**MICRO E PEQUENAS EMPRESAS:** benefícios e incentivos versus a concorrência no mercado competitivo**[[1]](#footnote-1)**

Jéssica Carolina Cardoso Bittencourt Moraes[[2]](#footnote-2)

**RESUMO**

As figuras das Micro Empresas e Empresas de Pequeno porte são umas das que mais possuem destaque na economia brasileira. Diante disso, foi necessário buscar as origens da empresa, assim como, a das micro e pequenas empresas com o intuito de iniciar a compreensão delas no cenário brasileiro. Após essa consideração, aprofundou-se a importância dessas empresas na economia brasileira e as dificuldades que elas enfrentam, com o mercado competitivo, destacando os benefícios, incentivos e medidas de proteção como meio de garantir o desenvolvimento dessas atividades empresárias.

**Palavras-chave:** Direito Empresarial e Direito Societário. Micro Empresas. Empresas de Pequeno Porte. Mercado Competitivo.

**1 INTRODUÇÃO**

A empresa, na visão do direito brasileiro, é dita como uma atividade econômica que visa suprir os desejos e necessidades da sociedade, onde estas tentam calcular a melhor estratégia, e marketing bem planejado, para se sair bem perante a sociedade, chamando atenção para o seu produto. As empresas têm uma visão empreendedora, ou seja, a ética empresarial tem como foco principal a otimização na obtenção do lucro o que, muitas vezes, pode deixar de lado a segurança e a saúde dos consumidores (RODRIGUES, 2008).

Na Lei Complementar nº 123 de 2006 (BRASIL), fica definido como microempresa aquelas que, devidamente registradas, obterem a receita bruta anual igual ou inferior a R$ 360 mil. Nesse mesmo dispositivo, determinou-se como as empresas de pequeno porte, aquelas que obterem a receita bruta anual superior a R$ 360 mil e igual ou inferior a 3.6 milhões. As micro e pequenas empresas sempre existiram, mas não possuíam grandes oportunidades no mercado econômico, pois não conseguiam, muitas vezes, continuar exercendo sua atividade empresária por causa do custo dos impostos serem muito elevados, não terem um credito alto no banco e por falta de noção de contabilidade por parte dos empresários e gestores (RAM, 2013).

Em 2006 foi criada a Lei Geral da Micro e Pequena Empresa que trouxe consigo benefícios e valores a elas, introduzindo-as no mercado de forma que pudessem contribuir cada vez mais para o crescimento econômico do país (RAM, 2013). Começaram a introduzir mudanças organizacionais que fossem complexas, raras e que fossem difícil de serem copiadas. Essa questão não envolve uma simples gestão ambiental, ela mostra que uma nova era começou no mercado e que a contribuição dessas empresas é essencial para o crescimento econômico (RAM, 2013).

Foi estimado em 2009 o surgimento de 54,768 micro empresas e pequenos negócios, onde ofereciam atividades terciárias, e chegavam a contribuir para o PIB (produto interno bruto), no valor 66% estadual, que é maior do que as medias e grandes empresas conseguem contribuir para o mercado (SEBRAE, [?]). Isso acontece por causa das mudanças que foram implantadas para as micro e pequenas empresas como a diminuição dos impostos, CNPJ, etc. (RAM,2013)

O governo federal dá a algumas empresas um incentivo governamental para que elas se formalizem, e sejam legalizadas. Porém, não são todas as micro e pequenas empresas que conseguem esse incentivo governamental, o que acaba causando uma grande concorrência entre os micro e pequenos empresários, além de beneficiar apenas algumas (RAM,2014).

Diante disso, as micro e pequenas empresas, se veem diante de um grande dilema. Como é possível se manter, com os benefícios e incentivo disponíveis, perante uma grande concorrência em um mercado competitivo?

A complexidade da literatura acadêmica, os Códigos e normas brasileiras atuais requerem cada vez mais pesquisas que se dediquem a aprofundar e elucidar certos temas. Devido à extensão do conteúdo disponível, constantes atualizações e aumento de demandas, algumas matérias acabam por não receberem o devido enfoque. Sendo assim, é absolutamente relevante a exploração acerca do tema Micro e Pequenas Empresas no mercado brasileiro a fim de buscar o aperfeiçoamento na compreensão do assunto.

