
Você busca informações a respeito do seu mercado de atuação (jornais, revistas e internet)?	116	73	202	2,22
Você sabe onde estão localizados seus clientes?	27	254	110	2,21
Você acompanha seus principais concorrentes, onde estão localizados e quais são os seus diferenciais?	62	192	137	2,19
Você sabe como calcular a produtividade de sua empresa?	85	145	161	2,19

Gestão

“Tabela 14, conclusão”

	Variáveis	Frequência absoluta		Ranking médio	
		Não	Sim		
Gestão	Sua empresa possui procedimentos padronizados para garantir a qualidade e a agilidade?	88	169	134	2,12
	Sua empresa gerencia as cobranças de crédito em atraso?	102	147	142	2,10
	Você faz contato com seus clientes para informá-los de promoções?	139	91	161	2,08
	Você sabe quanto tem em produtos e em valores no seu estoque?	97	169	125	2,07
	Você cumpre os compromissos assumidos com seus clientes (prazos, preço e horário)?	24	57	310	2,73
	Você possui um cadastro básico de fornecedores?	95	176	120	2,06
	Você se preocupa em destacar seu ponto de venda em relação à concorrência?	130	116	145	2,04
	Você utiliza alguma ferramenta (anotações, planilha eletrônica, software, ou outra) para gerir a entrada e saída de mercadorias?	102	170	119	2,04
	Você costuma colocar no papel aquilo que deseja para seu negócio?	92	196	103	2,03
	Você sabe quais são as ações de promoção mais adequadas ao seu negócio?	88	218	85	1,99
	Você busca conhecer quais os fatores que influenciam na decisão de compra de seu cliente?	97	210	84	1,97
	Sua empresa possui um cadastro de clientes com informações como: nome, endereço, telefone, data de aniversário, produtos que comprou, etc.?	120	174	97	1,94
	Sua empresa consegue verificar a taxa de inadimplência?	146	136	109	1,91
	A empresa possui metas de venda?	152	155	84	1,83
	Você realiza pesquisas através de questionários ou enquetes para conhecer as expectativas de seus clientes?	190	163	38	1,61
	Você realiza anotações referentes ao desempenho do fornecedor?	223	107	61	1,59
Total		2708	4154	4086	2,127
% Total		24,74%	37,94%	37,32%	

Fonte: Elaborado pelo autor (2014).

Por outro lado, as variáveis com menor desempenho, dentro ainda da temática gestão, são: o acompanhamento e avaliação do fornecedor (1,59); a realização de pesquisas para conhecer as expectativas dos clientes (1,61); a determinação de metas de venda (1,83); o cálculo da taxa de inadimplência (1,91) e o cadastro completo de dados e informações da clientela, com 1,94.

Nota-se que os resultados demonstram as prioridades das ações dos microempreendedores que, de certa forma, concentram-se na satisfação de seus clientes e no controle das finanças do negócio. Entretanto, evidenciam fragilidades na busca por melhores fornecedores, na realização de pesquisas junto à clientela e na gestão das informações dos clientes. Essas, segundo Löber (2008), são importantes ações para subsidiar uma melhor qualidade do produto ou do serviço oferecido. Observa-se, ainda, a despreocupação com relação à determinação de metas de venda e a falta de conhecimento de como se calcular a inadimplência, fatores que podem colocar em risco o sucesso da empresa.

Com desempenhos medianos, vale ressaltar variáveis como a utilização de ferramentas para gerir as entradas e saídas de estoques e o controle dos valores monetários em estoque. Para Zouain et al. (2011), sua correta gestão tem considerável contribuição nos resultados dos pequenos negócios, principalmente, naqueles enquadrados em atividades de comércio, maior parcela da amostra em estudo. Observa-se que as variáveis relacionadas à promoção de vendas, também, enquadram-se nestes parâmetros medianos, refletindo a falta de conhecimento e/ou o desinteresse neste tipo de ação gerencial que, de acordo com Las Casas (2011), contribui diretamente para o sucesso das vendas.

Agrupando as variáveis por dimensões, ainda na temática gestão, é possível observar (Tabela 15) que as variáveis que contribuem para a composição da maior média por dimensão são aquelas pertencentes à dimensão financeira, com 2,18 e um percentual de 40,84% de respostas, que retratam ações positivas e coerentes com a boa administração financeira. Nesta,

destacam-se o controle das contas a pagar, as informações referentes às disponibilidades de caixa e o controle de contas a receber.

A dimensão planejamento aparece em seguida, com 2,15 pontos de média e 38,08% das respostas em sim. Dentre as variáveis desta dimensão, destacam-se: a definição dos objetivos e metas da empresa, com 2,25; a busca constante por informações relacionadas ao mercado (2,22) e o monitoramento da concorrência, com 2,19. Próximo aos parâmetros da dimensão planejamento, está a dimensão clientes, que apresenta também uma média de 2,15 pontos e um percentual de 37,08% das respostas em alternativas que demonstram ações de gerenciamento corretas. Ao desdobrar as variáveis da dimensão clientes, observa-se que as que apresentam maiores médias são: a busca pelo cumprimento dos compromissos assumidos com os clientes (2,73); a avaliação constante da qualidade oferecida frente às expectativas da clientela (2,45) e o conhecimento da localização dos clientes, com 2,21 pontos.

A busca por diferentes fornecedores associada à constante pesquisa de preços (2,38), o acompanhamento da produtividade (2,19) e o estabelecimento de procedimentos para garantir a qualidade e a agilidade (2,12) são as variáveis com maior peso médio na dimensão mercado, que apresenta a menor média entre as dimensões, 2,03 pontos e um percentual de 33,06% das respostas na alternativa sim.

Com base nos resultados apresentados pelo ranking médio da temática gestão, é possível afirmar que, embora 37,32% das respostas se enquadram em sim, o que demonstra ações relacionadas ao bom gerenciamento dos negócios, as respostas negativas somadas àquelas em meio termo resultam em um percentual acima de 62%.

Tabela 15 Ranking médio por dimensão e variável da temática gestão, dos 391 respondentes, semestre 1/2014

T	D	Variáveis	Frequência absoluta		Ranking médio
			Não	Sim	
Gestão	P	Sua empresa possui definições de objetivos e metas?	60	173	2,25
	P	Você busca informações a respeito do seu mercado de atuação (jornais, revistas e internet)?	116	73	2,22
	P	Você acompanha seus principais concorrentes, onde estão localizados e quais são os seus diferenciais?	62	192	2,19
	P	Você se preocupa em destacar seu ponto de venda em relação à concorrência?	130	116	2,04
	P	Você costuma colocar no papel aquilo que deseja para seu negócio?	92	196	2,03
Total			460	750	2,146
% Total			23,54%	38,38%	38,08%
T	D	Variáveis	Frequência absoluta		Ranking médio
			Não	Sim	
Gestão	C	Você cumpre os compromissos assumidos com seus clientes (prazos, preço e horário)?	24	57	2,73
	C	Você avalia se a qualidade oferecida por sua empresa está de acordo com a expectativa de seus clientes?	55	105	2,45
	C	Você sabe onde estão localizados seus clientes?	27	254	2,21
	C	Você busca conhecer quais os fatores que influenciam na decisão de compra de seu cliente?	97	210	1,97
	C	Sua empresa possui um cadastro de clientes com informações como: nome, endereço, telefone, data de aniversário, produtos que comprou, etc.?	120	174	1,94
C	Você realiza pesquisas através de questionários ou enquetes para conhecer as expectativas de seus clientes?	190	163	1,61	
Total			513	963	2,152
% Total			21,87%	41,05%	37,08%

“Tabela 15, continuação”

T	D	Variáveis	Frequência absoluta		Ranking médio
			Não	Sim	
M		Você busca diversificar os fornecedores e pesquisar constantemente os valores dos itens que adquire?	81	82	2,38
M		Você sabe como calcular a produtividade de sua empresa?	85	145	2,19
M		Sua empresa possui procedimentos padronizados para garantir a qualidade e a agilidade?	88	169	2,12
M		Você faz contato com seus clientes para informá-los de promoções?	139	91	2,08
M		Você possui um cadastro básico de fornecedores?	95	176	2,06
M		Você sabe quais são as ações de promoção mais adequadas ao seu negócio?	88	218	1,99
M		A empresa possui metas de venda?	152	155	1,83
M		Você realiza anotações referentes ao desempenho do fornecedor?	223	107	1,59
Total			951	1143	2,030
% Total			30,40%	36,54%	33,06%

“Tabela 15, conclusão”

T	D	Variáveis	Frequência absoluta		Ranking médio	
			Não	Sim		
F		Sua empresa possui um controle para verificar os compromissos a pagar (ex.: pagamento ao fornecedor)?	50	155	186	2,35
F		Você possui informações referentes às suas disponibilidades financeiras existentes (Fluxo de Caixa)?	61	145	185	2,32
F		Sua empresa possui um controle formal para verificar os valores a receber de clientes?	65	142	184	2,30
F		Você controla os novos pedidos de mercadoria com o que já tem no estoque?	87	104	200	2,29
F		Sua empresa controla as entradas e saídas de dinheiro?	74	130	187	2,29
F		Sua empresa gerencia as cobranças de crédito em atraso?	102	147	142	2,10
F		Você sabe quanto tem em produtos e em valores no seu estoque?	97	169	125	2,07
F		Você utiliza alguma ferramenta (anotações, planilha eletrônica, software, ou outra) para gerir a entrada e saída de mercadorias?	102	170	119	2,04
F		Sua empresa consegue verificar a taxa de inadimplência?	146	136	109	1,91
Total			784	1298	1437	2,186
% Total			22,28%	36,89%	40,84%	

Fonte: Elaborado pelo autor (2014).

Em geral, esses resultados refletem certo despreparo do MEI e, por conseguinte, um considerável caminho a percorrer na construção de competências e habilidades gerenciais, contemplando, principalmente, o planejamento e a organização, como defendido por Schmidt e Bohnenberger (2009). Nesse contexto, ressalta-se a importância da formação do empreendedor, apontado pelo SEBRAE (2013b) como fator determinante para a sobrevivência dos pequenos negócios.

5.3.2 Ranking médio das variáveis de sustentabilidade

Com relação à sustentabilidade, pelos resultados (Tabela 16) demonstra-se um percentual de respostas positivas de 39,33%, 2,01% acima da temática gestão, e um ranking médio geral de 2,13 pontos. Contudo, assim como apontado na temática gestão, as respostas negativas somadas àquelas em meio termo resultam em um percentual próximo aos 61%, refletindo, também, certo descuido com a sustentabilidade, considerando neste contexto o colaborador e a sociedade, o meio ambiente e a questão econômica dos negócios.

A falta de diretrizes voltadas à preservação do meio ambiente (1,70), o baixo interesse dos MEI's em participar de trabalhos voluntários (1,74) e o desconhecimento dos impactos gerados pelos processos da empresa na natureza (1,78) representam as variáveis com menor desempenho da temática. Por outro lado, as percepções de que (i) a adoção de ações voltadas à preservação do meio ambiente pode assegurar melhores condições de vida às futuras gerações, e (ii) a crença de que atitudes responsáveis relacionadas à melhoria e bem estar do ser humano pode proporcionar vantagens são as variáveis positivas mais apontadas pelos MEI's, com média de 2,66 e 2,42 pontos, respectivamente. Estas, segundo Esty e Winston (2008), podem contribuir com a criação de valor da empresa.

Tabela 16 Descritivo e ranking médio das respostas por variável da temática sustentabilidade, dos 391 respondentes, semestre 1/2014

Variáveis	Frequência absoluta		Ranking médio
	Não	Sim	
Você acredita que a adoção de ações voltadas à preservação do meio ambiente pode assegurar melhores condições de vida às futuras gerações?	18	277	2,66
Existe a preocupação com a economia de energia elétrica na sua empresa?	42	212	2,43
Sua empresa calcula o preço de venda do seu produto/serviço?	47	211	2,42
Você acredita que adotar atitudes responsáveis relacionadas à melhoria e bem estar do ser humano e da sociedade pode proporcionar vantagens para a empresa frente aos concorrentes?	44	207	2,42
Você apura os resultados da sua empresa?	33	195	2,41
Existe a preocupação com a economia de água na sua empresa?	59	187	2,33
Você está satisfeito com o desempenho (resultados) da sua empresa?	34	152	2,30
Existe a preocupação com a redução do uso de materiais na sua empresa (ex.: papelaria, insumos, combustíveis e etc.)?	75	180	2,27
Sua empresa assegura a você (e ao funcionário, se houver) condições de saúde e segurança na execução das tarefas de forma apropriada?	138	186	2,12
Você busca contribuir com doações para campanhas e ações sociais (ex.: ações filantrópicas)?	106	151	2,12
Você participa ou apoia seu funcionário a participar de cursos e treinamentos?	147	128	1,95
Sua empresa realiza a separação dos resíduos para coleta seletiva de lixo?	143	111	1,92

Sustentabilidade

“Tabela 16, conclusão”

Variáveis	Frequência absoluta		Ranking médio
	Não	Sim	
Você busca patrocinar eventos culturais ou científicos no seu município?	166	111	1,87
A empresa paga incentivos monetários (gratificações por produtividade, comissões, participação nos lucros) a você ou ao seu trabalhador, se houver?	177	110	1,81
Você conhece as influências dos processos e/ou atividades de sua empresa no meio ambiente?	144	188	1,78
Você participa de trabalhos voluntários?	168	158	1,74
Sua empresa possui diretrizes/políticas relacionadas à preservação do meio ambiente?	191	125	1,70
Total	1732	2301	2,132
% Total	26,06%	34,62%	39,33%

Fonte: Elaborado pelo autor (2014).

Na temática sustentabilidade, quando organizada por dimensões (Tabela 17), atentando-se ao contexto do *triple botton line* (DIXON; CLIFFORD, 2007; TILLEY; YOUNG, 2009), é possível observar que a dimensão econômica é a que apresenta o melhor desempenho médio (2,37) e um maior percentual de respostas enquadradas em sim (47,57%). A dimensão ambiental vem em seguida, com um ranking médio de 2,15 pontos e 40,23% das respostas positivas. E, por fim, observa-se a dimensão social, com 2,00 de média e 34,89% das respostas em sim.

Na dimensão social, as variáveis com maior desempenho são: a percepção de que a adoção de atitudes responsáveis relacionadas à melhoria e bem estar do ser humano propiciam vantagens competitivas para a empresa, com 2,42; a garantia de condições de saúde e segurança; e a contribuição com doações para campanhas e ações sociais, as duas últimas com 2,12 de média.

A percepção de que ações voltadas para a preservação dos recursos naturais podem assegurar melhores condições de vida às futuras gerações, definição esta utilizada pelos ecodesenvolvimentistas para descrever o significado de desenvolvimento sustentável (DONAIRE, 1994; SACHS, 2009), representa a variável com o maior número de respostas positivas e maior média (2,66) na dimensão ambiental. Soma-se a esta a preocupação com o consumo e a economia de energia elétrica (2,43) e a preocupação com o consumo e a economia de água (2,33), variáveis que merecem destaque na questão ambiental e refletem ações mais responsáveis dos microempreendedores individuais frente à temática.

Dentro da dimensão econômica, os destaques ficam por conta da correta elaboração do preço de venda do produto ou serviço (2,42) e da ação de apurar constantemente os resultados do negócio, com 2,41 de média.

Tabela 17 Ranking médio das respostas por dimensão e variável da temática sustentabilidade, dos 391 respondentes, semestre 1/2014

T	D	Variáveis	Frequência absoluta		Ranking médio
			Não	Sim	
Sustentabilidade	S	Você acredita que adotar atitudes responsáveis relacionadas à melhoria e bem estar do ser humano e da sociedade pode proporcionar vantagens para a empresa frente aos concorrentes?	44	140	2,42
	S	Sua empresa assegura a você (e ao funcionário, se houver) condições de saúde e segurança na execução das tarefas de forma apropriada?	138	67	2,12
	S	Você busca contribuir com doações para campanhas e ações sociais (ex.: ações filantrópicas)?	106	134	2,12
	S	Você participa ou apoia seu funcionário a participar de cursos e treinamentos?	147	116	1,95
	S	Você busca patrocinar eventos culturais ou científicos no seu município?	166	111	1,87
	S	A empresa paga incentivos monetários (gratificações por produtividade, comissões, participação nos lucros) a você ou ao seu trabalhador, se houver?	177	110	1,81
	S	Você participa de trabalhos voluntários?	168	158	1,74
	Total			946	836
% Total			34,56%	30,54%	34,89%

“Tabela 17, conclusão”

D	Variáveis	Frequência absoluta		Ranking médio
		Não	Sim	
A	Você acredita que a adoção de ações voltadas à preservação do meio ambiente pode assegurar melhores condições de vida às futuras gerações?	18	277	2,66
A	Existe a preocupação com a economia de energia elétrica na sua empresa?	42	212	2,43
A	Existe a preocupação com a economia de água na sua empresa?	59	187	2,33
A	Existe a preocupação com a redução do uso de materiais na sua empresa (ex.: papelaria, insumos, combustíveis e etc.)?	75	180	2,27
A	Sua empresa realiza a separação dos resíduos para coleta seletiva de lixo?	143	111	1,92
A	Você conhece as influências dos processos e/ou atividades de sua empresa no meio ambiente?	144	59	1,78
A	Sua empresa possui diretrizes/políticas relacionadas à preservação do meio ambiente?	191	75	1,70
Total		672	964	2,156
% Total		24,55%	35,22%	40,23%
D	Variáveis	Frequência absoluta		Ranking médio
		Não	Sim	
E	Sua empresa calcula o preço de venda do seu produto/serviço?	47	211	2,42
E	Você apura os resultados da sua empresa?	33	195	2,41
E	Você está satisfeito com o desempenho (resultados) da sua empresa?	34	152	2,30
Total		114	501	2,377
% Total		9,72%	42,71%	47,57%

Fonte: Elaborado pelo autor (2014).

5.4 Análises multivariadas entre o perfil e as características dos MEI's e suas ações e percepções

Após as análises descritivas, foram feitas as análises multivariadas, objetivando avaliar e responder as hipóteses propostas no modelo conceitual.

5.4.1 Correlações entre perfil, características, ações e percepções

A proposta das seções que se seguem é verificar as associações lineares apontadas nas hipóteses H1, H2, H3, H4, H5, H6 e H7, utilizando a correlação de Pearson.

5.4.1.1 Correlações entre as variáveis de gestão e sustentabilidade

A primeira hipótese levantada no estudo foi a existência de uma correlação positiva entre as variáveis relacionadas às técnicas e ferramentas de gestão, medidas pelas ações de gerenciamento, e as variáveis relacionadas ao desenvolvimento sustentável, medidas pelas ações e percepções de cunho sustentável. Nesta hipótese, acredita-se que quanto maior for a competência e a habilidade do microempreendedor individual em utilizar as ferramentas certas para o gerenciamento de sua empresa, maiores serão seus conhecimentos e capacidade de lidar com as questões sustentáveis que envolvem os negócios.

De acordo com a Tabela 18, de forma geral, as variáveis relacionadas às ações de gerenciamento estão positivamente associadas às ações e às percepções de cunho sustentável, ao nível de significância de 1%, confirmando, assim, a hipótese. Observa-se que as correlações se apresentam em um nível moderado de associação (COOPER; SCHINDLER, 2011), estando destacadas, na mesma tabela, aquelas com maiores correlações.

Tabela 18 Correlações entre as ações de gerenciamento e as ações e percepções de cunho sustentável, semestre 1/2014

Variáveis	Metas de venda	Destaque do ponto de venda	Conhecimento sobre os fatores que influenciam a clientela	Promoção	Comunicação com a clientela para informá-los das promoções	Ferramenta de gestão para entradas e saídas de mercadorias	Controle de estoque	Gerenciamento de compra	Controle dos valores a receber	Cobrança	Inadimplência	Controle de caixa	Controle das contas a pagar	Fluxo de Caixa
Saúde e segurança	,147**	,160**	,165**	,142**	,222**	,158**	,248**	,141**	,221**	,236**	,256**	,160**	,292**	,218**
Incentivos monetários (gratificações, comissões, participação nos lucros)	,161**	,154**	,244**	,197**	,153**	,137**	,219**	,138**	,194**	,231**	,336**	,195**	,198**	,247**
Apoio a treinamento e capacitações	,164**	,247**	,231**	,279**	,158**	,195**	,230**	,218**	,235**	,292**	,309**	,266**	,262**	,311**
Patrocínio a eventos culturais ou científicos	,093	,296**	,195**	,302**	,241**	,185**	,134**	,201**	,132**	,189**	,218**	,204**	,225**	,255**
Contribuição para campanhas e ações de cunho social	,147**	,237**	,213**	,222**	,183**	,128*	,110*	,245**	,109*	,107*	,231**	,092	,231**	,214**

“Tabela 18, continuação”

Variáveis	Metas de venda	Destaque do ponto de venda	Conhecimento sobre os fatores que influenciam a clientela	Promoção	Comunicação com a clientela para informá-los das promoções	Ferramenta de gestão para entradas e saídas de mercadorias	Controle de estoque	Gerenciamento de compra	Controle dos valores a receber	Cobrança	Inadimplência	Controle de caixa	Controle das contas a pagar	Fluxo de Caixa
Voluntariado	,126*	,092	,107*	,165**	,077	,110*	,086	,139**	,078	,106*	,216**	,123*	,202**	,144**
Diretrizes/políticas relacionadas à preservação ambiental	,157**	,153**	,191**	,200**	,072	,186**	,161**	,216**	,245**	,246**	,220**	,241**	,212**	,241**
Conhecimento das influências dos processos e/ou atividades no meio ambiente	,183**	,166**	,165**	,237**	,133**	,202**	,214**	,206**	,216**	,236**	,241**	,173**	,201**	,281**
Preocupação com o consumo e a economia de água	,132**	,212**	,220**	,160**	,218**	,087	,051	,189**	,173**	,280**	,212**	,176**	,181**	,226**
Preocupação com o consumo e a economia de energia elétrica	,187**	,209**	,259**	,155**	,183**	,119*	,125*	,214**	,175**	,200**	,127*	,221**	,200**	,296**

“Tabela 18, continuação”

Variáveis	Metas de venda	Destaque do ponto de venda	Conhecimento sobre os fatores que influenciam a clientela	Promoção	Comunicação com a clientela para informá-los das promoções	Ferramenta de gestão para entradas e saídas de mercadorias	Controle de estoque	Gerenciamento de compra	Controle dos valores a receber	Cobrança	Inadimplência	Controle de caixa	Controle das contas a pagar	Fluxo de Caixa
	Separação dos resíduos para coleta seletiva Preocupação com a redução do uso de materiais Precificação Apuração dos resultados Satisfação com os resultados da empresa	,044 ,214** ,172** ,296** ,085	,031 ,180** ,165** ,289** ,061	,070 ,254** ,278** ,413** ,133**	,076 ,231** ,173** ,241** ,080	,064 ,183** ,169** ,254** ,045	,023 ,141** ,195** ,366** ,153**	-,007 ,226** ,212** ,369** ,135**	,080 ,207** ,226** ,367** ,173**	,059 ,187** ,255** ,306** ,073	,107* ,220** ,231** ,323** ,089	,083 ,184** ,218** ,260** ,124*	-,053 ,240** ,277** ,450** ,178**	,037 ,244** ,349** ,469** ,190**

“Tabela 18, conclusão”

Variáveis	Metas de venda	Destaque do ponto de venda	Conhecimento sobre os fatores que influenciam a clientela	Promoção	Comunicação com a clientela para informá-los das promoções	Ferramenta de gestão para entradas e saídas de mercadorias	Controle de estoque	Gerenciamento de compra	Controle dos valores a receber	Cobrança	Inadimplência	Controle de caixa	Controle das contas a pagar	Fluxo de Caixa
Crença de que a adoção de ações voltadas à preservação ambiental pode assegurar melhores condições de vida às futuras gerações	,157**	,158**	,178**	,103*	,122*	,108*	,148**	,204**	,192**	,102*	,111*	,174**	,189**	,212**
Crença de que a adoção de atitudes relacionadas à melhoria e bem estar do ser humano e da sociedade proporciona vantagem competitiva	,199**	,159**	,239**	,226**	,089	,174**	,166**	,222**	,169**	,183**	,193**	,254**	,185**	,228**

*. A correlação é significativa no nível 0,05 (2 extremidades).

** . A correlação é significativa no nível 0,01 (2 extremidades).

Fonte: Elaborado pelo autor (2014).

Dentro da dimensão planejamento, a variável que representa a ação de descrever aquilo que se deseja para o negócio tem correlação positiva, 34,4%, com a variável que demonstra a participação do empreendedor e o apoio ao empregado em cursos e treinamentos, ação que se enquadra na dimensão social da sustentabilidade. Ainda relacionado à ação de descrever o que se deseja para o negócio, a mesma apresenta também correlações positivas com as variáveis que representam o conhecimento das influências dos processos e/ou atividades da empresa no meio ambiente (dimensão ambiental) e a ação de apurar, periodicamente, os resultados da empresa (dimensão econômica) (31,3% e 32,5%, respectivamente). Resultado este que retrata, segundo Sachs (2009), uma postura harmônica ao ambientalmente prudente e economicamente correto, bases da corrente ecodesenvolvimentista. Com 31,7% de correlação positiva, a variável que demonstra a ação de buscar, continuamente, informações sobre o mercado de atuação associa-se com a percepção e a crença de que atitudes responsáveis relacionadas à melhoria e bem estar do ser humano e da sociedade pode proporcionar vantagens competitivas para a empresa frente à concorrência.

Na dimensão clientes, a correlação que merece destaque se dá entre as variáveis que representam a ação de registrar os dados e as informações da clientela e a participação do microempreendedor e o seu apoio ao colaborador em participar de cursos e treinamentos, com 31,6%. A variável que retrata o cumprimento, por parte da empresa, com os compromissos assumidos com os clientes apresenta uma correlação positiva de 31,9% com a percepção do microempreendedor de que a adoção de ações voltadas à preservação do meio ambiente pode assegurar melhores condições de vida às futuras gerações e de 31,1% com a preocupação com a economia de energia elétrica da empresa, ambas relacionadas à dimensão ambiental da sustentabilidade, refletindo, a primeira, certo grau de responsabilidade com as futuras gerações e a segunda, um gerenciamento focado em um menor impacto ambiental. Com este mesmo

índice (31,1%) de correlação está a variável relacionada à gestão das informações sobre os fornecedores com a variável relacionada à participação do MEI e ao apoio deste a seu empregado em cursos e treinamentos.

A capacidade gerencial do microempreendedor individual em avaliar a produtividade de sua empresa apresenta uma correlação positiva de 35,9% com a ação de calcular, de maneira correta, o preço de venda de seu produto/serviço e de 44,3% com a ação de apurar, periodicamente, os resultados do negócio, ambas pertencentes à dimensão econômica. A ação de avaliação da qualidade oferecida junto à clientela, também, possui uma associação positiva (30,9%) com a crença na melhoria de vida das gerações futuras, por meio da adoção de ações voltadas à preservação ambiental e de 33,5% com a apuração dos resultados. Esta, inclusive, apresenta correlações positivas com a busca por quais fatores influenciam a decisão de compra do cliente, com 41,3%, e com todas as variáveis que representam a gestão dos estoques e das finanças do microempreendedor individual, variando entre 26% e 48,6%.

Observa-se que o conhecimento das ações de promoções mais adequadas ao negócio tem uma relação direta de 30,2% com a ação de patrocinar eventos culturais ou científicos que acontecem no município, o que retrata uma coerência em estratégias mercadológicas focadas em vendas, conforme recomendado por Pizzinatto, Pizzinatto e Pizzinatto (2008). A variável relacionada às ações de participação do MEI e de incentivo aos colaboradores à capacitação apresenta, também, uma correlação positiva com as variáveis relacionadas à verificação das taxas de inadimplência e de administração do fluxo de caixa da empresa, ambas pertencentes à dimensão financeira da gestão, demonstrando um importante caminho para a competência gerencial dos negócios. Tal correlação confirma que quanto maior a busca e o incentivo à formação, maiores são as habilidades e a utilização de técnicas financeiras no

gerenciamento das informações, importantes subsídios para decisões (FERREIRA et al., 2012).

Por fim, outras duas variáveis de gerenciamento que apresentam correlações positivas, de 34,9% e 33,9%, respectivamente, com a variável relacionada à ação de se calcular de forma correta o preço de venda do produto/serviço (dimensão econômica) são o controle dos compromissos a pagar e a gestão dos movimentos financeiros por fluxo de caixa. Estas, segundo Becchetti, Castelli e Hasan (2010), são fundamentais para se estabelecer o correto destino dos recursos financeiros dos pequenos negócios.

5.4.1.2 Correlações entre escolaridade do MEI e as variáveis de gestão

Com relação à segunda hipótese do estudo, constatou-se que existe correlação positiva entre o nível de escolaridade e a capacidade de gestão dos negócios, ou seja, quanto maior o tempo de estudos do microempreendedor individual, maior será sua capacidade de gerenciamento da empresa. Pelos dados apresentados na Tabela 19 confirma-se a hipótese e é possível observar que, dentre as 29 variáveis da temática gestão, apenas duas não apresentam tal associação, cinco possuem uma relação positiva com nível de significância de 0,05 e as 22 restantes apresentam correlações mais significativas, a 1%.

Os destaques em termos de correlação com a escolaridade, por dimensão, são com as seguintes variáveis: (i) na dimensão planejamento, o acompanhamento periódico da concorrência, com 24,8%, e a busca constante por informações a respeito do mercado, com 30,3%; (ii) na dimensão clientes, com 22,5%, a busca pelo cumprimento daquilo que foi assumido com o cliente, e com 28,6%, a gestão de uma base de dados relacionados à clientela (com informações de nome, endereço, telefone, data de aniversário e histórico de

compra); (iii) na dimensão mercado, as variáveis que se sobressaem são aquelas relativas às ações de promoção e ao controle e acompanhamento da produtividade, com 20,7% e 23,2%, respectivamente; e (iv) na dimensão financeira, o controle dos compromissos a pagar e a gestão das entradas e saídas de dinheiro na empresa, com 21,8% e 24,2%.

Tabela 19 Correlações entre o grau de escolaridade do MEI e as ações de gestão, semestre1/2014

Variáveis - gestão (planejamento)	Escolaridade do MEI
Você costuma colocar no papel aquilo que deseja para seu negócio?	,239**
Sua empresa possui definições de objetivos e metas?	,123*
Você busca informações a respeito do seu mercado de atuação (jornais, revistas e internet)?	,303**
Você acompanha seus principais concorrentes, onde estão localizados e quais são os seus diferenciais?	,248**
Você se preocupa em destacar seu ponto de venda em relação à concorrência?	,202**
Você acredita que adotar atitudes responsáveis relacionadas à melhoria e bem estar do ser humano e da sociedade pode proporcionar vantagens para a empresa frente aos concorrentes?	,150**
Variáveis - gestão (clientes)	
Você sabe onde estão localizados seus clientes?	,164**
Sua empresa possui um cadastro de clientes com informações como: nome, endereço, telefone, data de aniversário, produtos que comprou, etc.?	,286**
Você realiza pesquisas através de questionários ou enquetes para conhecer as expectativas de seus clientes?	,123*
Você cumpre os compromissos assumidos com seus clientes (prazos, preço e horário)?	,225**
Você avalia se a qualidade oferecida por sua empresa está de acordo com a expectativa de seus clientes?	,096
Você busca conhecer quais os fatores que influenciam na decisão de compra de seu cliente?	,168**
Variáveis - gestão (mercado)	
Você busca diversificar os fornecedores e pesquisar constantemente os valores dos itens que adquire?	,141**
Você possui um cadastro básico de fornecedores?	,164**
Você realiza anotações referentes ao desempenho do fornecedor?	,113*
Você sabe como calcular a produtividade de sua empresa?	,231**

“Tabela 19, conclusão”

Variáveis - gestão (mercado)	
Sua empresa possui procedimentos padronizados para garantir a qualidade e a agilidade?	,089
A empresa possui metas de venda?	,114*
Você sabe quais são as ações de promoção mais adequadas ao seu negócio?	,207**
Você faz contato com seus clientes para informá-los de promoções?	,137**
Variáveis - gestão (finanças)	
Você utiliza alguma ferramenta (anotações, planilha eletrônica, software, ou outra) para gerir a entrada e saída de mercadorias?	,202**
Você sabe quanto tem em produtos e em valores no seu estoque?	,151**
Você controla os novos pedidos de mercadoria com o que já tem no estoque?	,137**
Sua empresa possui um controle formal para verificar os valores a receber de clientes?	,175**
Sua empresa gerencia as cobranças de crédito em atraso?	,129*
Sua empresa consegue verificar a taxa de inadimplência?	,211**
Sua empresa controla as entradas e saídas de dinheiro?	,242**
Sua empresa possui um controle para verificar os compromissos a pagar (ex.: pagamento ao fornecedor)?	,218**
Você possui informações referentes às suas disponibilidades financeiras existentes (Fluxo de Caixa)?	,170**

* A correlação é significativa no nível 0,05 (2 extremidades).

** A correlação é significativa no nível 0,01 (2 extremidades).

Fonte: Elaborado pelo autor (2014).

5.4.1.3 Correlações entre escolaridade do MEI e as variáveis relacionadas à sustentabilidade

A terceira hipótese remete à existência de correlação positiva entre o nível de escolaridade e as ações e percepções relacionadas ao gerenciamento sustentável dos negócios. De acordo com a Tabela 20, tal correlação se confirma na maior parte das variáveis, com níveis de 0,01 de significância.

Tabela 20 Correlações entre o grau de escolaridade do MEI e as ações e percepções relacionadas ao gerenciamento sustentável, semestre1/2014

Variáveis - sustentabilidade (social)	Escolaridade do MEI
Sua empresa assegura a você (e ao funcionário, se houver) condições de saúde e segurança na execução das tarefas de forma apropriada?	,264**
A empresa paga incentivos monetários (gratificações por produtividade, comissões, participação nos lucros) a você ou ao seu trabalhador, se houver?	,207**
Você participa ou apoia seu funcionário a participar de cursos e treinamentos?	,265**
Você busca patrocinar eventos culturais ou científicos no seu município?	,082
Você busca contribuir com doações para campanhas e ações sociais (ex.: ações filantrópicas)?	,081
Você participa de trabalhos voluntários?	,208**
Variáveis - sustentabilidade (ambiental)	
Sua empresa possui diretrizes/políticas relacionadas à preservação do meio ambiente?	,067
Você conhece as influências dos processos e/ou atividades de sua empresa no meio ambiente?	,126*
Existe a preocupação com a economia de água na sua empresa?	,072
Existe a preocupação com a economia de energia elétrica na sua empresa?	,167**
Sua empresa realiza a separação dos resíduos para coleta seletiva de lixo?	-,045
Existe a preocupação com a redução do uso de materiais na sua empresa (ex.: papelaria, insumos, combustíveis e etc.)?	,121*
Você acredita que a adoção de ações voltadas à preservação do meio ambiente pode assegurar melhores condições de vida às futuras gerações?	,109*
Variáveis - sustentabilidade (econômica)	
Sua empresa calcula o preço de venda do seu produto/serviço?	,183**
Você apura os resultados da sua empresa?	,249**
Você está satisfeito com o desempenho (resultados) da sua empresa?	,174**

* A correlação é significativa no nível 0,05 (2 extremidades).

** A correlação é significativa no nível 0,01 (2 extremidades).

Fonte: Elaborado pelo autor (2014).

Percebe-se que a participação do MEI e o seu apoio ao colaborador em também participar de cursos e treinamentos é a variável com maior correlação (26,5%), seguida da ação de assegurar ao próprio empreendedor e ao seu

empregado condições adequadas de saúde e segurança na execução do trabalho, com 26,4%. Ambas as variáveis estão na dimensão social que, segundo Dixon e Clifford (2007), contribui para um maior envolvimento e satisfação do colaborador.

A dimensão ambiental é a que apresenta os menores índices de correlação entre suas variáveis e o grau de escolaridade do microempreendedor individual. Nela, apenas a preocupação com o consumo e a economia de energia elétrica é a variável que aparece com uma correlação positiva no nível de 0,01 de significância, com 16,7%. Tal resultado corrobora com uma das linhas de pensamento da corrente neoclássica da economia, que aponta para a importância de se estabelecer direitos e obrigações, por meio de normas e leis, objetivando mais compromisso do indivíduo com o meio ambiente.

Por fim, a dimensão econômica apresenta todas as suas variáveis associadas positivamente à escolaridade do MEI, tendo a ação de apurar periodicamente os resultados o maior índice (24,9%), o que reflete, segundo Sachs (2004), uma forma eficiente de gerir os negócios.

5.4.1.4 Correlações entre idade do MEI e as variáveis relacionadas à sustentabilidade

A hipótese quatro diz respeito à relação entre a idade do microempreendedor individual e as ações e as percepções relacionadas ao gerenciamento sustentável dos negócios e se estabeleceu pela crença de que quanto maior a idade do MEI, menor será seu compromisso e sua percepção com relação às questões sustentáveis. Nesse sentido, é possível observar (Tabela 21) que os resultados da pesquisa apontam para correlações negativas entre estas variáveis. Contudo, as correlações são fracas (COOPER; SCHINDLER, 2011), com destaque para duas

variáveis que representam ações relacionadas à dimensão social (prover condições de saúde e segurança e o pagamento de incentivos monetários), com 20,5% e 17,3%, respectivamente, e uma à dimensão econômica, a correta formação do preço, com 13,9%.