Com base no que foi dito acima, é fácil ilustrar que o motivo principal na escolha do conteúdo discutido é garantir o conhecimento e informações precisas sobre o tema. Feito isso, espera-se que possam ser evitadas possíveis falhas na compreensão e estudo dessas matérias. Essas medidas servem para potencializar o domínio de temáticas a respeito do mercado empresarial brasileiro.

O motivo secundário é proporcionar a atenção devida sobre tal assunto. Essas são as posturas indispensáveis para alcançar a construção de uma assimilação completa da pesquisa estudada. Sem duvida, essa explicação esmiuçada afirma a imprescindibilidade da temática analisada.

É importante também para alertar sobre prováveis desorientações e erros. Porque em não identificando os obstáculos gerados pela grande concorrência e a falha na busca das melhores alternativas disponíveis para assegurar a existência e a prosperidade das micro e pequenas empresa, gera um empecilho ao progresso das questões relacionadas ao Direito Empresarial. Diante do exposto, é possível observar que uma boa pesquisa minimiza duvidas e ineficiência quanto ao emprego de tal matéria.

O trabalho foi desenvolvido de modo a explicar os aspectos relacionados à micro e pequena empresa, sua concorrência e incentivos dadas à elas para que possam aumentar o capital do mercado e possibilitar novos empregos. Foram elaboradas pesquisas para analisar e teorizar o tema abordado para a interpelação mais objetiva.

O objetivo apresentou hipóteses abrangentes e específicas, para fundamentar os valores acerca do que foi exposto. Dispôs-se de referências bibliográficas, a fim de encontrar argumentos para solucionar o problema tratado. Portanto esta pesquisa se caracteriza como exploratória quanto aos objetivos e quanto aos procedimentos, o caráter evidente é o de pesquisa bibliográfica (GIL, 2010).

**2 FUNDAMENTAÇÃO HISTÓRICA PARA A CONSTRUÇÃO DA NOÇÃO DE EMPRESA**

**2.1 Fundamentos para a Compreensão Histórica da Atividade Empresária**

Segundo entendimento de Moraes Filho citado por Daniel Rodrigues (2008), o surgimento das empresas se deu no período medieval, mais especificamente no momento de crise feudal em que houve o crescimento da atividade mercantil burguesa. Nesse contexto, o comércio se fortaleceu e adquiriu as seguintes características: mercadoria voltada ao mercado externo e não só a satisfação das próprias necessidades; fonte de lucro; organização técnica e pessoal; divisão do trabalho (MORAES FILHO apud Rodrigues, 2008).

Nessa época, segundo Daniel Rodrigues (2008), surgiram também as corporações de oficio que tinham o monopólio da atividade artesã que produzia as mercadorias. De acordo com o mesmo autor citado acima, para poder exercer a atividade econômica era necessário pertencer às corporações de oficio. Nesse cenário se inicia o Direito Empresarial porque o comércio começa a criar normas e princípios que o regularize (RODRIGUES, 2008)

Após essa preocupação inicial com o fundamento histórico, surge a necessidade de conceituar a atividade empresária hodiernamente. Segundo Rodrigues (2008), essa tarefa ainda é fonte de argumentações:

No campo do Direito, as dificuldades não são menores, sendo que o conceito jurídico de empresa é tema ainda nebuloso nos meios jurídicos. Em vão se debateu na tentativa de se construir um conceito jurídico de empresa.

É que, conforme veremos adiante, a empresa, na acepção que nos interessa, é predominantemente um fenômeno econômico e, como tal, coube à ciência econômica conceituá-la com maior propriedade. (RODRIGUES, 2008, p. 6)

Dessa forma entendemos o conceito econômico da empresa, segundo Daniel Rodrigues (2008), como a atividade que procura organizar sinergicamente os fatores de produção que são uteis a produção, e/ou circulação de bens, e/ou prestação de serviços, voltada ao mercado e com o intuito de lucrar.