Tabela 21 Correlações entre a idade do MEI e as ações e as percepções relacionadas à sustentabilidade, semestre1/2014

Correlações	
Variáveis - sustentabilidade	Idade do MEI
Sua empresa assegura a você (e ao funcionário, se houver) condições de saúde e segurança na execução das tarefas de forma apropriada?	-,205**
A empresa paga incentivos monetários (gratificações por produtividade, comissões, participação nos lucros) a você ou ao seu trabalhador, se houver?	-,173**
Você participa ou apoia seu funcionário a participar de cursos e treinamentos?	-,127*
Você busca patrocinar eventos culturais ou científicos no seu município?	-,091
Você busca contribuir com doações para campanhas e ações sociais (ex.: ações filantrópicas)?	-,064
Você participa de trabalhos voluntários?	,012
Sua empresa possui diretrizes/políticas relacionadas à preservação do meio ambiente?	-,027
Você conhece as influências dos processos e/ou atividades de sua empresa no meio ambiente?	-,085
Existe a preocupação com a economia de água na sua empresa?	-,081
Existe a preocupação com a economia de energia elétrica na sua empresa?	-,103*
Sua empresa realiza a separação dos resíduos para coleta seletiva de lixo?	,081
Existe a preocupação com a redução do uso de materiais na sua empresa (ex.: papelaria, insumos, combustíveis e etc.)?	-,012
Sua empresa calcula o preço de venda do seu produto/serviço?	-,139**
Você apura os resultados da sua empresa?	-,129*
Você está satisfeito com o desempenho (resultados) da sua empresa?	-,035
Você acredita que a adoção de ações voltadas à preservação do meio ambiente pode assegurar melhores condições de vida às futuras gerações?	-,100*
Você acredita que adotar atitudes responsáveis relacionadas à melhoria e bem estar do ser humano e da sociedade pode proporcionar vantagens para a empresa frente aos concorrentes?	-,092

* A correlação é significativa no nível 0,05 (2 extremidades).

** A correlação é significativa no nível 0,01 (2 extremidades).

Fonte: Elaborado pelo autor (2014).

Dentre as variáveis da dimensão ambiental, a preocupação com o consumo e a economia de energia elétrica e a percepção de que a adoção de ações voltadas à preservação do meio ambiente pode assegurar melhores condições de vida às futuras gerações também apresentam correlações negativas com a idade do MEI, de 10,3% e 10%, respectivamente, a um nível de 0,05 de significância.

De acordo com esses resultados, é possível afirmar que, neste caso, a hipótese se confirma e evidencia a não preocupação dos MEI's, mais velhos, com as questões relacionadas à sustentabilidade.

5.4.1.5 Correlações entre renda média familiar dos municípios e as variáveis relacionadas à dimensão ambiental

A existência de correlação negativa entre a renda média familiar do município e as ações e percepções de cunho ambiental dos microempreendedores individuais é a quinta hipótese da pesquisa e surge em função da suposição de que o aumento da renda média das famílias, pertencentes às sociedades em desenvolvimento, pode contribuir para uma menor conscientização ambiental e, por conseguinte, um aumento da poluição, linha de raciocínio que se baseia na teoria da curva ambiental de Kuznets.

A teoria da curva de Kuznets, de acordo com Hussen (2013), estabelece que a sociedade em desenvolvimento, quando atinge mais altos níveis de renda, apresenta um maior consumo de bens industrializáveis, uma menor preocupação com as questões ambientais e, por consequência, um aumento da poluição. Nesse contexto, utilizou-se como parâmetro de renda o valor do rendimento nominal médio anual dos domicílios particulares urbanos permanentes (IBGE, 2010) e entendeu-se que quanto maior a renda familiar de um município, menor seria o nível de conscientização ambiental de seus indivíduos e, por conseguinte,

uma maior exigência desses indivíduos junto às empresas, contribuindo, assim, para ações ambientalmente responsáveis por parte do MEI.

De acordo com os resultados (Tabela 22), é possível concluir que a hipótese não se confirma. Embora a análise tenha apresentado três variáveis, pertencentes à dimensão ambiental, com relações negativas à renda média familiar dos municípios, estas não obtiveram níveis de significância. Outras três variáveis apresentaram correlações positivas com a renda das famílias, porém sem níveis significativos.

Tabela 22 Correlações entre a renda média familiar dos municípios e as ações e percepções de cunho ambiental, semestre1/2014

Variáveis (dimensão ambiental)	Renda familiar
Sua empresa possui diretrizes/políticas relacionadas à preservação do meio ambiente?	-,016
Você conhece as influências dos processos e/ou atividades de sua empresa no meio ambiente?	,013
Existe a preocupação com a economia de água na sua empresa?	,026
Existe a preocupação com a economia de energia elétrica na sua empresa?	-,036
Sua empresa realiza a separação dos resíduos para coleta seletiva de lixo?	-,128*
Existe a preocupação com a redução do uso de materiais na sua empresa (ex.: papelaria, insumos, combustíveis e etc.)?	,007
Você acredita que a adoção de ações voltadas à preservação do meio ambiente pode assegurar melhores condições de vida às futuras gerações?	-,010

* A correlação é significativa no nível 0,05 (2 extremidades).

Fonte: Elaborado pelo autor (2014).

A variável que representa a ação dos MEI's em separar os resíduos para a coleta seletiva de lixo foi a única a apresentar correlação negativa (12,8%), ao nível de significância de 5%, com a renda média familiar do município. Isso pode também ser explicado por outros fatores, dentre eles: a falta de políticas municipais de conscientização e a não execução da coleta seletiva na cidade.

Tais fatores demonstram a necessidade de políticas públicas (MONTIBELLER-FILHO, 2001), concomitantes à melhoria de renda, para que a questão ambiental realmente possa se tornar uma preocupação mais efetiva para os cidadãos e empreendedores individuais. Nesse sentido, ressalta-se que, quando questionados sobre os motivos sobre os quais os levariam a adotar práticas voltadas a um melhor gerenciamento das questões ambientais, os MEI's apontaram em primeiro lugar, com 45%, a possibilidade de financiamentos com taxas mais baixas e, em segundo, com 30%, as exigências de legislações mais rigorosas.

5.4.1.6 Correlações entre IDH-M e as variáveis relacionadas à gestão e à sustentabilidade

As hipóteses seis e sete conjecturam que existem relações entre o índice de desenvolvimento humano dos municípios (IDH-M) e as ações relacionadas à gestão, assim como entre o IDH-M e as ações e percepções relacionadas à dimensão ambiental da sustentabilidade. Para analisar tais associações, procedeu-se à codificação e à separação dos microempreendedores individuais pertencentes aos municípios com médio desenvolvimento humano (10 municípios) daqueles que se enquadraram em alto desenvolvimento humano (6 municípios), de acordo com PNUD, IPEA e FJP (2013), conforme apresentado no capítulo 4 (seção 4.4). Na Tabela 23 demonstram-se apenas as variáveis que apresentaram correlações significativas com o IDH-M.

Tabela 23 Correlações entre o IDH-M e as ações relacionadas à gestão e à sustentabilidade e as percepções de cunho sustentável dos MEI's, semestre1/2014

Variáveis	IDH-M
Você sabe onde estão localizados seus clientes?	,118*
Você cumpre os compromissos assumidos com seus clientes (prazos, preço e horário)?	,137**
A empresa possui metas de venda?	,139**
Você sabe quais são as ações de promoção mais adequadas ao seu negócio?	,119*
Sua empresa possui um controle formal para verificar os valores a receber de clientes?	,109*
Sua empresa gerencia as cobranças de crédito em atraso?	,106*
Você está satisfeito com o desempenho (resultados) da sua empresa?	-,153**

* A correlação é significativa no nível 0,05 (2 extremidades).

** A correlação é significativa no nível 0,01 (2 extremidades).

Fonte: Elaborado pelo autor (2014).

Observa-se que seis variáveis relacionadas à gestão dos negócios apresentam correlações positivas ao IDH-M, dentre elas: a busca pelo cumprimento dos compromissos assumidos com os clientes (13,7%) e o estabelecimento de metas de venda (13,9%) são as que possuem correlação significativa a 1%. As variáveis relacionadas às ações de cunho sustentável não apresentam nenhuma correlação significativa com IDH-M. Nesse contexto, como já apontado nas correlações entre renda média familiar dos municípios e as variáveis da dimensão ambiental, tanto um melhor nível de renda quanto um maior grau de escolaridade dos indivíduos das cidades em estudo não têm influenciado ações e percepções mais coerentes com a responsabilidade socioambiental dos microempreendedores individuais.

Quanto ao contexto econômico da sustentabilidade, a única variável que possui correlação na análise é a percepção do microempreendedor relacionada à satisfação com os resultados da empresa, que possui correlação negativa de

15,3%, o que demonstra que quanto maior o índice de desenvolvimento humano do município, menor é a satisfação do MEI com os resultados de seu negócio.

5.4.2 Análise discriminante das ações e percepções dos MEI's de municípios com diferente IDH-M

Após as análises de correlação entre IDH-M e as ações e percepções dos microempreendedores individuais, procedeu-se à análise discriminante, utilizando-se o método *Stepwise*, a fim de verificar quais variáveis discriminam os MEI's pertencentes às cidades com diferente IDH-M.

Como variável de agrupamento consideraram-se os microempreendedores individuais pertencentes a cada uma das duas caracterizações do município (médio IDH-M e alto IDH-M) e como variáveis independentes, as ações de gestão e as ações e percepções relacionadas à sustentabilidade. Na Tabela 24 demonstra-se a função discriminante extraída.

A função apresenta um autovalor de 0,103, com 100% de significância, e coeficiente de correlação canônica de 0,306. Este coeficiente elevado ao quadrado aponta que apenas 9,36% do total da variância foram explicados pelo modelo que inclui seis variáveis. Ainda que a função discriminante tenha sido significativa, sua capacidade de ajuste aos dados foi baixa, fato comum em ciências sociais, em virtude da diversidade de variáveis que interferem em estudos empíricos e não foram previstas no modelo estatístico proposto.

Tabela 24 Função discriminante canônica dos MEI's por IDH-M, semestre1/2014

Função	Autovalor	% de variância	% cumulativa	Correlação canônica
1	,103	100,0	100,0	,306

Fonte: Elaborado pelo autor (2014).

Na Tabela 25 apresentam-se, de forma sucinta, os resultados da análise discriminante com as etapas de entrada, as variáveis extraídas, a estatística de Lambda de Wilks, demonstrando que, a cada etapa processada, diminuiu o grau de ajuste da função discriminante, e o nível de significância de cada variável pela função discriminante. Com base nesses resultados, pode-se inferir que o padrão de resposta dessas variáveis foi, significativamente, distinto entre os grupos, sendo, portanto, estas variáveis as que mais discriminam as ações e percepções do grupo de empreendedores pertencentes às cidades com índices de desenvolvimento humano diferentes.

Nota-se que são três variáveis pertencentes à temática gestão (Metas de vendas, Clientes e localização e Cumprimento com compromissos assumidos) e, também, três da temática sustentabilidade (Satisfação com os resultados, Apuração dos resultados e a Crença de que ações podem assegurar melhores condições de vida às futuras gerações). A primeira variável a entrar para a função discriminante, o que significa que essa foi a variável que mais discriminou os dois grupos de municípios, foi a percepção de satisfação com os resultados da empresa. Esta e a variável que representa a ação de apuração de resultados, que aparece na etapa 4, são pertencentes à dimensão econômica da sustentabilidade.

Tabela 25 Resultados da análise discriminante dos MEI's, por IDH-M, com as etapas de extração, estatística Wilks' Lambda e nível de significância para cada variável, semestre1/2014

Etapa	Variáveis	Lambda de Wilks	Sig.
1	Satisfação com os resultados da empresa	,976	,002
2	Metas de vendas	,953	,000
3	Clientes e localização	,939	,000
4	Apuração dos resultados	,927	,000
5	Cumprimento com compromissos assumidos com a clientela	,917	,000
6	Crença de que a adoção de ações voltadas à preservação ambiental pode assegurar melhores condições de vida às futuras gerações	,906	,000

Fonte: Elaborado pelo autor (2014).

Ainda, dentro desta mesma temática, observa-se a percepção de que a adoção de ações voltadas à preservação ambiental pode assegurar melhores condições de vida às futuras gerações. Esta, de acordo com Sachs (2009), é o foco principal da corrente ecodesenvolvimentista.

Vale ressaltar, ainda, que as três variáveis, de acordo com os coeficientes de classificação da função, são mais trabalhadas e percebidas pelo agrupamento classificado em médio IDH-M, o que corrobora com a correlação negativa com a variável relacionada à satisfação com os resultados da empresa, última variável apresentada na Tabela 23.

Por outro lado, as variáveis pertencentes à temática gestão, quais sejam: (i) a definição das metas de vendas; (ii) o domínio de onde estão localizados os clientes e (iii) o cumprimento com compromissos assumidos, são mais trabalhadas, de acordo com os coeficientes de classificação da função, pelos microempreendedores individuais pertencentes aos municípios com alto IDH-M, corroborando com a correlação positiva, também apresentada na Tabela 23.

A definição de metas de vendas é parte integrante do planejamento de uma empresa que, de acordo com Reis Neto, Muñoz-Gallego e Souza (2010), pode fazer a diferença para o sucesso de um pequeno negócio, assim como o domínio das informações de onde estão seus clientes e potenciais clientes. Para Rozzett e Demo (2010), o cumprimento com compromissos assumidos contribui diretamente para a manutenção de relacionamentos duradouros entre empresa e clientela.

Após todo o processamento da análise discriminante, constatou-se que 62,9% dos casos foram classificados corretamente, sendo 56,9% classificados corretamente em médio desenvolvimento humano e 43,1% em alto IDH-M.

5.4.3 Análise de clusters formados por ações de gerenciamento

Com o intuito de aprofundar as análises dos dados e contribuir para a busca da confirmação das hipóteses H2 e H6, procedeu-se à análise de cluster com o objetivo de agrupar os microempreendedores individuais em dois grupos homogêneos, em função da similaridade dos valores das variáveis que representam as ações relacionadas à gestão, e heterogêneos entre eles.

A análise utilizou-se do método hierárquico aglomerativo de Ward, computando uma matriz de distância ou similaridade entre os indivíduos, com base na qual se inicia um processo de sucessivas fusões destes indivíduos, com base na proximidade ou similaridade das respostas entre eles. Como medida de semelhança entre as observações, utilizou-se o quadrado da distância euclidiana.

Desse modo, pela análise permitiu-se classificar os microempreendedores individuais em dois clusters heterogêneos entre si e semelhantes dentro de cada um dos grupos. O cluster 1 totalizou 160 microempreendedores individuais (40,92%), enquanto que o cluster 2 apresentou 231 MEI's, representando 59,08% dos indivíduos pesquisados.

Dentre os empreendedores pertencentes do cluster 1: 79 são homens (49,4%) e 81 mulheres (50,6%); 84 pertencem à atividade comércio (53,5%), seguida da atividade serviços, com 50 MEI's (31,3%), comércio e serviços, com 21 (13,1%) e indústria e comércio, com 5 (3,1%); 56 possuem empregados (35%) e 104 não possuem empregados (65%); 86 se configuram como familiar (53,7%) e 74 MEI's não se configuram como familiar (46,3%). No cluster 2: 117 são homens (50,6%) e 114 mulheres (49,4%); 116 pertencem à atividade comércio (50,2%), seguida da atividade serviços, com 57 MEI's (24,7%), comércio e serviços, com 44 (19%) e indústria e comércio, com 19 (6,1%); 126 possuem empregados (54,5%) e 105 não possuem empregados (45,5%); 130 se configuram como familiar (56,3%) e 101 MEI's não se configuram como familiar (43,7%).

O cluster 1 é o agrupamento que apresenta um estilo de gerenciamento limitado, com baixa utilização de técnicas e ferramentas de gestão e, ainda, desconhecimento de conceitos e estratégias administrativas. O percentual de satisfação dos empreendedores deste grupo, em relação aos resultados do negócio, chega a 30,6%. Por outro lado, o cluster 2 é composto por microempreendedores individuais cujas variáveis refletem bons conhecimentos em conceitos e estratégias administrativas, utilização coerente de técnicas e ferramentas de gestão e um percentual de satisfação com os resultados do próprio negócio de 44,6%.

Retomando a discussão relacionada à segunda hipótese do estudo, em que se espera que quanto maior o grau de escolaridade do MEI, maior será sua capacidade de gerenciamento da empresa, observa-se que os dados gerados pelo cruzamento das variáveis clusters *versus* escolaridade (Tabela 26) apresentam um alto percentual (78,13%) de formação básica para os microempreendedores pertencentes ao cluster 1, agrupamento de microempreendedores individuais que retratam um gerenciamento limitado. Já os MEI's pertencentes ao cluster 2,

agrupamento que apresenta ações coerentes com o bom gerenciamento dos negócios, somam aproximadamente 49% com ensino superior incompleto, completo e pós-graduação.

Assim, é possível afirmar que quanto maior o grau de escolaridade, maior será o domínio das técnicas e ferramentas de gestão e mais coerentes e sensatas serão as ações dos microempreendedores frente à competitividade do mercado, o que corrobora com as correlações apresentadas anteriormente (vide Tabela 19).

Tabela 26 Tabulação cruzada entre as variáveis clusters (gestão) e escolaridade dos microempreendedores individuais pesquisados, semestre1/2014

Cluster	Escolaridade do Entrevistado							Total
	Ensino Fundamental Incompleto	Ensino Fundamental Completo	Ensino Médio Incompleto	Ensino Médio Completo	Ensino Superior Incompleto	Ensino Superior Completo	Pós-Graduação	
1								
Frequência absoluta	20	19	28	58	12	16	7	160
% dentro de Ward Method	12,50%	11,88%	17,50%	36,25%	7,50%	10,00%	4,38%	100%
	78,13%							
% dentro de Escolaridade	58,82%	50,00%	62,22%	46,03%	22,22%	27,12%	20,00%	40,92%
Frequência absoluta	14	19	17	68	42	43	28	231
% dentro de Ward Method	6,06%	8,23%	7,36%	29,44%	18,18%	18,61%	12,12%	100%
	48,92%							
% dentro de Escolaridade	41,18%	50,00%	37,78%	53,97%	77,78%	72,88%	80,00%	59,08%
Frequência absoluta	34	38	45	126	54	59	35	391
% dentro de Ward Method	8,70%	9,72%	11,51%	32,23%	13,81%	15,09%	8,95%	100%
% dentro de Escolaridade	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
% do Total	8,70%	9,72%	11,51%	32,23%	13,81%	15,09%	8,95%	100%

Fonte: Elaborado pelo autor (2014).

Quanto à sexta hipótese, que conjectura a relação entre o índice de desenvolvimento humano dos municípios (IDH-M) e as ações dos MEI's relacionadas à gestão, o cruzamento entre os clusters e o IDH-M (Tabela 27) aponta o cluster 2 com um percentual de 60,36% dos microempreendedores pertencentes a municípios com alto desenvolvimento humano, representando 42,46% do total de pesquisados.

Observa-se, ainda, que o cluster 1 possui um percentual de 43,97% dos MEI's pertencentes a municípios com médio IDH-M. Com isso, embora o percentual aponte para uma possível confirmação de que microempreendedores individuais pertencentes a municípios com IDH-M mais elevado estejam mais bem preparados gerencialmente, buscou-se confirmar tal hipótese na seção 5.4.7.

Tabela 27 Tabulação cruzada entre as variáveis clusters (gestão) e o IDH-M, semestre1/2014

Cluster	IDH-M		Total	
	Médio Desenvolvimento Humano	Alto Desenvolvimento Humano		
1	Frequência absoluta	51	109	160
	% dentro de Ward Method	31,88%	68,13%	100%
	% dentro de IDH-M	43,97%	39,64%	40,92%
	% do Total	13,04%	27,88%	40,92%
2	Frequência absoluta	65	166	231
	% dentro de Ward Method	28,14%	71,86%	100%
	% dentro de IDH-M	56,03%	60,36%	59,08%
	% do Total	16,62%	42,46%	59,08%
Total	Frequência absoluta	116	275	391
	% dentro de Ward Method	29,67%	70,33%	100%
	% dentro de IDH-M	100%	100%	100%
	% do Total	29,67%	70,33%	100%

Fonte: Elaborado pelo autor (2014).

5.4.4 Variáveis que discriminam os clusters formados por ações de gerenciamento

Com o objetivo de verificar a existência de diferenças expressivas entre os clusters gerados em função da similaridade dos valores das variáveis que representam as ações relacionadas à gestão empregou-se a análise discriminante, utilizando o método *Stepwise*.

Ao processar a análise, consideraram-se como variável dependente os agrupamentos dos microempreendedores individuais (clusters 1 e 2) e como variáveis independentes, as ações de gestão e as ações e percepções relacionadas à sustentabilidade. Dessa forma, foi extraída a função discriminante, conforme demonstrada na Tabela 28, com 1,766 de autovalor, 100% de significância e coeficiente de correlação canônica de 0,799.

Tabela 28 Função discriminante canônica dos clusters (gestão), semestre1/2014

Função	Autovalor	% de variância	% cumulativa	Correlação canônica
1	1,766	100,0	100,0	,799

Fonte: Elaborado pelo autor (2014).

Ao elevar o coeficiente de correlação canônica ao quadrado, constatou-se que 63,84% do total da variância foram explicadas pelo modelo. Treze variáveis foram extraídas na análise e a estatística Lambda de Wilks mostrou-se significativa na discriminação dos dois grupos.

A Tabela 29 apresenta, de forma resumida, os resultados da análise discriminante, com as etapas de entrada, as variáveis extraídas, a estatística de Lambda de Wilks, demonstrando que a cada etapa processada diminuiu o grau de ajuste da função discriminante e o nível de significância de cada variável pela função discriminante. Tais resultados permitem concluir que o padrão de

resposta dessas variáveis foi significativamente distinto entre os clusters, sendo, portanto, estas variáveis as representantes das ações e das percepções que mais discriminam o grupo de empreendedores menos preparados daqueles mais bem preparados gerencialmente.

Tabela 29 Resultados da análise discriminante dos clusters (gestão) com as etapas de extração, estatística Wilks' Lambda e nível de significância para cada variável, semestre1/2014

Etapa	Variáveis	Lambda de Wilks	Sig.
1	Preocupação com o consumo de energia elétrica	,666	,000
2	Precificação	,551	,000
3	Cumprimento com compromissos assumidos com a clientela	,503	,000
4	Satisfação com os resultados da empresa	,456	,000
5	Preocupação com a redução do uso de materiais	,427	,000
6	Apoio a treinamentos e capacitações	,406	,000
7	Diversificação e pesquisa de fornecedores	,395	,000
8	Preocupação com o consumo de água	,386	,000
9	Diretrizes/políticas relacionadas à preservação ambiental	,379	,000
10	Contribuição para campanhas e ações de cunho social	,375	,000
11	Crença de que a adoção de atitudes relacionadas à melhoria do bem estar do ser humano e da sociedade proporciona vantagem competitiva	,371	,000

Fonte: Elaborado pelo autor (2014).

Observa-se, na Tabela 29, que a gestão por fluxo de caixa foi a primeira variável a entrar para a função discriminante, o que significa que essa foi a variável que mais discriminou os dois grupos de microempreendedores individuais. Conclui-se, portanto, que tais grupos divergem fortemente na adoção deste tipo de ação.

O bom gerenciamento daquilo que ficou acordado com o cumprimento dos compromissos assumidos e a composição e organização dos dados e informações de clientes, variáveis pertencentes à dimensão clientes, também,

aparecem na análise. Por esses resultados demonstra-se que microempreendedores individuais mais bem preparados gerencialmente estão mais atentos aos compromissos assumidos, o que pode contribuir, significativamente, para a lealdade de seus clientes (ROZZETT; DEMO, 2010) e, ainda, têm trabalhado de forma mais inteligente a questão do marketing de relacionamento por meio do cadastramento das informações da clientela, ação fundamental, de acordo com Las Casas (2011), para posteriores ações de comunicação e promoções.

A definição de metas e objetivos é outra variável de destaque nesta análise. Esta representa a ação que, segundo Barbera e Hasso (2013) e Reis Neto, Muñoz-Gallego e Souza (2010), faz a diferença para o sucesso de uma empresa e deve compor o planejamento de todo micro e pequeno negócio, exigindo do empreendedor atenção, esforço e cautela.

Na dimensão mercado, considerando a análise discriminante, destacam-se as variáveis que representam as ações ativas de vendas: (i) a comunicação com a clientela sobre promoções e (ii) o cuidado em destacar o ponto de venda. Para Las Casas (2011), estas ações, somadas a uma boa dose de iniciativa, envolvimento e criatividade do pequeno empreendedor, podem fazer toda a diferença no encantamento do consumidor.

A manutenção de um cadastro atualizado de fornecedores e a diversificação destes parceiros, atreladas a uma constante pesquisa de preços, também, representam ações que diferenciam os dois agrupamentos. Isto, de certa forma, confirma as recomendações de Cheng, Gao e Shen (2011), que afirmam que o empreendedor deve, desde o início das atividades de sua empresa, gerir um ativo fluxo de informações no que diz respeito à demanda e à disponibilidade de estoques e recursos financeiros. Com relação à disponibilidade de estoques, percebe-se, pela análise, que o correto gerenciamento das compras, bem como a utilização de ferramentas de gestão

para controlar a entrada e a saída de mercadorias são variáveis que também discriminam os grupos.

Quanto à disponibilidade de recursos financeiros, nota-se que três são as variáveis que se destacam na discriminação dos clusters em análise: (i) a gestão por fluxo de caixa, apontada por Ferreira et al. (2012) como importante mecanismo gerador de informações que servem para subsidiar as decisões de micro e pequenos negócios; (ii) o controle das contas a pagar e (iii) o controle dos valores a receber.

A crença de que a adoção de atitudes relacionadas à melhoria do bem estar do ser humano e da sociedade proporciona vantagem competitiva para a empresa frente aos concorrentes é a única percepção de cunho sustentável que aparece na análise. Embora pareça ser muito pouco, quando se trata de percepções que discriminam grupos de bons gestores daqueles com limitações no gerenciamento dos negócios, tal percepção pode refletir o início de uma caminhada empreendedora mais sustentável e bem sucedida, visto que, segundo Cavalcanti e Teixeira (2013), frente a gama de estratégias possíveis para sobreviver em um mercado e alcançar vantagem competitiva, as ações de gestão que priorizarem os benefícios sociais e a preservação ambiental tendem a ser as mais eficazes.

Ressalta-se, ainda, que, ao final do processamento da análise discriminante, constatou-se que 90,6% dos microempreendedores do cluster 1 e 93,1% do cluster 2 foram classificados corretamente. Assim, no geral, 92,1% dos casos foram classificados corretamente.

5.4.5 Análise de clusters formados por ações e percepções de cunho sustentável

Em um segundo momento, pela análise buscou-se agrupar os microempreendedores individuais em função da similaridade dos valores das variáveis que representam as ações e as percepções relacionadas à sustentabilidade, retomando as análises das hipóteses H3 e H4. Dois clusters foram gerados, utilizando-se do método hierárquico aglomerativo de Ward, para computar a matriz de distância ou similaridade entre os indivíduos, e do quadrado da distância euclidiana, para medir a semelhança entre as observações.

O cluster 1 apresentou 102 microempreendedores (26,09%), enquanto que o cluster 2 totalizou 289 MEI's, representando 73,91% dos indivíduos pesquisados. Com relação à variável sexo, há um equilíbrio dentro do cluster 1, visto que os homens representam 51% do cluster 1, totalizando 52 MEI's, e as mulheres somam 50 empreendedores individuais (49%); 61 MEI's pertencem à atividade comércio (59,8%), seguida da atividade serviços, com 28 MEI's (27,5%), comércio e serviços, com 12 (11,8%) e indústria e comércio, com 1 (1%); 39 possuem empregados (38,2%) e 63 não possuem empregados (61,8%); 52 se configuram como familiar (51%) e 50 MEI's não se configuram como familiar (49%).

Do total de empreendedores do cluster 2, 144 (49,8%) são homens e 145 (50,2%) mulheres; 139 pertencem à atividade comércio (48,1%), seguida da atividade serviços, com 79 MEI's (27,3%), comércio e serviços, com 53 (18,3%) e indústria e comércio com 18 (6,2%); 143 possuem empregados (49,5%) e 146 não possuem empregados (50,5%); 164 se configuram como familiar (56,7%) e 125 MEI's não se configuram como familiar (43,3%).

O cluster 1 apresentou uma média das respostas relacionada às variáveis de sustentabilidade, de 1,67, refletindo limitações nas ações e percepções

relacionadas ao bem estar do ser humano, ao meio ambiente e aos resultados economicamente sustentáveis do negócio. Vale destacar que o percentual de insatisfação dos empreendedores individuais deste grupo, em relação aos resultados do negócio, chega a 79,4%; a intenção em não continuar com a empresa é de 9,8%; a pretensão em permanecer como MEI é de 44,1%; e a expectativa de crescer e expandir 46,1%.

O cluster 2 obteve uma média de 2,30 nas respostas relacionadas às variáveis pertencentes à sustentabilidade, o que reflete ações e percepções assertivas à conjuntura do *triple bottom line*. Ao contrário do cluster 1, o cluster 2 apresentou um índice de insatisfação com o próprio negócio de 54,6%; o percentual daqueles que não pretendem continuar com o negócio é de apenas 2,1% e a expectativa dos MEI's do conglomerado em crescer e expandir é de 74,4%.

Em relação à terceira hipótese, que conjectura que quanto maior o nível de escolaridade do MEI mais sensatas e coerentes suas ações e percepções relacionadas ao gerenciamento sustentável dos negócios, nota-se que os dados gerados pelo cruzamento das variáveis clusters *versus* escolaridade (Tabela 30) apresenta um alto percentual (83,33%) de formação básica para os microempreendedores, pertencentes ao cluster 1, agrupamento de microempreendedores individuais que retratam a ausência de ações e a baixa percepção relacionadas ao bem estar do ser humano, à preocupação com meio ambiente e aos resultados economicamente sustentáveis do negócio. Por outro lado, os MEI's pertencentes ao cluster 2, agrupamento que apresenta ações assertivas e percepções prudentes referentes à sustentabilidade dos negócios, somam 45,33% com ensino superior incompleto, completo e pós-graduação.

Ainda, nesse contexto, é importante observar os quadrantes relacionados ao grau de escolaridade superior entre os clusters, que estão assim distribuídos: (i) com nível superior incompleto encontram-se 85,19% dos MEI's pertencentes

ao cluster 2 e a 14,81% daqueles do cluster 1; (ii) com superior completo, 89,83% estão classificados no cluster 2 e 10,17% no cluster 1; e (iii) com pós-graduação, 91,43% estão no cluster 2 e 8,57% no cluster 1.

Deste modo, é possível inferir que quanto maior o grau de escolaridade do MEI, maior será seu compromisso com o desenvolvimento sustentável de seu município e região, o que corrobora com os resultados já apresentados e discutidos anteriormente (Tabela 20).

Tabela 30 Tabulação cruzada entre as variáveis clusters (sustentabilidade) e escolaridade dos microempreendedores individuais pesquisados, semestre I/2014

Cluster	Escolaridade do Entrevistado										Total	
	Ensino Fundamental Incompleto	Ensino Fundamental Completo	Ensino Médio Incompleto	Ensino Médio Completo	Ensino Superior Incompleto	Ensino Superior Completo	Pós-graduação					
1												
Frequência absoluta	15	11	21	38	8	6	3				102	
% dentro de Ward Method	14,71%	10,78%	20,59%	37,25%	7,84%	5,88%	2,94%				100%	
	83,33%											
% dentro de Escolaridade	44,12%	28,95%	46,67%	30,16%	14,81%	10,17%	8,57%				26,09%	
% do Total	3,84%	2,81%	5,37%	9,72%	2,05%	1,53%	0,77%				26,09%	
Frequência absoluta	19	27	24	88	46	53	32				289	
% dentro de Ward Method	6,57%	9,34%	8,30%	30,45%	15,92%	18,34%	11,07%				100%	
	45,33%											
% dentro de Escolaridade	55,88%	71,05%	53,33%	69,84%	85,19%	89,83%	91,43%				73,91%	
% do Total	4,86%	6,91%	6,14%	22,51%	11,76%	13,55%	8,18%				73,91%	
Frequência absoluta	34	38	45	126	54	59	35				391	
% dentro de Ward Method	8,70%	9,72%	11,51%	32,23%	13,81%	15,09%	8,95%				100%	
% dentro de Escolaridade	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%				100%	
% do Total	8,70%	9,72%	11,51%	32,23%	13,81%	15,09%	8,95%				100%	

Fonte: Elaborado pelo autor (2014).

Ainda sobre a relação entre a idade e a sustentabilidade, percebe-se, de acordo com a Tabela 31, que 55,71% dos MEI's pertencentes ao cluster 2, grupo representante das boas ações e percepções relacionadas à sustentabilidade, estão abaixo da média de idade da amostra, caracterizando-se como um grupo mais jovem. Enquanto que a maior parte dos MEI's pertencentes ao cluster 1 (60,79%) está acima dos 35 anos de idade.

Tabela 31 Tabulação cruzada entre as variáveis clusters (sustentabilidade) versus idade dos microempreendedores individuais pesquisados, semestre I/2014

Cluster	Idade do MEI	Total					
		Até 25	26 a 35	36 a 45	46 a 55	Acima de 55	
	Frequência absoluta	9	31	40	14	8	102
1	% dentro de Ward Method	8,82%	30,39%	39,22%	13,73%	7,84%	100%
	% dentro de Idade do MEI	17,54%	21,66%	32,14%	28,23%	32,41%	26,1%
Ward Method	Frequência absoluta	52	109	76	42	10	289
	% dentro de Ward Method	17,99%	37,72%	26,30%	14,53%	3,46%	100%
2	% dentro de Idade do MEI	82,46%	78,34%	67,86%	71,77%	67,59%	73,9%
	Frequência absoluta	61	140	116	56	18	391
	% dentro de Ward Method	15,60%	35,81%	29,67%	14,32%	4,60%	100%
Total	% dentro de Idade do MEI	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Fonte: Elaborado pelo autor (2014).

Diante desse resultado, em conjunto com os da análise de correlação (Tabela 21), conclui-se que os microempreendedores individuais mais jovens tendem a ter maiores compromissos, representados por suas ações e percepções sobre a sustentabilidade. Possivelmente, influenciados pela corrente ecodesenvolvimentista da economia, responsável pelo aparecimento de novas regras e leis e de um novo comportamento de consumo, exigindo uma nova postura dos empreendedores na gestão de seus negócios (SACHS, 2009).

5.4.6 Variáveis que discriminam os clusters formados por ações e percepções de cunho sustentável

O intuito nesta seção é de averiguar a existência de diferenças entre os clusters gerados em função da similaridade dos valores das variáveis que representam as ações e as percepções relacionadas à sustentabilidade, para tanto foram, empregados a mesma análise e método do item 5.4.4. Como variável dependente, consideraram-se os agrupamentos dos microempreendedores individuais (clusters 1 e 2) e como variáveis independentes, as ações de gestão e as ações e percepções relacionadas à sustentabilidade. Assim, extraiu-se a função discriminante (Tabela 32) com 1,697 de autovalor, 100% de significância e coeficiente de correlação canônica de 0,793.

Tabela 32 Função discriminante canônica dos clusters (sustentabilidade), semestre1/2014.

Função	Autovalor	% de variância	% cumulativa	Correlação canônica
1	1,697	100,0	100,0	,793

Fonte: Elaborado pelo autor (2014).

Ao elevar o coeficiente de correlação canônica ao quadrado, constatou-se que 62,88% do total da variância foram explicados pelo modelo que inclui onze variáveis.

Nesse contexto, onze variáveis foram extraídas na análise e a estatística Lambda de Wilks mostrou-se significativa na discriminação dos dois conglomerados. Na Tabela 33 apresentam-se, de forma resumida, os resultados da análise discriminante. Os resultados permitem concluir que o padrão de resposta dessas variáveis foi, significativamente, distinto entre os clusters, sendo, portanto, estas variáveis representativas das ações e das percepções que mais discriminam o grupo de microempreendedores individuais menos responsáveis em suas ações e percepções referentes à sustentabilidade daqueles mais responsáveis frente ao contexto do *triple bottom line*.

De acordo com a Tabela 33, é possível afirmar que a variável referente à preocupação com a economia e o consumo de energia elétrica é a variável que mais discrimina os dois grupos de microempreendedores individuais. Somam-se a esta as variáveis preocupação com a redução do uso de materiais, preocupação com a economia e o consumo de água e o estabelecimento de diretrizes/políticas relacionadas à preservação ambiental; todas pertencentes à dimensão ambiental da temática sustentabilidade, sendo as duas últimas ações que refletem a responsabilidade com as gerações futuras, foco principal das preocupações relatadas pela Comissão de Brundtland (DONAIRE, 1994; PARRISH, 2010; SACHS, 2009).