**2.2 Marcos Históricos do Reconhecimento da Micro e Pequena Empresa no Brasil**

Para compreendermos a situação atual das Micro e Pequenas Empresas no Brasil, é necessário resgatar como se deu o surgimento delas. Segundo Souza, Oliveira e Machado que são autor e autoras de um artigo da Revista da Micro e Pequena Empresa da Faculdade Campo Limpo Paulista (2007):

Tudo indica que a pequena empresa brasileira surgiu no setor agrícola. Suas origens étnicas prováveis seriam os índios brasileiros que se dedicavam à agricultura de subsistência e que teriam se convertido em pequenos fornecedores de alimentos para os centros urbanos. Entretanto, estudos históricos mais recentes têm demonstrado que a pequena empresa embrionária não se dedicava apenas às atividades secundárias e de suporte. (PALÁCIOS apud SOUZA; MACHADO; OLIVEIRA, 2007, p. 58).

De acordo com os autores citados acima (SOUZA; OLIVEIRA; MACHADO, 2007), a produção de alimentos, a necessidade de suporte aos engenhos de açúcar e a implantação de colônias no Brasil foram os fatores que impulsionaram inicialmente o surgimento de pequenos e micro empreendedores no território brasileiro. Esses empreendedores eram, portanto, voltados ao comércio interno no inicio dessas atividades em solo brasileiro.

Após essa consideração inicial, e avançando rapidamente no tempo, nos deparamos já com a formação de uma instituição toda voltada especialmente às Micro e Pequenas Empresas. O surgimento do Sebrae como instituição deu-se por volta da década de 70, nos anos de 1972 (SEBRAE, [?]). No entanto, a historia do Sebrae começa uma década antes da sua formação como instituição, quando o Banco Nacional do Desenvolvimento Econômico (BNDE), que atualmente é conhecido como o Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES), criou o Programa de Financiamento à Pequena e Média Empresa e o Fundo de Desenvolvimento Técnico-Científico (SEBRAE, [?]). Desde então, esta instituição tem se esforçado para encorajar o surgimento e proporcionar a manutenção dessas atividades econômicas nacionalmente.

O mais recente, e principal marco histórico do reconhecimento da micro e pequena empresa no Brasil, se deu com o surgimento da Lei Complementar nº 123 de 2006 que institui o Estatuto Nacional da Microempresa e Empresa de Pequeno Porte. Esse Estatuto foi criado para tratar especialmente desses tipos de atividade econômica e possui os requisitos para que uma empresa seja considerada micro ou pequena segundo a lei nacional, dentre outras matérias. Dessa forma, além de ser um marco histórico do reconhecimento dessas atividades econômicas, esse estatuto também proporciona uma melhora na valorização delas oferecendo também benefícios e incentivos que serão discutidos posteriormente.

**3 AS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS NO CENÁRIO BRASILEIRO**

**3.1 Importância das Micro e Pequenas Empresas na Economia do País**

As Micro e Pequenas empresas começam a tem um diferencial no país, a partir do momento que houve a formalização e um incentivo á estas empresas para que se mantenham no mercado e aumentem o desenvolvimento do país.

Mais da metade do PIB (produto interno no bruto), do comercio é gerado por pequenos negócios, onde as micro empresas ocupam no mercado 25,5% e as pequenas de 27,9%, que juntas tem um valor total de 53, 4%, o que dá mais da metade (SEBRAE,[20??]).

Em dezembro de 2002 foram gerados 9,5 milhões de trabalhos, e em dezembro de 2012(10 anos depois) foram gerados 16,2 milhões de empregos que foram disponibilizados por pequenas empresas, pois o mercado tem crescido e muitos tem tido condições de fornecer produtos para grandes empresas (SEBRAE, [20??]).

Assim o empreendedorismo cresce no Brasil, aumentando o poder aquisitivo e gerando demandas para produtos e serviços.(SEBRAE, [20??])

O Super Simples reduz em 40% os impostos, o que faz com que o micro empreendedor tenha um capital a mais na empresa para rodar e assim possibilitar que mais empregos sejam gerados. (SEBRAE, [20??])