Tabela 33 Resultados da análise discriminante dos clusters (sustentabilidade) com as etapas de extração, estatística Wilks' Lambda e nível de significância para cada variável, semestre1/2014

Etapa	Variáveis	Lambda de Wilks	Sig.
1	Preocupação com o consumo de energia elétrica	,666	,000
2	Precificação	,551	,000
3	Cumprimento com compromissos assumidos com a clientela	,503	,000
4	Satisfação com os resultados da empresa	,456	,000
5	Preocupação com a redução do uso de materiais	,427	,000
6	Apoio a treinamentos e capacitações	,406	,000
7	Diversificação e pesquisa de fornecedores	,395	,000
8	Preocupação com o consumo de água	,386	,000
9	Diretrizes/políticas relacionadas à preservação ambiental	,379	,000
10	Contribuição para campanhas e ações de cunho social	,375	,000
11	Crença de que a adoção de atitudes relacionadas à melhoria do bem estar do ser humano e da sociedade proporciona vantagem competitiva	,371	,000

Fonte: Elaborado pelo autor (2014).

A variável precificação, ação que reflete a correta forma de compor o preço de venda do produto/serviço, juntamente com a percepção de satisfação pelos resultados da empresa representam a dimensão econômica da sustentabilidade na análise discriminante dos clusters. Pelos resultados demonstra-se que microempreendedores individuais do cluster 1, além de não estarem satisfeitos com os resultados do negócio, possuem limitações quanto aos conceitos e técnicas de precificação. Com isso, é possível concluir que, ao se

descuidar de uma importante ação de gerenciamento, como a precificação, pode-se comprometer a dimensão econômica, um dos alicerces do empreendedorismo sustentável (ESTY; WINSTON, 2008).

Dentre as onze variáveis da análise, apenas duas pertencem à temática gestão: (i) o cumprimento com os compromissos assumidos com a clientela e (ii) a diversificação e pesquisas de fornecedores, ambas também pertencentes ao conjunto de variáveis discutidas na análise discriminante dos clusters de gestão. Neste caso, é possível inferir que MEI's mais responsáveis em suas ações e percepções referentes à sustentabilidade estão mais atentos aos compromissos assumidos e mais preocupados em pesquisar e diversificar seus fornecedores.

Pertencentes à dimensão social, a participação do microempreendedor individual em treinamentos, bem como seu apoio a empregados a participarem de capacitações, é uma variável que aparece na análise e distingue os MEI's dos agrupamentos 1 e 2, quando se trata de preocupação com o ser humano. Também distingue esses clusters, a variável que reflete a participação do microempreendedor na sociedade, por meio de contribuições para campanhas e ações de cunho social. Nesse contexto, vale retomar Dixon e Clifford (2007), ao afirmarem que um dos objetivos principais do empreendedorismo sustentável é a busca pelo desenvolvimento orientado para a qualidade de vida do ser humano e o bem-estar de toda a sociedade.

A última das onze variáveis é a crença de que a adoção de atitudes relacionadas à melhoria do bem estar do ser humano e da sociedade proporciona vantagem competitiva para a empresa frente aos concorrentes, percepção que, também, distingue o grupo de microempreendedores individuais responsáveis daqueles menos conscientes em suas ações e percepções referentes à sustentabilidade.

Nessa análise, constatou-se que 94,1% dos microempreendedores do cluster 1 e, coincidentemente, 94,1% do cluster 2 foram classificados corretamente.

5.4.7 Testes das hipóteses H6, H7 e H8 com a comparação de médias

Foram feitos testes de hipóteses com o intuito de colocar a prova algumas hipóteses do trabalho, quais sejam:

H₆: O Índice de Desenvolvimento Humano do município (IDH-M) possui relação positiva com as ações dos microempreendedores na gestão dos negócios.

H₇: O IDH-M influencia as ações e as percepções dos microempreendedores individuais relacionadas à questão ambiental.

H₈: Microempreendedores individuais do sexo feminino tendem a ter ações e percepções mais positivas com relação à dimensão social da sustentabilidade.

O teste de hipóteses foi realizado por meio do teste-t de amostras independentes, utilizando-se o nível de significância de 0,05. Assim, de acordo com Pereira e Patrício (2013), sempre que o *P-value* for menor do que o valor do nível de significância, deve-se rejeitar a hipótese nula e, por conseguinte, confirmar a hipótese proposta.

Com relação à sexta hipótese, observa-se que apenas as variáveis de gestão que tratam (i) do cumprimento dos compromissos dos MEI's com seus clientes, (ii) do estabelecimento de metas de venda e (iii) do conhecimento das ações promocionais mais adequadas ao negócio são as que apresentaram níveis de significância dentro do parâmetro estabelecido para o teste. Todas as demais variáveis relacionadas à gestão não apresentaram níveis de significância aceitáveis, sendo, portanto, rejeitadas. Deste modo, afirmar que o IDH-M possui

relação positiva com as ações dos microempreendedores na gestão de seus negócios só é válido, neste caso, para estas variáveis, conforme demonstrado na Tabela 34.

Tabela 34 Resumo do teste de hipótese IDH-M versus variáveis de gestão, semestre I/2014

Variáveis de gestão	Estatísticas de grupo				Variâncias	Teste de Levene para igualdade de variâncias		teste-t para Igualdade de Médias			
	IDH-M	N	Média	Desvio padrão		Erro padrão da média	F	Sig.	t	df	Sig. (2 extr.)
	<p>Você cumpre os compromissos assumidos com seus clientes (prazos, preço e horário)?</p> <p>A empresa possui metas de venda?</p> <p>Você sabe quais são as ações de promoção mais adequadas ao seu negócio?</p>	Médio	116	2,61		,656	,061	iguais assumidas	21,446	,000	-2,733
	Alto	275	2,78	,516	,031	iguais não assumidas			-2,481	177,668	,014
	Médio	116	1,66	,780	,072	iguais assumidas	5,340	,021	-2,773	389	,006
	Alto	275	1,89	,740	,045	iguais não assumidas			-2,714	206,452	,007
	Médio	116	1,87	,679	,063	iguais assumidas	2,073	,151	-2,359	389	,019
	Alto	275	2,04	,655	,039	iguais não assumidas			-2,324	209,324	,021

Fonte: Elaborado pelo autor (2014).

A sétima hipótese, que conjectura a influência do IDH-M sobre as ações e percepções dos microempreendedores individuais relacionadas à questão ambiental, não se confirma. De acordo com o resultado obtido (Tabela 35), nenhuma das variáveis da dimensão ambiental (temática sustentabilidade) apresentou *P-value* menor do que o valor do nível de significância, considerando-se, neste contexto, a hipótese nula.

Portanto, neste caso, não se pode crer que um melhor índice de desenvolvimento humano do município (IDH-M) poderá contribuir para melhorias nas percepções e, por conseguinte, nas ações dos microempreendedores individuais no que tange à questão ambiental.

Tabela 35 Resumo do teste de hipótese IDH-M *versus* variáveis relacionadas à dimensão ambiental da sustentabilidade, semestre1/2014

Variáveis	Variâncias	Teste de Levene para igualdade de variâncias		teste-t para Igualdade de Médias		
		F	Sig.	t	df	Sig. (2 extremidades)
Sua empresa possui diretrizes/políticas relacionadas à preservação do meio ambiente?	iguais assumidas	,180	,672	-1,234	389	,218
	iguais não assumidas			-1,251	223,005	,212
Você conhece as influências dos processos e/ou atividades de sua empresa no meio ambiente?	iguais assumidas	,000	,985	-,769	389	,442
	iguais não assumidas			-,779	222,234	,437
Existe a preocupação com a economia de água na sua empresa?	iguais assumidas	2,916	,089	-,914	389	,361
	iguais não assumidas			-,877	197,950	,381
Existe a preocupação com a economia de energia elétrica na sua empresa?	iguais assumidas	1,072	,301	,743	389	,458
	iguais não assumidas			,721	202,516	,472
Sua empresa realiza a separação dos resíduos para coleta seletiva de lixo?	iguais assumidas	6,424	,012	1,449	389	,148
	iguais não assumidas			1,490	230,526	,138
Existe a preocupação com a redução do uso de materiais na sua empresa (ex.: papelaria, insumos, combustíveis e etc.)?	iguais assumidas	,512	,475	-,457	389	,648
	iguais não assumidas			-,449	207,979	,654
Você acredita que a adoção de ações voltadas à preservação do meio ambiente pode assegurar melhores condições de vida às futuras gerações?	iguais assumidas	6,701	,010	1,609	389	,108
	iguais não assumidas			1,657	231,157	,099

Fonte: Elaborado pelo autor (2014).

De acordo com a Tabela 36, é possível observar que não se confirma a hipótese de que microempreendedores individuais do sexo feminino tendem a ter ações e percepções mais positivas com relação à dimensão social da sustentabilidade (H8). Nota-se que nenhuma das variáveis relacionadas às ações

e às percepções de cunho social apresenta nível de significância, representando que a hipótese é nula.

Tabela 36 Resumo do teste de hipótese sexo *versus* variáveis relacionadas à dimensão social da sustentabilidade, semestre 1/2014

Variáveis da dimensão social	Estatísticas de grupo				Variâncias	Teste de Levene para igualdade de variâncias		teste-t para Igualdade de Médias			
	Sexo	N	Média	Desvio padrão		Erro padrão da média	F	Sig.	t	df	Sig. (2 extr.)
Sua empresa assegura condições de saúde e segurança?	Masc	196	2,05	,893	,064	1,722	,190	-1,578	389	,115	
	Fem	195	2,19	,910	,065			-1,578	388,779	,115	
A empresa paga incentivos monetários (gratificações, comissões, participação lucros)?	Masc	196	1,78	,834	,060	,550	,459	-,782	389	,435	
	Fem	195	1,85	,823	,059			-,782	388,975	,435	
Você participa ou apoia seu funcionário a participar de cursos e treinamentos?	Masc	196	1,96	,879	,063	7,961	,005	,304	389	,761	
	Fem	195	1,94	,797	,057			,304	385,688	,761	
Você busca patrocinar eventos culturais ou científicos no seu município?	Masc	196	1,87	,849	,061	,649	,421	,008	389	,994	
	Fem	195	1,87	,827	,059			,008	388,818	,994	
Você busca contribuir com doações para campanhas e ações sociais?	Masc	196	2,12	,805	,057	,002	,961	,056	389	,956	
	Fem	195	2,11	,804	,058			,056	388,992	,956	

“Tabela 36, conclusão”

Variáveis da dimensão social	Estatísticas de grupo				Variâncias	Teste de Levene para igualdade de variâncias		teste-t para Igualdade de Médias			
	Sexo	N	Média	Desvio padrão		Erro padrão da média	F	Sig.	t	df	Sig. (2 extr.)
Você participa de trabalhos voluntários	Masc	196	1,7	,728	,052	,385	,535	-1,026	389	,306	
	Fem	195	1,77	,725	,052			-1,026	388,998	,306	
Você acredita que a adoção de atitudes responsáveis relacionadas à melhoria e bem estar do ser humano e da sociedade pode proporcionar vantagens para a empresa frente aos concorrentes?	Masc	196	2,4	,706	,050	1,162	,282	-,399	389	,690	
	Fem	195	2,43	,665	,048			-,399	387,856	,690	

Fonte: Elaborado pelo autor (2014).

No intuito de se comparar as respostas dos MEI's do sexo masculino e feminino às questões relacionadas à hipótese (H8), efetuou-se a tabulação cruzada das variáveis (Tabela 37).

Nota-se que a variável que mais se destaca positivamente a favor do microempreendedor do sexo feminino é a relacionada às ações que asseguram a saúde e segurança tanto do MEI quanto de seu empregado, com 52,82% de respostas em sim das mulheres frente a 42,35% dos homens.

Tabela 37 Tabulação cruzada entre as variáveis sexo *versus* as ações e percepções de cunho social (temática sustentabilidade), semestre I/2014

Variáveis	Sexo do Entrevistado			Total
	Masculino	Feminino	Total	
Saúde e segurança	Não	37,24%	33,33%	35,29%
	Em parte	20,41%	13,85%	17,14%
	Sim	42,35%	52,82%	47,57%
Total	100% (196)	100% (195)	100% (391)	
Incentivos monetários (gratificações por produtividade, comissões, participação nos lucros)	Não	47,96%	42,56%	45,27%
	Em parte	26,02%	30,26%	28,13%
	Sim	26,02%	27,18%	26,60%
Total	100% (196)	100% (195)	100% (391)	
Apoio a treinamentos e capacitações	Não	40,31%	34,87%	37,60%
	Em parte	22,96%	36,41%	29,67%
	Sim	36,73%	28,72%	32,74%
Total	100% (196)	100% (195)	100% (391)	
Patrocínio a eventos culturais ou científicos	Não	43,37%	41,54%	42,46%
	Em parte	26,53%	30,26%	28,39%
	Sim	30,10%	28,21%	29,16%
Total	100% (196)	100% (195)	100% (391)	
Contribuição para campanhas e ações de cunho social	Não	27,04%	27,18%	27,11%
	Em parte	34,18%	34,36%	34,27%
	Sim	38,78%	38,46%	38,62%
Total	100% (196)	100% (195)	100% (391)	
Voluntariado	Não	45,92%	40,00%	42,97%
	Em parte	38,27%	42,56%	40,41%
	Sim	15,82%	17,44%	16,62%

“Tabela 37, conclusão”

Variáveis	Sexo do Entrevistado		Total
	Masculino	Feminino	
Total	100% (196)	100% (195)	100% (391)
Percepção de que a adoção de atitudes responsáveis relacionadas à melhoria e bem estar do ser humano e da sociedade pode proporcionar vantagens competitivas.	12,76%	9,74%	11,25%
Não	34,18%	37,44%	35,81%
Em parte	53,06%	52,82%	52,94%
Sim			
Total	100% (196)	100% (195)	100% (391)

Fonte: Elaborado pelo autor (2014).

As demais variáveis apresentam um equilíbrio nas respostas de ambos os sexos, exceto na variável que representa a ação de apoio a treinamentos e capacitações, com 36,73% das respostas em sim dos homens e 28,72% das mulheres, retratando, no caso, um maior compromisso dos empreendedores individuais do sexo masculino com a sua formação e a de seus colaboradores.

Neste contexto, é possível perceber o baixo envolvimento do microempreendedor individual nas questões relacionadas à sociedade. Apenas 29,16% patrocinam eventos no município, cerca de 38% contribuem para campanhas sociais e apenas 16,62% participam de trabalhos de forma voluntária. As explicações, neste caso, talvez estejam relacionadas à falta de tempo, à falta de visão de que quanto mais se participa de eventos e ações de cunho social, mais se torna conhecido e lembrado, ou, até mesmo, a certo desinteresse com o social. Nesse sentido, sendo estas ou não as explicações, de acordo com Dixon e Clifford (2007), o baixo envolvimento poderá ser a causa de um provável insucesso.

5.4.8 Variáveis que discriminam as ações e percepções dos MEI's homens e mulheres

Ainda, dentro do contexto relacionado à oitava hipótese, com o intuito de ampliar a investigação das diferenças entre os microempreendedores individuais de diferentes sexos empregou-se a análise discriminante, utilizando o método *Stepwise*, considerando como variável dependente o sexo dos MEI's e como variáveis independentes, as ações de gestão e as ações e percepções relacionadas à sustentabilidade.

Observa-se na Tabela 38 que a função discriminante apresentou 0,067 de autovalor, com 100% de significância e coeficiente de correlação canônica de 0,250. Ao elevar o coeficiente de correlação canônica ao quadrado, constatou-se

que apenas 6,25% do total da variância foram explicados pelo modelo que incluiu cinco variáveis.

Tabela 38 Função discriminante canônica dos MEI's (variável sexo), semestre1/2014

Função	Autovalor	% de variância	% cumulativa	Correlação canônica
1	,067	100,0	100,0	,250

Fonte: Elaborado pelo autor (2014).

Por meio da análise discriminante constatou-se, após o processamento, que 53,6% dos microempreendedores do sexo masculino e 46,4% do sexo feminino foram classificados corretamente, totalizando, de forma geral, 60,1% dos casos classificados corretamente.

Na Tabela 39 demonstram-se, resumidamente, os resultados da análise discriminante com as etapas de entrada, as variáveis extraídas, a estatística de Lambda de Wilks e o nível de significância de cada variável pela função discriminante.

Observa-se que, das cinco variáveis extraídas, três delas pertencem à temática gestão, são elas: a comunicação com os clientes para informá-los das promoções, o controle das contas a pagar e a padronização dos procedimentos com o objetivo de garantir a qualidade a que o MEI se propõe entregar. As demais, a apuração dos resultados e a preocupação com o consumo de energia elétrica, pertencentes às dimensões econômica e ambiental da sustentabilidade, são as que discriminam o padrão de ação dos empreendedores de sexos diferentes.

Tabela 39 Resultados da análise discriminante dos MEI's (variável sexo) com as etapas de extração, estatística Wilks' Lambda e nível de significância para cada variável, semestre1/2014

Etapa	Variáveis	Lambda de Wilks	Sig.
1	Comunicação com a clientela para informá-los das promoções	,986	,002
2	Apuração dos resultados	,969	,002
3	Controle das contas a pagar	,959	,001
4	Padronização dos procedimentos	,949	,000
5	Preocupação com o consumo de energia elétrica	,937	,000

Fonte: Elaborado pelo autor (2014).

Portanto, corroborando com a análise da hipótese oito, realizado por meio do teste-t de amostras independentes, não se comprovou que microempreendedores individuais do sexo feminino tendem a ter ações e percepções mais positivas com relação à dimensão social da sustentabilidade nos negócios, pois nenhuma das sete variáveis que compõem esta dimensão aparece na análise discriminante (Tabela 39).

5.4.9 MEI's em relação à população total do município

A nona hipótese foi que municípios com IDH-M mais elevado pudessem possuir um menor percentual de microempreendedores individuais em relação ao número total da população, pois se conjecturou que tais cidades pudessem promover um maior número de oportunidades de trabalho com níveis salariais mais elevados, desestimulando assim o empreendedorismo.

Na busca pela comprovação ou não da hipótese, procedeu-se à análise de correlação entre as variáveis percentual de microempreendedores individuais pela população e o IDH-M e, posteriormente, uma análise descritiva dos dados referentes a estas variáveis.

De acordo com a Tabela 40, embora as variáveis tenham apresentado um índice de correlação negativa (-0,215), tal associação não se apresentou em um nível significativo, não confirmando, portanto, a hipótese.

Tabela 40 Correlação do percentual de MEI's pela população *versus* o IDH-M, semestre1/2014

Variáveis	% MEI's / População Total	IDH-M
% MEI's / População Total	1	-0,215
IDH-M	-0,215	1

Fonte: Elaborado pelo autor (2014).

Após a correlação, procedeu-se à disposição dos municípios com índice de desenvolvimento humano por município em ordem decrescente (Tabela 41).

Tabela 41 Relação dos municípios com IDH-M em ordem decrescente, semestre1/2014

Municípios	IDH-M	População	Qtde de MEI's	% de MEI's / população
Varginha	0,778	123.081	2652	2,15%
Três Corações	0,744	72.765	876	1,20%
Três Pontas	0,731	53.860	1022	1,90%
Monsenhor Paulo	0,721	8.161	112	1,37%
Campanha	0,709	15.433	410	2,66%
Boa Esperança	0,704	38.734	874	2,26%
Santana da Vargem	0,698	7.231	122	1,69%
Coqueiral	0,694	9.289	201	2,16%
Elói Mendes	0,685	25.220	397	1,57%
Campo do Meio	0,683	11.476	176	1,53%
Campos Gerais	0,682	27.600	340	1,23%
Ilicínea	0,680	11.488	254	2,21%
Guapé	0,679	13.872	191	1,38%
São Bento Abade	0,672	4.577	133	2,91%

“Tabela 41, conclusão”

Municípios	IDH-M	População	Qtde de MEI's	% de MEI's / população
São Tomé das Letras	0,667	6.655	321	4,82%
Carmo da Cachoeira	0,655	11.836	179	1,51%
Total	0,699	441.278	8260	1,87%

Fonte: Elaborado pelo autor (2014).

Ao organizar os municípios com os percentuais de microempreendedores individuais pela população total, em ordem crescente (Tabela 42), é possível reafirmar que a hipótese não se confirma. Embora os municípios de Três Corações e Monsenhor Paulo tenham se configurado entre as três primeiras cidades com os menores percentuais de MEI's em relação à população total, as demais não guardam tal relação.

Tabela 42 Relação dos municípios com percentual de MEI's pela população total em ordem crescente, semestre1/2014

Municípios	IDH-M	População	Qtde de MEI's	% de MEI's / população
Três Corações	0,744	72.765	876	1,20%
Campos Gerais	0,682	27.600	340	1,23%
Monsenhor Paulo	0,721	8.161	112	1,37%
Guapé	0,679	13.872	191	1,38%
Carmo da Cachoeira	0,655	11.836	179	1,51%
Campo do Meio	0,683	11.476	176	1,53%
Elói Mendes	0,685	25.220	397	1,57%
Santana da Vargem	0,698	7.231	122	1,69%
Três Pontas	0,731	53.860	1022	1,90%
Varginha	0,778	123.081	2652	2,15%
Coqueiral	0,694	9.289	201	2,16%
Ilicínea	0,680	11.488	254	2,21%
Boa Esperança	0,704	38.734	874	2,26%
Campanha	0,709	15.433	410	2,66%
São Bento Abade	0,672	4.577	133	2,91%
São Tomé das Letras	0,667	6.655	321	4,82%
Total	0,699	441.278	8260	1,87%

Fonte: Elaborado pelo autor (2014).

Todavia, um dado chama a atenção, de forma subjacente, nesta hipótese. Percebe-se (Tabela 1) que as cidades de Três Corações e Monsenhor Paulo são as que apresentam os maiores percentuais de participação da indústria no PIB nominal do município, 27,4% e 28,5%, respectivamente (IBGE, 2010), cerca de 59% e 66% acima da média da região, o que, neste caso, contribui para a dedução de que um setor industrial mais desenvolvido pode desestimular o empreendedorismo. Nesse sentido, vale relembrar o alto percentual (48%) de empreendedores mineiros, entre 18 e 64 anos, que se lançam no desafio de empreender por necessidade e não por perceberem boas oportunidades para começar um novo negócio na região em que vivem (GEM, 2012).

5.5 Síntese dos resultados das hipóteses da pesquisa

No Quadro 2 apresentam-se, de forma resumida, os resultados referentes às hipóteses elaboradas. Observa-se que das nove hipóteses elaboradas quatro se confirmam e cinco não se confirmam.

Hipóteses	Descritivo	Resultado
H1	Existe correlação positiva entre os conhecimentos em técnicas de gestão e o conhecimento relacionado à sustentabilidade.	Aceita
H2	Existe correlação positiva entre o nível de escolaridade e a capacidade de gestão dos negócios.	Aceita
H3	Existe correlação positiva entre o nível de escolaridade e as ações e percepções relacionadas ao gerenciamento sustentável dos negócios.	Aceita
H4	Existe correlação negativa entre a idade e as ações e as percepções relacionadas ao gerenciamento sustentável dos negócios.	Aceita
H5	Existe correlação negativa entre a renda média familiar do município e as ações e percepções de cunho ambiental dos microempreendedores.	Rejeitada
H6	O Índice de Desenvolvimento Humano do município (IDH-M) possui relação positiva com as ações dos microempreendedores individuais na gestão dos negócios.	Rejeitada
H7	O Índice de Desenvolvimento Humano do município (IDH-M) influencia as ações e as percepções dos microempreendedores individuais relacionadas à questão ambiental.	Rejeitada
H8	Microempreendedores individuais do sexo feminino tendem a ter ações e percepções mais positivas com relação à dimensão social da sustentabilidade.	Rejeitada
H9	Municípios com IDH-M mais elevado possuem um menor percentual de microempreendedores individuais em relação ao número total da população.	Rejeitada

Quadro 2 Síntese dos descritivos e resultados das hipóteses da pesquisa, semestre1/2014

Fonte: Elaborado pelo autor (2014).

Em suma, quanto maiores os conhecimentos em gestão melhores as ações e percepções sobre a sustentabilidade, a escolaridade tem relação direta e positiva com as ações de gestão e sustentabilidade. A idade do MEI está relacionada negativamente com as ações e percepções de cunho sustentável. E as hipóteses de que as variáveis renda média familiar, IDH-M e sexo poderiam ter influências e relações positivas com as ações corretas de gerenciamento e com as ações e percepções coerentes à sustentabilidade dos MEI's não se confirmaram, na microrregião em estudo.

6 CONCLUSÃO

Com o objetivo de compreender os padrões de gerenciamento e sustentabilidade dos microempreendedores individuais da microrregião de Varginha, pela presente pesquisa evidenciaram-se resultados que podem contribuir com o crescimento e o sucesso do MEI (empresa e indivíduo), cooperar com o desenvolvimento econômico e sustentável da região e ampliar os estudos relacionados ao fenômeno do empreendedorismo.

Identificou-se que as ações de gestão mais adotadas pelos MEI's foram a busca pelo cumprimento dos compromissos assumidos com os clientes, a constante avaliação da qualidade dos produtos/serviços oferecidos frente às expectativas dos clientes e a diversificação de fornecedores. Merecem destaque, também, as variáveis pertencentes à dimensão financeira, principalmente, o controle das contas a pagar, o gerenciamento das informações de caixa e o controle de contas a receber.

Se por um lado estas variáveis representaram as ações coerentes dos MEI's frente à competitividade do mercado e às exigências da formalização, por outro, identificaram-se limitações e deficiências em ações de gestão como o acompanhamento e avaliação de fornecedores, a realização de pesquisas para conhecer melhor as expectativas dos clientes, a determinação de metas de venda, o cálculo da taxa de inadimplência e o cadastro completo de dados e informações da clientela.

Pelos resultados, foi possível compreender que as prioridades, representadas pelas ações gerenciais, concentram-se na satisfação momentânea do cliente e no controle financeiro do negócio. Contudo, foi possível, também, evidenciar as fragilidades destes empreendedores. Nesse sentido, cabe ressaltar que, ao marcar a opção “em parte”, em muitas das questões apresentadas, o microempreendedor demonstra um padrão de gerenciamento limitado, seja pela

falta de técnicas e ferramentas de gestão, seja pelo desconhecimento de conceitos e teorias que subsidiam a administração de uma empresa. Tal opção representou a maior parte das respostas relacionadas às variáveis de gestão, resultado este que demonstra desempenhos medianos no que tange às ações, por exemplo, de gerir estoques, criar promoções de vendas, gerenciar a produtividade e cuidar dos procedimentos e processos.

Quanto às ações relacionadas à sustentabilidade, pela pesquisa revelou-se que os MEI's ainda têm baixo envolvimento com essas questões. A falta de diretrizes voltadas à preservação ambiental, o baixo interesse do microempreendedor individual em participar de trabalhos voluntários e o desconhecimento dos impactos gerados pelos processos e/ou atividades da empresa na natureza representaram as variáveis com menor desempenho médio na temática. Contudo, as percepções de que a adoção de ações voltadas à preservação do meio ambiente pode assegurar melhores condições de vida às futuras gerações e a crença de que atitudes responsáveis relacionadas à melhoria e bem estar do ser humano e da sociedade pode proporcionar vantagens para a empresa frente à concorrência foram aspectos que se destacaram na percepção dos MEI's. Tal resultado contribui para a expectativa de que, se bem orientada e trabalhada, a sustentabilidade pode se tornar praxe nas decisões dos microempreendedores individuais da região.

Quando questionados sobre quais motivos os levariam a adotar e/ou ampliar as práticas voltadas a um melhor gerenciamento das questões ambientais, os MEI's afirmaram que o primeiro, com 45%, seria a possibilidade de financiamentos com taxas mais baixas, seguido das exigências de uma legislação mais rigorosa (30%) e, por fim, da pressão por parte da sociedade e consumidores, com 25%. Nota-se que os dois motivos mais apontados dependem da existência de legislação adequada.

Deste modo, ratifica-se a necessidade de políticas públicas e de ações de conscientização, de acordo com uma das estratégias defendidas pela economia ecológica, para que a questão ambiental possa se tornar uma preocupação mais efetiva por parte das empresas e de seus dirigentes.

Constatou-se que, assim como a dimensão financeira se destaca na temática gestão, a dimensão econômica foi a que teve maior destaque na temática sustentabilidade. Dentre as variáveis dessas categorias, destacam-se o controle dos compromissos a pagar e o gerenciamento financeiro por meio do fluxo de caixa, pela dimensão financeira, e a correta elaboração dos preços e a apuração dos resultados do negócio, pela dimensão econômica. Somam-se a estas, as variáveis pertencentes à dimensão ambiental que retratam a preocupação com o consumo e a economia de energia elétrica e a preocupação com o consumo e a economia de água, que podem ter suscitado um viés mais econômico-financeiro do que de responsabilidade socioambiental.

Quanto à escolaridade dos MEI's, observou-se que quanto maior o nível de escolaridade do microempreendedor individual maior é sua capacidade gerencial e, na maioria das variáveis relacionadas à sustentabilidade, também, confirmam-se correlações nesse sentido. Ao contrário destes resultados, as análises comprovaram correlações negativas entre as variáveis idade do MEI e suas ações e percepções relacionadas à responsabilidade sustentável, suscitando, assim, uma necessidade de maior conscientização sobre a temática direcionada aos microempreendedores individuais com maior idade.

Sobre o Índice de Desenvolvimento Humano do Município como uma das variáveis da pesquisa, pelos resultados demonstraram-se poucas correlações positivas com as variáveis da temática gerencial (apenas seis) e uma correlação negativa com a variável satisfação com os resultados da empresa, significando que, quando pertencente a municípios com alto IDH-M, o microempreendedor individual tende a não estar tão satisfeito com seu negócio.

No que tange aos aspectos de diferenciação, algumas variáveis foram discriminantes entre os MEI's pertencentes a municípios com diferentes índices (médio e alto IDH-M). Dentre elas, destacam-se a percepção de que a adoção de ações voltadas à preservação ambiental pode assegurar melhores condições de vida às futuras gerações, pela temática sustentabilidade, e o cumprimento com os compromissos assumidos com os clientes, pela gestão.

Ainda, com relação ao IDH-M, foi possível comprovar, por meio do teste-t de amostras independentes, que a hipótese da influência do índice nas ações e nas percepções do microempreendedor individual relacionadas à dimensão ambiental não se confirma, corroborando com os resultados da análise de correlação. Dessa forma, neste caso, pelos resultados do estudo, não se pode afirmar que os MEI's pertencentes a municípios mais desenvolvidos são mais bem preparados gerencialmente e mais conscientes com as questões ambientais.

Também, por meio da comparação de médias pelo teste-t, foi possível verificar que a crença de que as mulheres, como microempreendedoras individuais, pudessem estar mais atentas ao bem estar do ser humano e da sociedade, neste caso, não se confirmou. Assim, o resultado permite afirmar que os MEI's, homens ou mulheres, na microrregião em estudo, tendem a gerenciar seus negócios com as mesmas atitudes, ações e crenças.

Pelas análises de clusters, em um primeiro momento, considerando as variáveis da temática gestão, pelos resultados permitiu-se confirmar um maior número de empreendedores individuais com escolaridade básica no grupo com ações gerenciais mais limitadas. Por outro lado, pertencentes ao grupo dos MEI's melhor preparados, a maior parcela de microempreendedores individuais com educação superior. Nessa configuração, treze foram as variáveis que mais contribuíram para discriminar os dois grupos, com destaque para aquelas que representam as ações pertencentes às dimensões finanças e planejamento. Em um segundo momento, considerando as variáveis relacionadas à

sustentabilidade, resultado apresentou um primeiro grupo de microempreendedores individuais pouco envolvido e interessado nas questões sustentáveis e um segundo agrupamento de empreendedores com o perfil tendendo ao que se espera de um empreendedorismo sustentável. Com base nestes agrupamentos e no cruzamento do cluster com a variável idade do MEI, também, foi possível reafirmar a correlação negativa entre a idade do microempreendedor e seu compromisso com as questões relacionadas à sustentabilidade.

Quanto à expectativa do empreendedor, como MEI, para o futuro, constatou-se que cerca de 67% dos empreendedores pretendem crescer e expandir, 29% pretendem se manter como microempreendedores individuais e apenas 4% não devem continuar suas atividades. Com isso, espera-se que as informações obtidas neste estudo sejam disseminadas e que organizações como o SEBRAE, instituições de ensino superior, escolas técnicas e associações comerciais, pertencentes à microrregião, possam contribuir para o desenvolvimento regional capacitando os microempreendedores individuais já formalizados e aqueles que pretendem se formalizar.

No que tange às limitações da pesquisa, estas podem ser resumidas (i) na abrangência geográfica do estudo que abarcou apenas uma microrregião do estado de Minas Gerais, (ii) na população de MEI's derivada de um corte transversal, retratando a realidade em um contexto histórico-temporal e (iii) na desistência de microempreendedores em participar da pesquisa, quando no preenchimento do termo de consentimento, por este solicitar dados pessoais como nome e número de documentos.

Embora não tenham sido objeto deste estudo, vale ressaltar dois importantes pontos observados na pesquisa, durante a coleta de dados: o primeiro, a satisfação e a elevada autoestima, em grande parte dos MEI's pesquisados, pela conquista e formalização do próprio negócio e, o segundo, a

ausência da inovação na constituição das empresas. Este último, de certa forma, retrata uma deficiência, na microrregião, em se instigar o empreendedorismo mais focado nas correntes da criatividade e inovação, prevalecendo as opções que se enquadram em atividades de comércio e em negócios bastante difundidos e já existentes nas cidades. Nesse contexto, o foco se dá no ator frente às oportunidades, identificadas por observações a outros negócios já em funcionamento, ou seja, a crença é de que o sucesso de um pode ser a garantia do sucesso do outro. Com isso, mesmo que esta tipologia de empreendedorismo possa ser um interessante caminho para o indivíduo, o fato é que pouco se pensa, reflete-se e, por conseguinte, agrega-se valor à ideia já implementada por outro: apenas se copia. Estas constatações podem tanto servir para debates sobre o empreendedorismo, na microrregião, quanto de incentivo para estudos futuros.

Por fim, sugere-se que novas pesquisas possam ser estendidas a outras microrregiões, ou até mesmo para mesorregiões, com MEI's ou outras configurações jurídicas, como micro e pequenas empresas, objetivando contribuir para o aumento da participação dos pequenos negócios no Produto Interno Bruto do país e, por conseguinte, para o desenvolvimento socialmente justo, ambientalmente correto e economicamente viável.

REFERÊNCIAS

- ACS, Z. J. et al. Growth and entrepreneurship. **Small Business Economics**, Dordrecht, v. 39, n. 2, p. 289-300, Sept. 2012.
- ALCOFORADO, I. G. A trajetória dos fundamentos das políticas ambientais: do comando e controle à abordagem neo-institucionalista. In: ENCONTRO DA SOCIEDADE BRASILEIRA DE ECONOMIA ECOLÓGICA, 4., 2001, Belém. **Anais...** Belém, 2001. 1 CD-ROM.
- ASSAF NETO, A.; SILVA, C. A. T. **Administração do capital de giro**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2006. 214 p.
- BABBIE, E. **Métodos de pesquisa de survey**. Belo Horizonte: UFMG, 1999. 519 p.
- BAIOCCHI, G. On dimensions of ecological economics. **Ecological Economics**, Amsterdam, v. 75, p. 1-9, Mar. 2012.
- BARBERA, F.; HASSO, T. Do we need to use an accountant?: the sales growth and survival benefits to family SMEs. **Family Business Review**, Boston, v. 26, n. 3, p. 271-292, Sept. 2013.
- BECCHETTI, L.; CASTELLI, A.; HASAN, I. Investment-cash flow sensitivities, credit rationing and financing constraints in small and medium-sized firms. **Small Business Economics**, Dordrecht, v. 35, n. 4, p. 467-497, Dec. 2010.
- BELKAOUI, A. **Quantitative models in accounting**: a procedural guide for professionals. Westport: Quorum Books, 1987. 373 p.
- BLANK, S.; DORF, B. **The startup owner's manual**: the step-by-step guide for building a great company. Pescadero: K&S Ranch, 2012. 608 p.
- BORGES, C.; HASHIMOTO, M.; LIMONGI, R. To plan or not to plan?: an analysis of the impact of planning on the disbanding or growth of Brazilian start-ups. **International Journal of Entrepreneurship and Small Business**, Geneva, v. 18, n. 3, p. 349-367, 2013.
- BOSZCZOWSKI, A. K.; TEIXEIRA, R. O empreendedorismo sustentável e o processo empreendedor: em busca de oportunidades de novos negócios como

solução para problemas ambientais e sociais. In: ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA EM ADMINISTRAÇÃO, 33., 2009, São Paulo. **Anais...** São Paulo: ANPAD, 2009. 1 CD-ROM.