É possível perceber que75% dos micro e pequenos empresários tem o nível superior completo e iniciam um negócio por oportunidade. Essa oportunidade é dada muitas vezes por causa do incentivo governamental dado á essas pequenas empresas, que assim cada vez maia vem aumentando a economia do país (SEBRAE, [20??]).

Os salários que mais sobem no país são os dos pequenos negócios. Em 10 anos subiu cerca de 33% dos salários e de empregos gerados e nas medias e grandes empresas foram gerados apenas 22%, isso vem para mostrar o crescimento e a importância que tem tido as micro e pequenas empresas no Brasil, pois nos dias e hoje, essas empresas são as que mais surgem e tem tido uma forte importância para a economia brasileira (SEBRAE,[20??]).

**3.2 A Concorrência, Um Fator Desafiante às Micro Empresas e Empresas de Pequeno Porte**

As empresas precisam de medidas protetoras que limitem a liberdade de garantia da livre iniciativa e a competição, de forma que os empresários não determinem a áreas de trabalho, a produção de bem e serviços e para que não tomem conta de uma parte do mercado, fazendo com que novas empresas como as pequenas e micro empresas não possam surgir ou vir a se desenvolver. (RICCA, 2004)

Se não houvesse essas medidas ás micro e pequenas empresas não teriam vez no mercado, pois seriam subjugadas pelas grandes corporações e assim existiria no mercado oligopólios. (RICCA, 2004)

Muitos empresários se sentem desestimulados na hora de começar uma atividade empresaria, pois são muitos desafios a serem vencidos e a grande concorrência das micro e pequenas empresas contra as grandes corporações. (RICCA, 2004)

Ás micros e pequenas empresas se encontram em um mercado que muitas vezes não são favorecias, e deixadas de mão por falta de incentivo oferecido para elas para que possam se desenvolver no mercado. (RICCA, 2004)

É preciso desenvolver uma campanha de marketing para que ás micro e pequenas empresas tenham uma visibilidade, e que possam está dentro de um mercado de trabalho que tem campo de atuação para todos, onde cada um possa se desenvolver e ajudar no crescimento econômico do país. (RICCA, 2004)

Micro e pequenas empresas que se tornam inovadoras podem gerar um bom desempenho econômico com a introdução de novos produtos, serviços e tecnologias, enriquecendo o mercado e fazendo com que á sociedade procure por produtos que lhes são convenientes. (RICCA, 2004)

Com isso a concorrência seria justa e igualitária a todos, mas não é esse o cenário no Brasil, pois muitas vezes as empresas que predominam e ganham o mercado são as grandes empresas. Ás micro e pequenas empresas vêm se desenvolvendo e ganhando seu espaço no mercado. (RICCA, 2004).

**4 PRINCIPAIS FORMAS DE PROTEÇÃO E INCENTIVO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS NO QUADRO BRASILEIRO**

**4.1 Benefícios e Incentivos às Micro e Pequenas Empresas no Brasil**

Manter uma atividade empresarial ou iniciar é difícil e precisa de um planejamento adequado para que a empresa consiga uma posição no mercado e possa assim gerar lucro. O Governo oferece ás micro empresas e pequenos negócios o Simples Nacional que é um incentivo para que elas estejam regularizadas e possam atuar no mercado de forma correta, além de ajudar essas empresas a se desenvolverem no mercado e ter os seus clientes.

Esse incentivo é de extrema importância, pois ajuda no desenvolvimento e crescimento das micro e pequenas empresas no mercado.

É possível perceber que no decorrer dos anos ás micro e pequenas empresas são as que tem mais crescido no país e que tem gerado mais empregos, isso se deve pela forma de como os micro empresários são protegidos e recebe ajuda para que possa se manter.

Com esse incentivo é possível perceber o a porcentagem de pequenos negócios no país, e como essas empresas tem influenciado na economia do país, pois em gerado os maiores números de empregos, além de levarem ao mercado produtos que satisfaçam as necessidades da sociedade.

O Movimento Compre do Pequeno Negócio é um exemplo de uma iniciativa do Sebrae para incentivar os pequenos e micro negócios. O SEBRAE é sigla do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE, [?]).

O Sebrae é uma  Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae) é uma entidade privada que promove a competitividade e o desenvolvimento sustentável dos empreendimentos de micro e pequeno porte – aqueles com faturamento bruto anual de até R$ 3,6 milhões.

Há mais de 40 anos, atua com foco no fortalecimento do empreendedorismo e na aceleração do processo de formalização da economia por meio de parcerias com os setores público e privado, programas de capacitação, acesso ao crédito e à inovação, estímulo ao associativismo, feiras e rodadas de negócios.

As soluções desenvolvidas pelo Sebrae atendem desde o empreendedor que pretende abrir seu primeiro negócio até pequenas empresas que já estão consolidadas e buscam um novo posicionamento no mercado. (SEBRAE, [?]).

Portanto, o Movimento Compre do Pequeno Negócio é uma iniciativa válida, que dispõe de sites, comerciais, outdoors, dia comemorativo (5 de outubro) entre outros meios de apelo ao público, que busca melhorar a busca pelos produtos e serviços prestados por Micro e Pequenas Empresas. Dessa forma, essa iniciativa incentiva visivelmente essas formas de atividade econômica.

* 1. **Medidas Básicas de Proteção às Micro e Pequenas Empresas**

Uma forma de proteção ás empresas pode ser encontrada na Constituição Federal, no artigo 173, § 4º que vai reprimir o abuso da atividade econômica que for dominante o mercado, e que o lucro seja de forma arbitraria e que não de espaço para a concorrência.

Todos no mercado têm um lugar perante a produção de bens e serviços disponibilizados para á sociedade, e todas as empresas devem ter a ética empresarial e atuar no mercado de forma que todos tenham como se desenvolver e gerar lucro.

Existem medidas básicas para a proteção das empresas como a Lei de Falência nº 11.101/2005 que prevê a preservação da empresa, a separação do conceito de empresário e de empresa, a proteção aos trabalhadores, a segurança jurídica, entre outros. (COELHO, 2014).

As empresas em dificuldade de liquidez farão umprojeto de recuperação, sem solução de continuidade de suas atividades, e sem comprometimento das características, prazos e valores dos créditos constituídos. (COELHO, 20014)

A Lei será aplicada á aquelas empresas que têm boa posição no mercado e que geram produtos que a sociedade tem uma boa aceitação. Com isso, as micro e pequenas empresas que geram ao mercado serviços ou produção de bens serão avaliadas para que seja aplicada a Lei de Falência. (COELHO, 2014)

Outra medida é a proteção ao livre mercado, onde as empresas podem oferecer seus produtos tanto no mercado virtual quanto no mercado real, fazendo com que seus produtos alcancem uma melhor posição no mercado. (COELHO, 2014)

Ás micro e pequenas empresas podem oferecer seus produtos em todo mercado que esteja disponível, onde não existe uma limitação para a produção e nem para os serviços oferecidos pelas micro e pequenas empresas. (COELHO, 2014)

1. **CONCLUSÃO**

Neste trabalho objetivou-se apresentar de maneira prática e fundamentada a situação das Micro e Pequenas empresas que recebem benefícios e incentivos versus a concorrência no mercado competitivo. Com isso, as empresas apresentavam suas melhores estratégias, alem de um marketing que valorizasse a empresa, fazendo com que elas ganhassem um lugar na vida dos consumires a partir dos produtos produzidos.

As Micro e Pequenas empresas se viam encurraladas pelas grandes Corporações que sempre ganhavam um destaque, pois tinham mais visibilidade no mercado.

Contudo com a criação da lei que regulariza as Micro e Pequenas empresas foi importante para que elas pudessem mostrar sua contribuição para o mercado. Foi facilitada para as pequenas empresas financiamento no banco em um valor maior, a redução de impostos. Isso fez com que as empresas menores pudessem mostrar seu produto também para a sociedade e contribuir para a economia do país.

Foi possível observar neste trabalho que após a regularização as Micro e Pequenas empresas são as que mais têm contribuído para o crescimento econômico do país, alem de ser os maiores geradores de emprego.

Fez necessário mostrar primeiramente a importância e a contribuição das Micro e Pequenas empresas para o país. Porem existe um problema que aflige os pequenos empresários, o mercado competitivo e os não incentivos e benefícios a todos as empresas.