BRASIL. Congresso Nacional. Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006. Institui o Estatuto Nacional da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte. **Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil**, Brasília, n. 240, p. 1-9, 15 dez. 2006.

BRASIL. Congresso Nacional. Lei Complementar nº 128, de 19 de dezembro de 2008. Altera a Lei Complementar nº123, de 14 de dezembro de 2006. **Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil**, Brasília, n. 248, p. 1-6, 22 dez. 2008.

BRASIL. Previdência Social. **Guia do empreendedor individual**. Disponível em: <http://www.previdencia.gov.br/arquivos/office/3_110718-161510-655.pdf>. Acesso em: 21 jun. 2013.

BRESSER-PEREIRA, L. C. **O conceito histórico de desenvolvimento econômico**: texto para discussão. São Paulo: EESP/FGV, 2008a. 46 p.

BRESSER-PEREIRA, L. C. **Crescimento e desenvolvimento econômico**: notas para uso em curso na EESP/FGV. São Paulo: EESP/FGV, 2008b. 15 p.

CAVALCANTI, C. Concepções da economia ecológica: suas relações com a economia dominante e a economia ambiental. **Estudos Avançados**, São Paulo, v. 24, n. 68, 2010. Disponível em: <<http://www.scielo.br/scielo.php>>. Acesso em: 15 jul. 2013.

CAVALCANTI, M. C. S.; TEIXEIRA, R. M. Empreendedorismo sustentável e as dimensões de *schlange*: um estudo multicase em pequenas empresas sergipanas. In: ENCONTRO DE ESTUDOS EM ESTRATÉGIA, 6., 2013, Bento Gonçalves. **Anais...** Bento Gonçalves: ANPAD, 2013. 1 CD-ROM.

CERVO, A. L.; BERVIAN, P. A.; SILVA, R. **Metodologia científica**. 6. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2007. 176 p.

CHAN, F. T. S.; ZHANG, T. The impact of Collaborative Transportation Management on supply chain performance: a simulation approach. **Expert Systems with Applications**, New York, v. 38, n. 3, p. 2319-2329, Mar. 2011.

CHENG, T. C. E.; GAO, C. Y.; SHEN, H. C. Production planning and inventory allocation of a single-product assemble-to-order system with failure-prone machines. **International Journal of Production Economics**, Amsterdam, v. 131, n. 2, p. 604-617, June 2011.

CLEVELAND, J. O.; RUTH, M. Capital humano, capital natural e limites biofísicos no processo econômico. In: CAVALCANTI, C. (Org.). **Meio ambiente, desenvolvimento sustentável e políticas públicas**. São Paulo: Cortez, 1997. p. 193-214.

COHEN, B.; WINN, M. Market Imperfections, opportunity and sustainable entrepreneurship. **Journal of Business Venturing**, New York, v. 22, p. 29-49, June 2007.

COLBY, B. G. Transactions costs and efficiency in western water allocation. **American Journal of Agricultural Economics**, Saint Paul, v. 72, n. 5, p. 1184-1192, Oct. 1990.

COOPER, D. R.; SCHINDLER, P. S. **Métodos de pesquisa em administração**. 10. ed. Porto Alegre: Bookman, 2011. 784 p.

CORAZZA, R. I. Economia, tecnologia e meio ambiente: comentários sobre aspectos positivos e normativos da economia do meio ambiente. **Ensaio FEE**, Porto Alegre, v. 24, n. 2, p. 479-498, 2003.

DALMORO, M. A visão da sustentabilidade na atividade empreendedora: uma análise a partir de empresas incubadas. **Revista de Gestão Organizacional - RGO**, Chapecó, v. 2, n. 1, p. 87-104, jan./jun. 2009.

DALY, H. E.; FARLEY, J. **Ecological economics: principles and applications**. Washington: Island, 2003. 488 p.

DETIENNE, D.; CHANDLER, G. Opportunity identification and its role in the entrepreneurial classroom: a pedagogical approach and empirical test. **Academy of Management Learning and Education**, Briarcliff Manor, v. 3, n. 3, p. 242-257, July/Sept. 2004.

DIMOV, D. Grappling with the unbearable elusiveness of entrepreneurial opportunities. **Entrepreneurship Theory and Practice**, San Francisco, v. 35, p. 57-81, Jan. 2011.

- DIXON, S. E.; CLIFFORD, A. Ecopreneurship: a new approach to managing the tripple bottom line. **Journal of Organizational Change Management**, Bradford, v. 20, n. 3, p. 326-344, June 2007.
- DOLABELA, F. **Oficina do empreendedor**. Rio de Janeiro: Sextante, 2008a. 319 p.
- DOLABELA, F. **O segredo de Luísa**. Rio de Janeiro: Sextante, 2008b. 299 p.
- DONAIRE, D. Considerações sobre a influência da variável ambiental na empresa. **Revista de Administração de Empresa**, São Paulo, v. 34, n. 2, p. 68-77, abr. 1994.
- ESTY, D. C.; WINSTON, A. **O verde que vale ouro**: como empresas inteligentes usam a estratégia ambiental para inovar, criar valor e construir uma vantagem competitiva. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008. 347 p.
- EUROPEAN COMMISSION. **Annual report on EU small and medium sized enterprises**. Rotterdam, 2011. 213 p.
- FAUCHEUX, S.; NOËL, J. F. **Economia dos recursos naturais e do meio ambiente**. Lisboa: Piaget, 1995. 445 p.
- FENKER, E. A.; FERREIRA, E. Sustentabilidade: economia e ecologia sustentáveis? In: ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA EM ADMINISTRAÇÃO, 35., 2011, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: ANPAD, 2011. 1 CD-ROM.
- FERREIRA, L. F. F. et al. Análise quantitativa sobre a mortalidade precoce de micro e pequenas empresas da cidade de São Paulo. **Gestão & Produção**, São Carlos, v. 19, n. 4, p. 811-823, out./dez. 2012.
- FIET, J. O.; PATEL, P. C. Entrepreneur al discovery as constrained, systematic search. **Small Business Economics**, Dordrecht, v. 30, p. 215-229, Aug. 2006.
- FILION, L. J. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. **Revista de Administração**, São Paulo, v. 34, n. 2, p. 6-28, abr./jun. 1999.
- GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR. **Empreendedorismo em Minas Gerais**. Curitiba, 2012. Disponível em:

<<http://www.sebraemg.com.br/atendimento/bibliotecadigital/documento/Cartilha-Manual-ou-Livro/Pesquisa-GEM-2012#>>. Acesso em: 25 jul. 2013.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR. **Empreendedorismo no Brasil**: relatório nacional. Curitiba, 2003. Disponível em: <<http://www.gemconsortium.org/download/1311898856232/BRASIL%20GEM%202003.pdf>>. Acesso em: 23 jul. 2013.

GUNASEKARAN, A.; NGAI, E. W. T. Modeling and analysis of build-to-order supply chains. **European Journal of Operational Research**, Amsterdam, v. 195, n. 2, p. 319-334, June 2009.

HAIR JUNIOR, J. F. et al. **Análise multivariada de dados**. 6. ed. Porto Alegre: Bookman, 2009. 688 p.

HERRERA, A. O. et al. **Catastrophe or new society?: a Latin American world model**. Ottawa: International Development Research Centre, 1976. 108 p.

HOLT, D. Where are they now?: tracking the longitudinal evolutions of environmental businesses from the 1990s. **Business Strategy and the Environment**, New York, v. 20, n. 4, p. 238-250, May 2011.

HUSSEN, A. **Principles of environmental economics and sustainability: an integrated economic and ecological approach**. 3rd ed. New York: Routledge, 2013. 408 p.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Cidades@**: censo demográfico 2010. Rio de Janeiro, 2010. Disponível em: <<http://cidades.ibge.gov.br/xtras/uf.php?lang=&coduf=31&search=minas-gerais>>. Acesso em: 18 jul. 2013.

JUNG, C. F. **Metodologia para pesquisa & desenvolvimento**: aplicada a novas tecnologias, produtos e processos. Rio de Janeiro: Axcel Books, 2004. 328 p.

KOBE, K. **The small business share of GDP, 1998-2004**. Washington: Small Business Administration, 2007. Contract number SBAHQ-05-M-0413.

LAS CASAS, A. L. **Plano de marketing para micro e pequena empresa**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2011. 200 p.

LÉLÉ, S. M. Sustainable development: a critical review. **World Development**, New York, v. 19, n. 6, p. 607-621, June 1991.

- LEUNG, D.; RISPOLI, L.; GIBSON, B. **Small, medium-sized and large businesses in the canadian economy**: measuring their contribution to gross domestic product in 2005. Ottawa: Statistics Canada Catalogue, 2011. 22 p. (Economic Analysis (EA) Research Paper Series, 69).
- LEVIN, J. **Estatística aplicada a ciências humanas**. 2. ed. São Paulo: Harbra, 1987. 408 p.
- LÖBLER, M. L.; BOBSIN, D.; VISENTINI, M. S. Alinhamento entre o plano de negócio e o plano de tecnologia de informação das empresas: análise comparativa através dos níveis de maturidade e fatores críticos de sucesso. **JISTEM Journal of Information Systems and Technology Management**, São Paulo, v. 5, n. 1, p. 37-60, 2008.
- MACHADO, H. V.; ESPINHA, P. G. Empreendedorismo e franchising: uma combinação que garante a sobrevivência? **Revista de Administração da Mackenzie**, São Paulo, v. 11, n. 4, p. 131-153, ago. 2010.
- MACHADO, V. F. **A produção do discurso do desenvolvimento sustentável**: de Estocolmo à Rio-92. 2005. 293 p. Tese (Doutorado em Desenvolvimento Sustentável) - Universidade de Brasília, Brasília, 2005.
- MALHOTRA, N. K. **Pesquisa de marketing**: uma orientação aplicada. 6. ed. Porto Alegre: Bookman, 2012. 768 p.
- MARCONI, M. de A.; LAKATOS, E. M. **Técnicas de pesquisa**: planejamento e execução de pesquisas: amostragens e técnicas de pesquisas: elaboração, análise e interpretação de dados. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2008. 296 p.
- MARQUES, J. F.; COMUNE, A. E. A teoria neoclássica e a valoração ambiental. In: ROMEIRO, A. R.; REYDON, B. P.; LEONARDI, M. L. A. (Org.). **Economia do meio ambiente**: teoria, políticas e a gestão de espaços regionais. Campinas: UNICAMP, 1997. p. 23-44.
- MAY, P. H.; LUSTOSA, M. C.; VINHA, V. **Economia do meio ambiente**. 3. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003. 344 p.
- MITCHELL, R. K. et al. Toward a theory of entrepreneurial cognition: rethinking the people side of entrepreneurship research. **Entrepreneurship Theory and Practice**, San Francisco, v. 27, n. 2, p. 93-104, 2002.

MONTIBELLER-FILHO, G. **O mito do desenvolvimento sustentável: meio ambiente e custos sociais no moderno sistema produtor de mercadorias**. Florianópolis: UFSC, 2001. 306 p.

MUELLER, C. C. **Os economistas e as relações entre o sistema econômico e o meio ambiente**. Brasília: UnB, 2007. 85 p.

NECK, H. M.; GREENE, P. G. Entrepreneurship education: known worlds and new frontiers. **Journal of Small Business Management**, Milwaukee, v. 49, n. 1, p. 55-70, Jan. 2011.

NOBRE, M.; AMAZONAS, M. (Org.). **Desenvolvimento sustentável: a institucionalização de um conceito**. Brasília: IBAMA-CEBRAP, 2002. 367 p.

PANAYOTOU, T. Economic growth and the environment. In: SPRING SEMINAR OF THE UNITED NATIONS ECONOMIC COMMISSION FOR EUROPE, 1., 2003, Geneva. **Proceedings...** Geneva: UNECE, 2003. Disponível em:
<<http://www.unece.org/fileadmin/DAM/ead/sem/sem2003/papers/panayotou.pdf>>. Acesso em: 12 jul. 2013.

PARRISH, B. D. Sustainability: driven entrepreneurship: principles of organization design. **Journal of Business Venturing**, New York, v. 25, n. 5, p. 510-523, Sept. 2010.

PEREIRA, A.; PATRÍCIO, T. **SPSS: guia prático de utilização: análise de dados para ciências sociais e psicologia**. 8. ed. Lisboa: Sílabo, 2013. 256 p.

PINHEIRO, M. M. S. Desenvolvimento sustentável e economia verde: uma proposta de análise conceitual. In: _____. **Desenvolvimento sustentável, economia verde e a Rio+20: relatório de pesquisa - IPEA**. Brasília: IPEA, 2012. p. 15-25.

PIZZINATTO, N. K.; PIZZINATTO, N. K.; PIZZINATTO, A. K. A abrangência promocional na alavancagem de vendas e otimização dos resultados. In: ENCONTRO DE MARKETING DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA EM ADMINISTRAÇÃO, 3., 2008, Curitiba. **Anais...** Curitiba: ANPAD, 2008. 1 CD-ROM.

PORTAL CITYBRAZIL. **Microrregião Varginha**. Disponível em:
<http://www.citybrazil.com.br/mg/microrregiao_detalhe.php?micro=50>. Acesso em: 14 dez. 2013.

PORTAL DO EMPREENDEDOR. **Microempreendedor individual:** estatísticas do MEI. Disponível em:

<<http://www.portaldoempreendedor.gov.br/mei-microempreendedor-individual/lista-dos-relatorios-estatisticos-do-mei>>. Acesso em: 7 jan. 2014.

PORTUGAL, N. S.; PORTUGAL JÚNIOR, P. S.; BRITO, M. J. Desenvolvimento sustentável: da consciência às exigências, uma visão paradigmática do pensamento econômico ambiental. In: SIMPÓSIO DE EXCELÊNCIA EM GESTÃO E TECNOLOGIA, 9., 2012, Resende. **Anais...** Resende: Associação Educacional Dom Bosco, 2012. 1 CD-ROM.

PRASS, F. S. KKD: processo de descoberta de conhecimento em bancos de dados. **Grupo de Interesse em Engenharia de Software**, Florianópolis, v. 1, p. 10-14, jun. 2004.

PROGRAMA DAS NAÇÕES UNIDAS PARA O DESENVOLVIMENTO; INSTITUTO DE PESQUISA ECONÔMICA APLICADA; FUNDAÇÃO JOÃO PINHEIRO. **Atlas do desenvolvimento humano no Brasil 2013**. Disponível em: <<http://atlasbrasil.org.br/2013/ranking>>. Acesso em: 23 jul. 2013.

REIS NETO, J. F.; MUÑOZ-GALLEGO, P. A.; SOUZA, C. C. O relacionamento entre organicidade, turbulência, estratégias e desempenho da pequena empresa em um contexto periférico brasileiro. **Revista ADMpg Gestão Estratégica**, Ponta Grossa, v. 3, n. 1, p. 111-121, 2010.

RIES, E. **The lean startup: how today's entrepreneurs use continuous innovation to create radically successful businesses**. New York: Crown, 2011. 336 p.

ROMEIRO, A. R. Economia ou economia política da sustentabilidade. In: MAY, P. H.; LUSTOSA, M. C.; VINHA, V. (Ed.). **Economia do meio ambiente**. Rio de Janeiro: Campus, 2003. p. 1-29.

ROZZETT, K.; DEMO, G. Desenvolvimento e validação fatorial da Escala de Relacionamento com Clientes (ERC). **Revista de Administração de Empresa**, São Paulo, v. 50, n. 4, p. 383-395, dez. 2010.

SACHS, I. Desenvolvimento sustentável: desafio do século XXI. **Ambiente & Sociedade**, Campinas, v. 7, n. 2, p. 214-216, jul./dez. 2004.

SACHS, I. **A terceira margem: em busca do ecodesenvolvimento**. São Paulo:

Companhia das Letras, 2009. 226 p.

SALGADO, J. Corpo miserável, espírito empreendedor: empreendedorismo, pobreza e desemprego no Brasil. **Revista em Pauta**, Rio de Janeiro, v. 10, n. 30, p. 129-147, 2012.

SALUSSE, M. A. Y.; ANDREASSI, T. O estado da arte do ensino do empreendedorismo: mapeamento e evolução. In: ENCONTRO DE ESTUDOS EM ESTRATÉGIA, 6., 2013, Bento Gonçalves. **Anais...** Bento Gonçalves: ANPAD, 2013. 1 CD-ROM.

SARASVATHY, S. D.; VENKATARAMAN, S. Entrepreneurship as method: open questions for an entrepreneurial future. **Entrepreneurship Theory and Practice**, San Francisco, v. 35, n. 6, p. 113-135, Nov./Dec. 2011.

SCHMIDT, S.; BOHNENBERGER, M. C. Perfil empreendedor e desempenho organizacional. **Revista de Administração Contemporânea**, Curitiba, v. 13, n. 3, p. 450-467, set. 2009.

SCHUMPETER, J. A. **Capitalism, socialism and democracy**. New York: Harper and Row, 1950. 431 p.

SCHUMPETER, J. A. **Teoria do desenvolvimento econômico: uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro e o ciclo econômico**. São Paulo: Nova Cultural, 1997. 237 p.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. **Desempenho das MPE mineiras: 1º trimestre 2013**. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/uf/minas-gerais/setores-em-destaque/pesquisas/desempenho-das-micro-e-pequenas-empresas-mineiras/pesquisa-desempenho-1o-trimestre-2013.pdf>>. Acesso em: 22 jun. 2013a.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. **Indicadores MPE: 1º trimestre 2013**. Disponível em: <http://www.agenciasebrae.com.br/indicadores/mpe_indicadores.pdf>. Acesso em: 27 jun. 2013b.

SHANE, S. Reflections on the 2010 AMR decade award: delivering on the promise of entrepreneurship as a field of research. **Academy of Management Review**, Mississippi, v. 37, n. 1, p. 10-20, Jan. 2012.

SCHAPER, M. The essence of ecopreneurship. **Environmental Entrepreneurship**, Oxford, v. 38, n. 1, p. 26-30, 2002.

SILVA, A. S. et al. Empreendedorismo e gestão em organizações sociais: uma análise a partir dos elementos Schumpeterianos e das arenas decisórias de Simon. In: ENCONTRO DE ESTUDOS EM ESTRATÉGIA, 6., 2013, Bento Gonçalves. **Anais...** Bento Gonçalves: ANPAD, 2013. 1 CD-ROM.

STEVENSON, W. J. **Estatística aplicada à administração**. São Paulo: Harbra, 2001. 498 p.