Não são todas as empresas que conseguem se manter apenas com o que ganha das vendas, as vezes elas precisam de incentivos governamentais para o seu desenvolvimento dentro do mercado. Esse incentivo é dado apenas para aquelas empresas que apresentarem rendimentos e produzirem objetos que vão satisfazer a sociedade. A solução seria que todas as empresas fossem motivadas e incentivas igualmente para que todas tivessem seu lugar no mercado, este que é competitivo e que só se estabelecem aqueles que têm o melhor marketing e estratégias para a venda de seus produtos.

O enfoque maior do trabalho foi como as Micro e Pequenas empresas recebem benefícios e incentivos para se manterem no mercado e a forma de como o mercado competitivo faz com que muitos jovens que são o futuro do país tem pensando muitas vezes antes de abrir uma pequena empresa e não conseguir levar para frente por falta de espaço no mercado e por não ter um incentivo adequado para continuar empreendendo na área.

**REFERÊNCIAS**

BRASIL. Constituição (1988). Constituição da República Federativa do Brasil: promulgada em 5 de outubro de 1988. Organização do texto: Juarez de Oliveira. 4. ed. São Paulo: Saraiva, 1990. 168 p. (Série Legislação Brasileira).

BRASIL. Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006. Institui o Estatuto Nacional da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil\_03/leis/LCP/Lcp123.htm> Acesso em: 09 set. 2015.

COELHO, Fabio Ulhoa. **Curso de direito comercial**. vol. 3: direito de empresa. 15 ed. São Paulo: Saraiva, 2014. Disponível em: <http://159181.leitor.editorasaraiva.com.br/#reader/159181> Acesso em: 04 set. 2015.

GIL, Antonio Carlos. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa.** 5. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

REIS NETO, José Francisco dos; MUÑOZ-GALLEGO, Pablo Antonio; SOUZA, Celso Correia de; RODRIGUES, Wesley Osvaldo Pradella.As conexões entre orientação empreendedora, capacidade de *marketing* e a percepção do desempenho empresarial: evidências empíricas das micro e pequenas empresas varejistas. **RAM, Revista de Administração Mackenzie**, São Paulo, vol.14, no.13, 2013. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\_arttext&pid=S1678-69712013000300010&lang=pt>. Acesso em: 03 set 2015.

RICCA, José Luiz. Sebrae: o jovem empreendedor. **Estudos avançados**, São Paulo, vol.18, no.51, 2004. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\_arttext&pid=S0103-40142004000200004&lang=pt> Acesso em: 05 de set. 2015.

RODRIGUES, Daniel Almeida. **Fundamentos para a compreensão da empresa como espaço de realização do ser humano**. Nova Lima: Milton Campos, 2008. 36 p. Dissertação (pós-graduação em Direito Empresarial) – Faculdade de Direito Milton Campos, Nova Lima, 2008.

SEBRAE [ON-LINE]. Universidade Corporativa SEBRAE. **Simples Nacional**. Vídeo-aula. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/tipoconteudo/leis\_e\_normas?codTema=5&video=Simples+Nacional&guid=undefined> Acesso em: 05 set. 2015.

\_\_\_\_\_\_. Movimento Compre do Pequeno Negócio [ON-LINE]. Disponível em: <http://www.compredopequeno.com.br/> Acesso em: 15 out. 2015.

SOUZA, José Henrique; MACHADO, Lindinalva Candida; OLIVEIRA, Cilene Aparecida Silva de. As origens da pequena empresa no Brasil. **Revista da Micro e Pequena Empresa**, São Paulo, v.1, n.1, 2007. Disponível em: <http://www.faccamp.br/ojs/index.php/RMPE/article/view/18/15> Acesso em: 13 out. 2015.

1. Paper apresentado à Disciplina Teoria do Direito Empresarial e Direito Societário, da Unidade de Ensino Superior Dom Bosco – UNDB. [↑](#footnote-ref-1)
2. Aluna do 3º período A, do curso de Direito, da UNDB. [↑](#footnote-ref-2)