TENDÊNCIA CONSULTORIA INTEGRADA. **Participação das micro e pequenas empresas no produto interno bruto de Minas Gerais**. Belo Horizonte, 2012. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/uf/minas-gerais/setores-em-destaque/pesquisas/participacao-das-micro-e-pequenas-empresas-no-pib-de-minas-gerais_2012>. Acesso em: 22 jun. 2013.

THEÓPHILO, C. R.; MARTINS, G. A. **Metodologia da investigação científica para ciências sociais aplicadas**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2009. 264 p.

TILLEY, F.; YOUNG, W. Sustainability entrepreneurs: could they be the true wealth generators of the future? **Greener Management International**, Sheffield, v. 55, p. 19-92, Feb. 2009.

VENKATARAMAN, S. et al. Reflections on the 2010 AMR decade award: whither the promise?: moving forward with entrepreneurship as a science of the artificial. **Academy of Management Review**, Mississippi, v. 37, n. 1, p. 21-33, Jan./Feb. 2012.

WIKIMEDIA MAPS. **Map locator of Minas Gerais: Varginha microregion**. Disponível em: <http://commons.wikimedia.org/wiki/Image:MinasGerais_Micro_Varginha.svg?uselang=it>. Acesso em: 14 dez. 2013.

ZOUAIN, D. M. et al. Gestão de capital de giro: contribuição para as micro e pequenas empresas no Brasil. **Revista de Administração Pública**, Rio de Janeiro, v. 45, n. 3, p. 863-884, jun. 2011.

APÊNDICES

APÊNDICE A – Questionário estruturado⁴

DIAGNÓSTICO DOS MICROEMPREENDEDORES INDIVIDUAIS DA MICRORREGIÃO DE VARGINHA/ MG

Parte integrante da Tese de doutorado de Nilton dos Santos Portugal
Universidade Federal de Lavras – UFLA

Objetivo a ser alcançado

Compreender, através de uma pesquisa de campo, os padrões de gerenciamento do negócio e de gestão com foco na sustentabilidade dos microempreendedores individuais da microrregião Varginha, sul do estado de Minas Gerais.

Foco de observação

- Empreendedor
- A empresa
- Ações relacionadas à gestão
 - Planejamento
 - Clientes
 - Mercado
 - Finanças
- Ações relacionadas à sustentabilidade
 - Social
 - Ambiental
 - Econômica

⁴ Questionário estruturado e baseado em recomendações e direcionamentos do SEBRAE-MG e do Instituto Ethos.

PARTE I – PERFIL DO EMPREENDEDOR E DADOS DA EMPRESA**1 Idade:****2 Sexo:**

- 1 Masculino
- 2 Feminino

3 Cidade:

- 1 Boa Esperança
- 2 Campanha
- 3 Campo do Meio
- 4 Campos Gerais
- 5 Carmo da Cachoeira
- 6 Coqueiral
- 7 Elói Mendes
- 8 Guapé
- 9 Illicínea
- 10 Monsenhor Paulo
- 11 Santana da Vargem
- 12 São Bento Abade
- 13 São Tomé das Letras
- 14 Três Corações
- 15 Três Pontas
- 16 Varginha

4 Escolaridade:

- 0 Sem formação
- 1 Ensino Fundamental Incompleto
- 2 Ensino Fundamental Completo
- 3 Ensino Médio Incompleto
- 4 Ensino Médio Completo
- 5 Ensino Superior Incompleto
- 6 Ensino Superior Completo
- 7 Pós-Graduação

Dados da EMPRESA

5 Razão social (opcional):

6 Atividade econômica:

- 1 Indústria e comércio
- 2 Comércio
- 3 Serviços
- 4 Comércio e Serviços

7 Possui empregado:

- 1 Sim
- 2 Não

8 A empresa se configura por:

- 1 Familiar
- 2 Não familiar

9 Início das atividades (formalização):

Mês:

Ano:

PARTE II – TEMÁTICA: GESTÃO

Dimensão Planejamento

1) Você costuma colocar no papel aquilo que deseja para seu negócio?

- 1 Não: vou tocando o meu negócio de acordo com o que vai acontecendo no mercado.
- 2 Em parte: tenho uma ideia clara do que desejo e vou executando conforme o que vai acontecendo, mas não está no papel.
- 3 Sim: tenho no papel o que desejo para minha empresa.

2) Sua empresa possui definições de objetivos e metas?

- 1 Não: não tenho objetivos e metas claras definidos.
- 2 Em parte: tenho metas e objetivos traçados informalmente.
- 3 Sim: tenho planos de ação para o alcance de meus objetivos e minhas metas.

3) Você busca informações a respeito do seu mercado de atuação (jornais, revistas e internet)?

- 1 Não: realizo as atividades de venda, compra e seleção de produto de acordo com minhas percepções.
- 2 Em parte: no início do negócio, busquei o máximo de informações possíveis com instituições de referência, mas hoje não tenho mais essa necessidade.
- 3 Sim: busco continuamente informações sobre o meu mercado. Coletor informações mensalmente com canais de comunicação.

4) Você acompanha seus principais concorrentes, onde estão localizados e quais são os seus diferenciais?

- 1 Não: não tenho informações dos meus concorrentes.
- 2 Em parte: conheço meus concorrentes e sei onde estão localizados, mas não realizo comparações entre o meu negócio e a concorrência.
- 3 Sim: realizo periodicamente uma análise da concorrência (condições de pagamento, promoções e atendimento).

Dimensão Clientes

5) Você sabe onde estão localizados seus clientes?

- 1 Não: não tenho ideia de onde encontrar meus clientes.
- 2 Em parte: tenho uma noção de onde estão localizados meus clientes.
- 3 Sim: tenho um mapa de clientes e potenciais clientes.

6) Sua empresa possui um cadastro de clientes com informações como: nome, endereço, telefone, data de aniversário, produtos que comprou, etc.?

- 1 Não: não tenho nenhum controle de informações de clientes.
- 2 Em parte: tenho anotações simples sobre meus clientes.
- 3 Sim: tenho uma planilha para cadastro de informações de clientes.

7) Você realiza pesquisas através de questionários ou enquetes para conhecer as expectativas de seus clientes?

- 1 Não: não realizo pesquisas com meus clientes.
- 2 Em parte: procuro conhecer as expectativas dos clientes apenas informalmente, quando o cliente se manifesta.
- 3 Sim: são conhecidas com base em informações fornecidas pelo cliente por meio de um instrumento formalizado.

8) Você cumpre os compromissos assumidos com seus clientes (prazos, preço e horário)?

- 1 Não: busco não me comprometer com os clientes.
- 2 Em parte: procuro atender à solicitação de clientes especiais.
- 3 Sim: procuro cumprir com os compromissos, mantendo sempre o cliente informado a respeito do status da sua situação.

Dimensão Mercado - Fornecedores

9) Você busca diversificar os fornecedores e pesquisar constantemente os valores dos itens que adquire?

- 1 Não: realizo a compra sempre com os mesmos fornecedores e não faço nenhum tipo de pesquisa.
- 2 Em parte: realizo pesquisa de preço, mas sempre compro do mesmo fornecedor ainda que o valor do produto dele seja maior.
- 3 Sim: realizo a compra sempre do fornecedor com menor preço.

10) Você possui um cadastro básico de fornecedores?

- 1 Não: não tenho nenhum um tipo de cadastro para fornecedor.
- 2 Em parte: tenho os contatos dos fornecedores mais importantes.
- 3 Sim: possuo uma planilha para cadastro dos fornecedores com informações básicas.

11) Você realiza anotações referentes ao desempenho do fornecedor?

- 1 Não: não registro nenhuma anotação a respeito do fornecedor.
- 2 Em parte: faço anotações informalmente sobre a conduta do fornecedor.
- 3 Sim: faço anotações sobre a conduta do fornecedor no controle de cadastro.

Dimensão Mercado - Qualidade e Produtividade

12) Você sabe como calcular a produtividade de sua empresa?

- 1 Não: a produtividade não é calculada.
- 2 Em parte: tenho uma previsão informal da produtividade da empresa.
- 3 Sim: calculo e controlo a produtividade da empresa.

13) Sua empresa possui procedimentos padronizados para garantir a qualidade e a agilidade?

- 1 Não: não tenho padrões definidos.
- 2 Em parte: algumas atividades são realizadas com padrões definidos.
- 3 Sim: todas as atividades realizadas possuem padrões definidos.

14) Você avalia se a qualidade oferecida por sua empresa está de acordo com a expectativa de seus clientes?

- 1 Não: não tenho essa informação.
- 2 Em parte: busco avaliar com os clientes especiais.
- 3 Sim: avalio, com a maioria dos clientes, a qualidade dos produtos/serviços.

Dimensão Mercado - Vendas

15) Sua empresa possui metas de venda?

- 1 Não: não possuo metas de vendas definidas.
- 2 Em parte: as metas são definidas informalmente.
- 3 Sim: tenho metas definidas para as vendas.

16) Você se preocupa em destacar seu ponto de venda em relação à concorrência?

- 1 Não: não considero relevante.
- 2 Em parte: às vezes busco destacar por meio de promoções.
- 3 Sim: sempre procuro trabalhar a fachada ou vitrine para destacar minha empresa em relação à concorrência.

17) Você busca conhecer quais os fatores que influenciam na decisão de compra de seu cliente?

- 1 Não: não tenho essa informação.
- 2 Em parte: busco obter essa informação através do cliente informalmente.
- 3 Sim: tenho instrumentos formais para conhecer os fatores que influenciam na compra.

18) Você sabe quais são as ações de promoção mais adequadas ao seu negócio?

- 1 Não: desconheço.
- 2 Em parte: realizo as que acho interessantes.
- 3 Sim: tenho informações de instituições de referência sobre ações promocionais para o meu negócio.

19) Você faz contato com seus clientes para informá-los de promoções?

- 1 Não: não divulgo as promoções.
- 2 Em parte: busco informar os clientes especiais.
- 3 Sim: busco informar todos os clientes que já realizam compras no meu negócio.

Dimensão Finanças - Estoques

20) Você utiliza alguma ferramenta (anotações, planilha eletrônica, software, ou outra) para gerir a entrada e saída de mercadorias?

- 1 Não: não tenho nenhum controle sobre as entradas e saídas de mercadorias.
- 2 Em parte: tenho um controle informal do estoque.
- 3 Sim: tenho uma sistemática/software/planilha para controle do estoque.

21) Você sabe quanto tem em produtos e em valores no seu estoque?

- 1 Não: não tenho essa informação.
- 2 Em parte: tenho uma estimativa de valor.
- 3 Sim: tenho um controle que me proporciona essa informação.

22) Você controla os novos pedidos de mercadoria com o que já tem no estoque?

- 1 Não: compro de acordo com minha percepção do que acho que vou vender (sem nenhuma informação do estoque).
- 2 Em parte: tenho uma estimativa de compras sem controle formalizado.
- 3 Sim: sempre consulto meu estoque antes de realizar uma nova compra.

Dimensão Finanças - Crédito

23) Sua empresa possui um controle formal para verificar os valores a receber de clientes?

- 1 Não: possuo anotações informais.
- 2 Em parte: possuo um controle formal apenas dos valores significativos.
- 3 Sim: possuo uma planilha de controle formal dos valores a receber.

24) Sua empresa gerencia as cobranças de crédito em atraso?

- 1 Não: não tenho como realizar a cobrança dos créditos em atraso.
- 2 Em parte: gerencio a cobrança dos valores significativos em atraso.
- 3 Sim: gerencio e controlo a cobrança e a concessão de novo crédito para todos os clientes em atraso.

25) Sua empresa consegue verificar a taxa de inadimplência?

- 1 Não: não sei como medir essa taxa.
- 2 Em parte: tenho uma estimativa de inadimplência.
- 3 Sim: tenho o valor exato da taxa de inadimplência e considero a taxa no cálculo do preço de venda.

Dimensão Finanças - Caixa

26) Sua empresa controla as entradas e saídas de dinheiro?

- 1 Não: apenas no fim do dia faço o fechamento do caixa.
- 2 Em parte: tenho um controle informal das entradas e saídas de dinheiro.
- 3 Sim: a empresa possui um controle formal e detalhado das entradas e saídas de dinheiro.

27) Sua empresa possui um controle para verificar os compromissos a pagar (ex.: pagamento ao fornecedor)?

- 1 Não: possuo arquivados os boletos bancários.
- 2 Em parte: possuo apenas um controle simples e informal dos valores a pagar.
- 3 Sim: possuo uma planilha de controle formal dos valores a pagar.

28) Você possui informações referentes às suas disponibilidades financeiras existentes (Fluxo de Caixa)?

- 1 Não: não tenho essa informação.
- 2 Em parte: tenho uma estimativa do valor que disponho.
- 3 Sim: tenho a informação exata de quanto disponho.

PARTE III – TEMÁTICA: SUSTENTABILIDADE**Dimensão Social**

29) Sua empresa assegura a você (e ao funcionário, se houver) condições de saúde e segurança na execução das tarefas de forma apropriada?

- 1 Não: questões de saúde e segurança ainda não foram trabalhadas na empresa.
- 2 Em parte: apenas as questões de segurança ou saúde já foram trabalhadas.
- 3 Sim: oferece condições adequadas de saúde e segurança do trabalho.

30) A empresa paga incentivos monetários (gratificações por produtividade, comissões, participação nos lucros) a você ou ao seu trabalhador, se houver?

- 1 Não: a empresa não paga gratificações, comissões, participações nem qualquer outro tipo de incentivo monetário.
- 2 Em parte: a empresa apenas tem a intenção de pagar incentivos no futuro.
- 3 Sim: a empresa paga incentivos monetários (gratificações, comissões ou participações nos lucros).

31) Você participa ou apoia seu funcionário a participar de cursos e treinamentos?

- 1 Não: nem tenho informações sobre isto.
- 2 Em parte: tenho apenas uma intenção de participar e/ou apoiá-lo, quando a empresa tiver mais condições.
- 3 Sim: participo e/ou apoio e incentivo meu funcionário a buscar uma melhor formação.

32) Você busca patrocinar eventos culturais ou científicos no seu município?

- 1 Não: nem tenho informações sobre isto.
- 2 Em parte: tenho a intenção de patrocinar, caso a empresa tenha condições.
- 3 Sim: quando aparecem os pedidos.

33) Você busca contribuir com doações para campanhas e ações sociais (ex.: ações filantrópicas)?

- 1 Não: nem tenho informações sobre isto.
- 2 Em parte: tenho a intenção de contribuir, caso a empresa tenha condições.
- 3 Sim: sempre quando aparecem os pedidos.

34) Você participa de trabalhos voluntários?

- 1 Não: não tenho tempo.
- 2 Em parte: apenas quando tenho disponibilidade.
- 3 Sim: sempre participo.

Dimensão Ambiental

35) Sua empresa possui diretrizes/políticas relacionadas à preservação do meio ambiente?

- 1 Não: não tenho nada descrito sobre este assunto.
- 2 Em parte: determino apenas verbalmente alguns direcionamentos nesse sentido.
- 3 Sim: tenho orientações formais e escritas nesse sentido.

36) Você conhece as influências dos processos e/ou atividades de sua empresa no meio ambiente?

- 1 Não: desconheço.
- 2 Em parte: tenho uma noção básica sobre essas influências.
- 3 Sim: tenho um estudo formal sobre essas influências.

37) Existe a preocupação com a economia de água na sua empresa?

- 1 Não: nenhuma preocupação.
- 2 Em parte: existe, mas não tenho nenhum tipo de controle deste gasto.
- 3 Sim: tenho um controle mensal sobre este gasto e busco reduzi-lo.

38) Existe a preocupação com a economia de energia elétrica na sua empresa?

- 1 Não: nenhuma preocupação.
- 2 Em parte: existe, mas não tenho nenhum tipo de controle deste gasto.
- 3 Sim: tenho um controle mensal sobre este gasto e busco reduzi-lo.

39) Sua empresa realiza a separação dos resíduos para coleta seletiva de lixo?

- 1 Não: a empresa não realiza a separação dos resíduos.
- 2 Em parte: apenas separa o material para a coleta seletiva pública.
- 3 Sim: separa e destina o material para reutilização ou reciclagem.

40) Existe a preocupação com a redução do uso de materiais na sua empresa (ex.: papelaria, insumos, combustíveis e etc.)?

- 1 Não: nenhuma preocupação.
- 2 Em parte: existe, mas não tenho nenhum tipo de controle desta redução.
- 3 Sim: estou sempre atento e busco sempre reduzir o consumo destes materiais.

Dimensão Econômica

41) Sua empresa calcula o preço de venda do seu produto/serviço?

- 1 Não: pratico o preço estabelecido pelo mercado.
- 2 Em parte: faço o cálculo do preço de venda apenas considerando o preço de aquisição da mercadoria e a margem.
- 3 Sim: de acordo com os meus custos e a margem de contribuição que desejo calculo o preço de venda do meu produto/serviço.

42) Você apura os resultados da sua empresa?

- 1 Não: não apuro os resultados.
- 2 Em parte: faço apenas uma breve análise do que tenho de dinheiro e o que tenho de contas a pagar.
- 3 Sim: apuro os resultados do negócio periodicamente (a cada mês, semestre ou ano).

43) Você está satisfeito com o desempenho (resultados) da sua empresa?

- 1 Não: ainda não estou satisfeito com os resultados.
- 2 Em parte: acredito que poderia estar melhor.
- 3 Sim: estou satisfeito com o desempenho da empresa.

Percepções

44) Você acredita que a adoção de ações voltadas à preservação do meio ambiente pode assegurar melhores condições de vida às futuras gerações?

- 1 Não: não acredito neste raciocínio.
- 2 Em parte: acredito, mas não altero minhas ações.
- 3 Sim: procuro sempre atentar e agir nesse sentido.

45) Você acredita que adotar atitudes responsáveis relacionadas à melhoria e bem estar do ser humano e da sociedade pode proporcionar vantagens para a empresa frente aos concorrentes?

- 1 Não: não acredito em vantagens para a empresa em função dessas atitudes.
- 2 Em parte: acredito, mas não tenho certeza das vantagens para a empresa.
- 3 Sim: tenho certeza das vantagens em função dessas atitudes.

46) Qual a sua expectativa, enquanto empreendedor, para o futuro?

- 1 Não devo continuar como empresário.
- 2 Pretendo apenas me manter como microempreendedor individual.
- 3 Crescer e expandir.

47) Qual o principal motivo levaria você a adotar e/ou ampliar as práticas de gestão ambiental em sua empresa?

- 1 Possibilidades de financiamentos, com taxas de juros baixas, de materiais, máquinas e equipamentos que diminuam os impactos ambientais da empresa.
- 2 Exigência de uma legislação ambiental mais rigorosa.
- 3 Pressão por parte da sociedade e consumidores por produtos ambientalmente corretos.